

Stavovi posjetitelja Slavonije o organizaciji vinskih događaja

Tubić, Dejan; Kovačević, Martina; Vidak Teskera, Ivana

Source / Izvornik: **Kontinentalna Hrvatska: povijesni kontekst, aktualnosti i perspektive u budućnosti (1), 2023, 894 - 910**

Conference paper / Rad u zborniku

Publication status / Verzija rada: **Published version / Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:165:263933>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-24**

Repository / Repozitorij:



[Virovitica University of Applied Sciences Repository - Virovitica University of Applied Sciences Academic Repository](#)



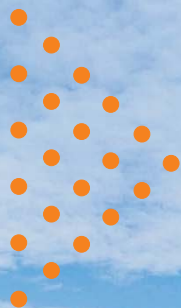
ZBORNIK RADOVA

**Kontinentalna Hrvatska:
povijesni kontekst, aktualnosti
i perspektive u budućnosti (1)**



CONFERENCE PROCEEDINGS

**Continental Croatia:
historical context, current affairs
and future perspectives (1)**



ZBORNİK RADOVA

Kontinentalna Hrvatska: povijesni kontekst, aktualnosti i
perspektive u budućnosti (1)

CONFERENCE PROCEEDINGS

Continental Croatia: historical context, current affairs
and future perspectives (1)

Izdavač:

ZNANSTVENI KONTEKST, obrt za znanstvenu i druge djelatnosti, vl. Danijel Knežević
Zagreb, Horvaćanska cesta 53A

Za izdavača:

dr. sc. Danijel Knežević

Suizdavači:

Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti,
Institut za istraživanje migracija

Glavni urednici:

Akademik Josip Bratulić
Zavod za znanstveni i umjetnički rad
Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti
u Đakovu

doc. dr. sc. Krešimir Dabo
Institut za istraživanje migracija

Pomoćnica glavnih urednika:

Maja Has, mag. oec.
CEPOR – Centar za politiku razvoja malih i
srednjih poduzeća i poduzetništva

Recenzenti:

prof. dr. sc. Pero Aračić, Zavod za znanstveni
i umjetnički rad Hrvatske akademije
znanosti i umjetnosti u Đakovu

dr. sc. Ilija Dogan, Katolički i bogoslovni
fakultet u Đakovu

doc. dr. sc. Dejan Gluvačević, Veleučilište
Edward Bernays

Lektura hrvatskog jezika:

Bernarda Lukić, mag. educ. croat.

Lektura engleskog jezika:

Barbara Kružić Jovičić, mag. educ. philol.
angl. et mag. educ. philol. croat.

Fotografije:

Marko Mihal

Naklada: 100 primjeraka

Grafičko oblikovanje i tisak:

Hardy, Đakovo

ISSN 2991-7921

Publishing company:

ZNANSTVENI KONTEKST, sole
proprietorship for academic and other
services owner Danijel Knežević
Zagreb, Horvaćanska cesta 53A

Publisher:

Danijel Knežević, PhD

Co-publishers:

Croatian Academy of Sciences and Arts,
Institute for Migration Research

Editors:

Academician Josip Bratulić
The Institute for Scientific and Artistic
Work in Đakovo Croatian Academy of
Sciences and Arts

Assistant Professor Krešimir Dabo
Institute for Migration Research

Assistant editor:

Maja Has, Master of Economics

Reviewers:

Full Professor Pero Aračić, Institute for
Scientific and Artistic Work in Đakovo,
Croatian Academy of Sciences and Arts

Ilija Dogan, PhD, Catholic Faculty of
Theology in Đakovo

Assistant Professor Dejan Gluvačević,
Edward Bernays University of Applied
Sciences

Proofreading for Croatian language:

Bernarda Lukić, Master of Education in
Croatian Language and Literature

Proofreading for English language:

Barbara Kružić Jovičić, Master of
Education in Croatian and English
Language and Literature

Photographs:

Marko Mihal

Circulation: 100 pieces

Graphic design and printing:

Hardy, Đakovo

ISSN 2991-7921

ZBORNİK RADOVA

Kontinentalna Hrvatska: povijesni kontekst,
aktualnosti i perspektive u budućnosti (1)

CONFERENCE PROCEEDINGS

Continental Croatia: historical context,
current affairs and future perspectives (1)

KONF

Zagreb, 2023.

Uredništvo se u radu pridržavalo uredničkih standarda prema Standardu uredničkog rada: uredničke odgovornosti i prava dostupnog na:

<https://mzo.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Znanost/ZnanstvenaInfrastruktura/Standard%20uredni%C4%8Dkog%20rada,%20uredni%C4%8Dke%20odgovornosti%20i%20prava.pdf>

Svi radovi dvostruko su recenzirani.

Autentičnost svih radova provjerena je programom za provjeru autentičnosti PlagScan.

The editorial team has adhered to editorial standards in accordance with the Standard of Editorial Work: editorial responsibilities and rights, available at:

<https://mzo.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/Znanost/ZnanstvenaInfrastruktura/Standard%20uredni%C4%8Dkog%20rada,%20uredni%C4%8Dke%20odgovornosti%20i%20prava.pdf>

All papers in the Proceedings underwent double review.

The authenticity of all papers in the Proceedings was ensured by the authentication program PlagScan.

ODBORI KONFERENCIJE

Programski odbor

prof. dr. sc. Pero Aračić

Zavod za znanstveni i umjetnički rad
Hrvatske akademije znanosti i
umjetnosti u Đakovu

prof. dr. sc. Emina Berbić Kolar

Fakultet za odgojne i obrazovne
znanosti

doc. dr. sc. Marina Perić Kaselj

Institut za istraživanje migracija

doc. dr. sc. Damir Krešić

Institut za turizam

dr. sc. Sanja Tišma

Institut za razvoj i međunarodne
odnose

prof. dr. sc. Ivan Trojan

Filozofski fakultet u Osijeku

prof. dr. sc. Boris Crnković

Ekonomski fakultet u Osijeku

doc. dr. sc. Dejan Tubić

Veleučilište u Virovitici

prof. dr. sc. Helena Sablić Tomić

Akademija za umjetnost i kulturu u
Osijeku

izv. prof. dr. sc. Dražen Barbarić

Filozofski fakultet u Mostaru

Ivan Štedul, v. pred.

Veleučilište u Karlovcu

izv. prof. dr. sc. Marko Turk

Veleučilište PAR

doc. dr. sc. Vlatka Ružić

Veleučilište „Nikola Tesla“ u Gospiću

doc. dr. sc. Branislav Šutić

Veleučilište „Nikola Tesla“ u Gospiću

dr. sc. Šime Vučetić

Veleučilište „Nikola Tesla“ u Gospiću

dr. sc. Valentina Vinšalek Stipić

Veleučilište „Nikola Tesla“ u Gospiću

COMMITTEES

Program Committee

Full Professor Pero Aračić

Institute for Scientific and Artistic Work
in Đakovo,

Croatian Academy of Sciences and Arts

Full Professor Emina Berbić Kolar

Faculty of Education, Osijek

Assistant Professor Marina Perić Kaselj

Institute for Migration Research

Assistant Professor Damir Krešić

Institute for Tourism

Sanja Tišma, PhD

Institute for Development and

International Relations

Full Professor Ivan Trojan

Faculty of Humanities and Social

Sciences, Osijek

Full Professor Boris Crnković

Faculty of Economics, Osijek

Assistant Professor Dejan Tubić

Virovitica University of Applied Sciences

Full Professor Helena Sablić Tomić

Academy of Arts and Culture in Osijek

Associate Professor Dražen Barbarić

Faculty of Humanities and Social

Sciences, Mostar

Ivan Štedul, Senior lecturer

Karlovac University of Applied Sciences

Associate Professor Marko Turk

PAR University of Applied Sciences

Assistant Professor Vlatka Ružić

The Polytechnic “Nikola Tesla” in Gospić

Assistant Professor Branislav Šutić

The Polytechnic “Nikola Tesla” in Gospić

Šime Vučetić, PhD

The Polytechnic “Nikola Tesla” in Gospić

Valentina Vinšalek Stipić, PhD

The Polytechnic “Nikola Tesla” in Gospić

Organizacijski odbor

dr. sc. Danijel Knežević

Predsjednik organizacijskog odbora

doc. dr. sc. Krešimir Dabo

Potpredsjednik organizacijskog odbora

doc. dr. sc. Maja Vizjak

Članica organizacijskog odbora

Maja Has, mag. oec.

Članica organizacijskog odbora

Ana Budmir, mag. pol.

Članica organizacijskog odbora

doc. dr. sc. Dejan Gluvačević

Član organizacijskog odbora

doc. dr. sc. Jasenka Kranjčević

Članica organizacijskog odbora

Tihana Banko, mag. educ. philol. angl.

Članica organizacijskog odbora

izv. prof. dr. sc. Marinko Vuković

Član organizacijskog odbora

Organizing Committee

Danijel Knežević, PhD

Chairman of the Organizing Committee

Assistant Professor Krešimir Dabo

Vice-chairman of the Organizing Committee

Assistant Professor Maja Vizjak

Member of the Organizing Committee

Maja Has, Master of Economics

Member of the Organizing Committee

Ana Budmir, Master of Political Sciences

Member of the Organizing Committee

Assistant Professor Dejan Gluvačević

Member of the Organizing Committee

Assistant Professor Jasenka Kranjčević

Member of the Organizing Committee

Tihana Banko, Master of Education in English Language and Literature

Member of the Organizing Committee

Associate Professor Marinko Vuković

Member of the Organizing Committee

SADRŽAJ

PREDGOVOR	11
-----------	----

I. DEMOGRAFIJA I MIGRACIJE

1. IZOLIRANA I NESTALA BANIJSKA NASELJA	15
<i>Filip Škiljan, Ana Perinić Lewis, Lana Peternel</i>	
2. PASTORALNI PRIORITETI U DEMOGRAFSKI OPUSTOŠENOJ ĐAKOVAČKO-OSJEČKOJ NADBISKUPIJI	42
<i>Stanislav Šota</i>	
3. NATALITET I MORTALITET KAO UZROK MIGRACIJA I PROMJENA IDENTITETA U MIKROZAJEDNICI – STUDIJA SLUČAJA	72
<i>Marinko Vuković</i>	
4. OBRAZOVNI POTENCIJAL I OSOBNI POGLEDI NA KVALITETU ŽIVOTA ODESELJENOG STANOVNIŠTVA VIROVITIČKO-PODRAVSKE ŽUPANIJE	92
<i>Mirko Lukaš, Mihael Puljić</i>	
5. MIGRACIJSKO I IDENTITETSKO ISKUSTVO U KNJIŽEVNOM RADU DUNJE OZANIC	111
<i>Ozana Ramljak, Katica Jurčević</i>	
6. STRANI RADNICI U HRVATSKOJ: PRIMJER VIROVITIČKO-PODRAVSKE ŽUPANIJE	123
<i>Ivana Vidak, Martina Kovačević, Barbara Golub</i>	

II. DRUŠTVO

1. POKAZATELJI RAZVIJENOSTI ZAPADNE SLAVONIJE	139
<i>Neven Garača, Zrna Garača, Denis Relota</i>	
2. DOSTUPNOST SOCIJALNIH USLUGA ZA STARIJE OSOBE U REPUBLICI HRVATSKOJ: ANALIZA PO ŽUPANIJAMA I REGIJAMA	156
<i>Danijel Knežević, Maja Has, Vinko Miličević</i>	
3. PROMICANJE DRUŠTVENIH VRIJEDNOSTI PREKO MEDIJA NA PRIMJERU RADIJA	169
<i>Silvija Londero Šimleša</i>	
4. NAČINI PROVOĐENJA SLOBODNOG VREMENA MLADIH U VUKOVARSKO- SRIJEMSKOJ ŽUPANIJI: PROCJENA ZADOVOLJSTVA KVALITETOM I PREFERIRANI SADRŽAJI	181
<i>Krešimir Peračković, Mateo Žanić, Geran-Marko Miletić</i>	
5. POTENTIALS AND EXPERIENCES OF SPORTS TEAMS TO PARTICIPATE IN ALTERNATIVE INTERVENTIONS FOR CHILDREN IN CONFLICT WITH THE LAW	209
<i>Lana Petö Kujundžić, Etna Nikić, Irena Cajner Mraović</i>	

6. SOCIO-DEMOGRAPHIC PREDICTORS OF THE EXPECTATIONS OF THE INHABITANTS OF THE POŽEGA-SLAVONIA COUNTY FROM THE POLICE --- 228
Ivana Radić, Irena Cajner Mraović, Dario Pavić

III. EKONOMIJA I POSLOVNA EKONOMIJA

1. RAZINA FINANCIJSKE PISMENOSTI STUDENATA NA VELEUČILIŠTU U VIROVITICI ----- 249
Mladena Bedeković, Danijela Vakanjac, Anita Prelas Kovačević
2. INEFFICIENCIES AND STRUCTURAL CHANGE: HOW SPECIFIC IS CONTINENTAL CROATIA----- 263
Valerija Botrić
3. RAZVOJNI POTENCIJALI KOORDINACIJE U PANONSKOJ HRVATSKOJ ----- 285
Ana Budimir
4. DIGITAL TRANSFORMATION IN CROATIAN MEDIUM AND LARGE COMPANIES – REASONS, CHALLENGES AND ACHIEVEMENTS ----- 301
Žarko Kruljac
5. NIŠNI MARKETING I DRUŠTVENE MREŽE – KAKO STRATEŠKI KOMUNICIRAJU HRVATSKI BRENDOVI BEZALKOHOLNIH PIĆA ----- 323
Tomislav Kučina, Lucija Mihaljević, Krešimir Dabo
6. ANALIZA SUSTAVA FINANCIRANJA JEDINICA LOKALNE I PODRUČNE (REGIONALNE) SAMOUPRAVE U REPUBLICI HRVATSKOJ----- 344
Robert Matic
7. POTENCIJAL INVESTICIJSKIH CIKLUSA KOHEZIJSKIH FONDOVA: OSJEČKO-BARANJSKA ŽUPANIJA I GRAD ĐAKOVO ----- 370
Maja Vizjak
8. ANALIZA SADRŽAJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA HRVATSKIH KORPORACIJA: JE LI PANDEMIJA BOLESTI COVID-19 UTJECALA NA PROMJENU KORPORATIVNE STRATEGIJE KOMUNICIRANJA NA DRUŠTVENIM MEDIJIMA? ----- 389
Marija Volarević Sršen

IV. KULTURA I KOMUNIKACIJE

1. UNESCO I HRVATSKA NEMATERIJALNA BAŠTINA – ANALIZA INFORMIRANOSTI GRAĐANA ----- 411
Krešimir Dabo, Paula Jukić, Marta Takahashi
2. IMPLIKACIJE POLITIKE KULTURNE BAŠTINE EUROPSKE UNIJE NA REGIONALNI ODRŽIVI RAZVOJ: REFLEKSIJE IZ KONTINENTALNE HRVATSKE ----- 433
Jeronim Dorotić

3. PRISUTNOST KULTURE U BRENDIRANJU HRVATSKE NA PRIMJERU PROMOTIVNIH VIDEOMATERIJALA HTZ-a ----- 455
Bernarda Jurić, Matilda Kolić Stanić, Marijana Togonal
4. MOGUĆNOST DECENTRALIZACIJE I FRAGMENTIRANOG PRODORA U KREATIVNE SEKTORE KONTINENTALNE HRVATSKE – STUDIJA SLUČAJA FESTIVAL DORA PEJAČEVIĆ----- 473
Josip Zelić

V. ODGOJ I OBRAZOVANJE

1. VAŽNOST STUDIRANJA NA ENGLISKOM JEZIKU U KONTINENTALNOJ HRVATSKOJ I ISPITIVANJE STAVOVA STUDENATA VISOKOG UČILIŠTA ALGEBRA ----- 492
Tihana Banko, Ana Lokas Čošković, Martina Stadnik
2. SURADNJA ŠKOLA I UDRUGA ZA DJECU S TEŠKOĆAMA: KVALITATIVNO ISTRAŽIVANJE PERSPEKTIVE ŠKOLSKIH PEDAGOGA ----- 520
Ana Blažević Simić, Maja Leskovar
3. NEMAMO VIŠE NI KUNE U DŽEPU, ALI IMAMO PARA – O (NE)USPJELOJ LEMATIZACIJI FRAZEOLOŠKIH SVEZA SA SASTAVNICOM KUNA ----- 543
Damir Mišetić
4. WE HAVE NEVER THOUGHT ABOUT IT BEFORE: CROATIAN VOCATIONAL TEACHERS' UNDERSTANDING OF (EUROPEAN) IDENTITY----- 557
Marko Turk, Siniša Kušić
5. ISKUSTVO I STAVOVI RODITELJA O VAŽNOSTI DJEČJIH IGRALIŠTA ----- 576
Antonija Vukašinović, Kristina Horvat, Bruno Matijašević

VI. POVIJEST

1. FIRST SIGNS OF APPEASEMENT OF OPEN HOSTILITY OF TEH COMMUNIST AUTHORITIES AGAINST THE CATHOLIC CHURCH IN CROATIA BETWEEN 1957 AND 1960 ----- 595
Grgo Grbešić
2. DJELOVANJE I ZNAČAJ HRVATSKE CARINSKE SLUŽBE U PROCESU PROGLAŠENJA NEOVISNOSTI I USPOSTAVE POTPUNE TERITORIJALNE CJELOVITOSTI NA PODRUČJU KONTINENTALNE HRVATSKE ----- 623
Nenad Grgurica
3. PROSTORNO PLANIRANJE I TURIZAM SLAVONIJE – POVIJESNA ISKUSTVA ZA PLANIRANJE BUDUĆNOSTI ----- 647
Jasenka Kranjčević, Dina Stober
4. KARDINAL FRANJO KUHARIĆ I POJAM OPĆEGA DOBRA U HRVATSKOJ (1990. – 1997.)----- 665
Dubravka Petrović Štefanac

5. INTEGRATED MANAGEMENT OF MEDVEDNICA NATURE PARK----- 681
Martina Popijač, Martina Jurjević Varga, Stjepan Posavec, Silvija Zec
6. TVRDI GRAD (CASTRUM) PERNA----- 698
Krešimir Regan, Svebor Andrijević

VII. TURIZAM

1. BRENDIRANJE DESTINACIJE KAO AKTIVNOST TURISTIČKIH ZAJEDNICA:
PRIMJER SLAVONIJE ----- 727
Snježana Boranić Živoder
2. IZAZOVI UPRAVLJANJA TURISTIČKIM AKTIVNOSTIMA NA RIJEKAMA
U ZAŠTIĆENIM PODRUČJIMA – SLUČAJ RIJEKE DRAVE -----743
Irena Bosnić, Božidar Jaković, Elizabeta Namjesnik
3. KORIŠTENJE HASHTAGOVA U TURISTIČKOJ PROMOCIJI NA PRIMJERU
TURISTIČKOG KLASTERA SLAVONIJA ----- 765
Dejan Gluwačević
4. DOPRINOS KULTURNO-POVIJESNE BAŠTINE RAZVOJU TURIZMA
NA RURALNOM PODRUČJU ----- 787
Barbara Golub, Božidar Jaković, Marina Gregorić
5. ULOGA MALIH OBITELJSKIH HOTELA U ODRŽIVOM RAZVOJU RURALNIH
PODRUČJA ----- 804
Sanela Grujo Vrkljan, Marcela Galeković
6. COMPETENCIES OF HOTEL MANAGERS IN THE REPUBLIC OF CROATIA ----821
Danijel Knežević
7. CURRENT STATE AND DEVELOPMENT POSSIBILITIES OF RURAL TOURISM IN
NORTHWESTERN CROATIA – COMPARISON EITH HUNGARIAN-CROATIAN
CROSS-BORDER COUNTIES ZALA AND SOMOGY ----- 837
Danijela Magdalenić, Marina Gregorić, Ante Rončević
8. PROMET I RAZVOJ ODRŽIVOG TURIZMA U KONTINENTALNOJ
HRVATSKOJ----- 861
Barbara Rudić, Erika Gržin
9. OBITELJSKI SMJEŠTAJ KONTINENTALNE HRVATSKE: STAVOVI
IZNAJMLJIVAČA O UPRAVLJANJU KVALITETOM ----- 876
Renata Tomljenović, Zrinka Marušić, Damir Krešić
10. STAVOVI POSJETITELJA SLAVONIJE O ORGANIZACIJI VINSKIH
DOGAĐAJA ----- 894
Dejan Tubić, Martina Kovačević, Ivana Vidak Teskera
11. UNAPREĐENJE KVALITETE OBITELJSKOG SMJEŠTAJA ----- 910
Ana-Marija Vrtodušić Hrgović

PREDGOVOR

Prva međunarodna znanstveno-stručna konferencija „Kontinentalna Hrvatska: povijesni kontekst, aktualnosti i perspektive u budućnosti“ održana je 30. 11. i 1. 12. 2023. u Đakovu. Cilj konferencije bio je staviti kontinentalnu Hrvatsku u fokus znanosti i struke u Republici Hrvatskoj i šire, ali i doprinijeti kvaliteti života u kontinentalnoj Hrvatskoj. U dva dana konferencije raspravljalo se o temama koje su pokrivale različite aspekte života u kontinentalnoj Hrvatskoj, od ekonomskih, društvenih, demografskih i migracijskih pa sve do povijesnih, kulturnih, odgojno-obrazovnih i drugih.

U okviru skupa održan je i poduzetnički panel u kojemu je poduzetnik Boris Bursać predstavio svoj poduzetnički put, ali i svoje poduzeće BORBUR d.o.o., kao i izložba fotografija lokalnog fotografa Marka Mihla. Također, prvi dan konferencije održana su plenarna izlaganja izv. prof. dr. sc. Hrvoja Volnera pod naslovom Slavonija: od useljeničkog raja do opustjelog prostora i izv. prof. dr. sc. Marka Turka pod naslovom *Quo Vadis* europska dimenzija u obrazovanju, dok je drugi dan predstavljen rad plenarnog izlagača doc. dr. sc. Mišetića pod naslovom *Nemamo više ni kune u džepu, ali imamo para* – o (ne)uspjeljoj lematizaciji frazeoloških sveza sa sastavnicom *kuna*.

Konferencija se održala u suorganizaciji Zavoda za znanstveni i umjetnički rad Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti u Đakovu, Fakulteta za odgojne i obrazovne znanosti iz Osijeka, Instituta za istraživanje migracija, Instituta za turizam, Instituta za razvoj i međunarodne odnose, Filozofskog fakulteta u Osijeku, Ekonomskog fakulteta u Osijeku, Veleučilišta u Virovitici, Veleučilišta u Karlovcu, Akademije za umjetnost i kulturu u Osijeku, Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru, Veleučilišta PAR i Veleučilišta „Nikola Tesla“ u Gospiću te Turističke zajednice grada Đakova.

Sponzori konferencije bili su poduzeća DICE d.o.o., Mukinje d.o.o., LPB d.o.o. i BORBUR d.o.o.

dr. sc. Danijel Knežević,
organizator skupa

FOREWORD

The first international scientific and professional conference titled *Continental Croatia: historical context, current events and future perspectives* took place on November 30 and December 1, 2023 in Đakovo. The aim of the conference was to bring continental Croatia into the focus of science in the Republic of Croatia and beyond, but also to contribute to the quality of life in continental Croatia. During the two-day conference, topics covering various aspects of life in continental Croatia were discussed, from economic, social, demographic and migration-related to historical, cultural, educational, and others.

As part of the conference, an entrepreneur panel was held, during which entrepreneur Boris Bursać presented his entrepreneurial journey and his company BORBUR LLC. Furthermore, the conference included an exhibition of photographs by local photographer Marko Mihal. On the first day of the conference, two plenary lectures were held. The first one was held by Associate Professor Hrvoje Volner, PhD titled *Slavonia: from an immigrant's paradise to a desolate region* and the second lecture was held by Associate Professor Marko Turk, PhD titled *Quo Vadis European dimension in education?* Plenary lecture by Assistant Professor Damir Mišetić, PhD titled *Not a single "kuna" in the pocket, but there's still dough – The (un)successful lemmatization of phraseological expressions with "kuna"* was held on the second day of the conference.

The conference was co-organized by the following institutions: the Institute for Scientific and Artistic Work of the Croatian Academy of Sciences and Arts in Đakovo; Faculty of Education, Osijek; Institute for Migration Research; Institute for Tourism; Institute for Development and International Relations; Faculty of Humanities and Social Sciences, Osijek; Faculty of Economics, Osijek; Virovitica University of Applied Sciences; Karlovac University of Applied Sciences; Academy of Arts and Culture in Osijek; Faculty of Humanities and Social Sciences, Mostar; PAR University of Applied Sciences; The Polytechnic "Nikola Tesla" in Gospić; and the Tourist Board of the City of Đakovo.

The sponsors of the conference were the following companies: DICE LLC, Mukinje LLC, LPB LLC, and BORBUR LLC.

Danijel Knežević, PhD
Conference organizer

I. DEMOGRAFIJA I MIGRACIJE

I. DEMOGRAPHY AND MIGRATION

IZOLIRANA I NESTALA BANIJSKA NASELJA

Izvorni znanstveni rad

Filip Škiljan

Institut za istraživanje migracija
Trg Stjepana Radića 3
10000 Zagreb
Filip.Skiljan@imin.hr

Ana Perinić Lewis

Institut za istraživanje migracija
Trg Stjepana Radića 3
10000 Zagreb
Ana.Perinic.Lewis@imin.hr

Lana Peternel

Institut za društvena istraživanja
Frankopanska 22/I
10000 Zagreb
lanapeternel@idi.hr

Sažetak

Ruralna naselja u kontinentalnoj Hrvatskoj obilježena su snažnom depopulacijom, prometnom izoliranošću i velikim brojem napuštenih i praznih mjesta. Područje Banije desetljećima je posebno izloženo snažnoj depopulaciji. Od 195 nenaseljenih mjesta u Hrvatskoj 2021. godine, čak njih 13 je na području Banije. Banijska napuštena naselja, u kojima nitko više ne živi pored ruševina ili tragova kuća i okućnica, s devastiranom infrastrukturom, nepostojećim javnim prijevozom i, na kraju, u potpuno zapuštenim ruralnim krajolicima, svjedoče demografskom slomu, izumiranju i nestajanju. Raznoliki razlozi (migracije, ratovi i katastrofe, ekonomski i politički razlozi) doveli su do društvene i kulturne izolacije. U ovome radu prikazat će se prazna i napuštena naselja (Baturi, Bišćanovo, Brubno, Donja Trstenica, Donji Selkovac, Gornje Jame, Turčenica, Kobiljak, Ostojići, Zut, Bukovica i Mala Vranovina) pomoću dokumentiranja devastiranih i danas jedva vidljivih ostataka materijalne kulture. Uz to analizirat će se „svakodnevnica u prošlosti“ korištenjem arhivske građe o stanovnicima i životu u prošlosti te pomoću iskustava, doživljaja, sjećanja i privatne arhive (sačuvani predmeti, fotografije) njihovih bivših stanovnika.

Ključne riječi: izolacija, praznina, napuštena naselja, Banija, arhivi svakodnevice

ISOLATED AND LOST SETTLEMENTS IN BANIJA REGION

Abstract

Rural settlements in Continental Croatia are characterized by severe depopulation, traffic isolation, and a large number of abandoned and empty settlements. The Banija Region has been particularly affected by severe depopulation for decades. Of the 195 uninhabited settlements in Croatia in 2021, as many as 13 are in the Banija Region. Uninhabited and abandoned settlements, where no one lives anymore next to the ruins or traces of houses and gardens, with devastated or destroyed infrastructure, non-existent public transport, and completely neglected rural landscapes testify to demographic collapse, extinction, and desertion. Various reasons (migrations, wars and disasters, economic and political reasons) have led to social and cultural isolation. In this paper, we will show empty and abandoned settlements (Baturi, Bišćanovo, Brubno, Donja Trstenica, Donji Selkovac, Gornje Jame, Turčenica, Kobiljak, Ostojići, Zut, Bukovica, and Mala Vranovina) by documenting the devastated and barely visible remains of material culture. In addition, we will analyse “everyday life in the past” using archival material about life in the past, and through the experiences, memories, stories, and private archives (preserved objects, photos) of their former residents.

Keywords: isolation, emptiness, abandoned settlements, Banija Region, archives of everyday life

1. UVOD

Na primjeru pražnjenja latvijskih sela, Dace Dzenovska (2020: 12) pokazala je kako je praznina „složena društvena tvorevina, koja je u isto vrijeme vidljiva stvarnost, način života te izraz kojim ljudi opisuju svoje živote”. Stoga izumiranje naselja nije samo „iščeznuće naselja kao aglomeracije stalnih stanovnika” (Nejašmić 1991: 79), već je to trajna transformacija materijalnog i duhovnog prostora koji suštinski te nepovratno mijenja cijelu društvenu strukturu izoliranih, ranjivih zajednica. U Republici Hrvatskoj prema popisu stanovništva iz 2011. godine postojalo je 150 nenaseljenih naselja, 40 naselja u kojima živi tek jedan stanovnik i 58 naselja s dva stanovnika koja su u razdoblju od posljednjeg popisa također potpuno opustjela. Prema popisu iz 2021. godine broj

napuštenih naselja povećao se, pa je tako sada u Hrvatskoj 195 napuštenih naselja. Nestanak naselja kontinuiranim negativnim procesima trajnog prese- ljenja stanovništva te napuštanje mjesta stanovanja za posljedicu ima gubitak primarno ekonomskih, a potom kulturnih, društvenih i duhovnih vrijednosti. Nenaseljena naselja istodobno su prazna i nevidljiva, ali su uvijek statistički očigledna kao dio loše i pasivne državne politike (Dugački, Peternel i Škiljan 2021). Dok su danas globalni gradovi (najčešće se kao primjeri navode New York, London i Tokyo) mjesta intenzivne povezanosti gdje se gradi budućnost (Sassen 1991), istodobno ruralna naselja postaju mjesta nepovezanosti (osobi- to u perifernim i deindustrijaliziranim regijama zemalja tzv. Globalnog juga - subsaharske Afrike, Latinske Amerike, dijela Azije i Bliskog istoka), gdje se pozitivne buduće strategije doživljavaju kao izvanjske perspektive za neke udaljene prostore (Vaccaro, Harper i Murray 2016).

Stoga se u ovome radu¹ analiziraju nestala naselja Banije preko gubitka osnovnih konstitutivnih elementa: gubitak stanovništva, urušavanje infra- strukture, različitih društvenih praksi i slično. Za ovu hrvatsku regiju smje- štenu u međurječju Gline, Une, Save i Kupe koriste se tijekom povijesti i dan danas dva različita naziva: Banija i Banovina (Lončar 2014). Oba imena nastala su od riječ ban i u naizmjeničnoj su upotrebi kroz petstotinjak godina. Iako je ime Banovina u 21. stoljeću preporučeno i prevladava u jezičnim priručnicima i zemljopisnoj literaturi (Vidović 2021), ime Banija dopušteno je. U radu se istra- žuju naselja i koriste se većinom ktetici (posvojni pridjevi od imena naseljenog mjesta). U izvorima i iskazima sugovornika pojavljuje se ktetik banijski (prema Banija), a ne banovinski (prema Banovina). Zato je odlučeno da se u radu ko- risti oblik Banija i ktetik banijski. U radu se također propituje nestajanje kao iskustveni proces obilježen općim društvenim i individualnim vrijednostima. Cilj je prikazati kako ljudi koji su napustili sadašnja napuštena naselja opisuju svoja iskustva i živote. Pretpostavka je da praznina, kao i nestajanje, definiraju osobne i opće dominantne vrijednosti prostora i vremena. Činjenica da naselje nestaje redefinira vremenski tijek i odnose ljudi, državnih institucija i politika prema materijalnom i duhovnom nasljeđu cijele Republike Hrvatske i Europ- ske unije.

Nestala naselja identificiraju se i reprezentiraju kao prazni prostori mate- rijalizirani u obliku napuštenih kuća, gospodarskih zgrada, domova bez ljudi, škola bez učenika, crkvi bez vjernika te zapuštenih, obnovljenih i zaboravlje-

1 Rad je nastao u okviru slovensko-hrvatskog bilateralnog projekta „Izolirani ljudi i zajednice u Sloveniji i Hrvatskoj (ISOLATION)”, HRZZ IPS-2022-02-3741, (voditelji: dr. sc. Lana Peternel, Institut za društvena istraživanja Zagreb, Hrvatska i dr. sc. Dan Podjed, Znanstvenoraziskovalni center Slovenske akademije znanosti in umetnosti, Institut za slovensko narodopisje, Ljubljana, Slovenija).

nih groblja s fokusom na „njihovu mijenu, transformaciju i nepoznatost” (Kociatkiewicz i Kostera 1999, Dzenowska 2020). Kako bi se rekonstruirala povijest nestalih naselja, njihovi stanovnici i „svakodnevnica u prošlosti” analizira se arhivska građa kao izvor informacija. Koncept istraživanja svakodnevlja u prošlosti preuzet je iz povijesti svakodnevice i historijske antropologije koje su usmjerene na istraživanje specifičnih, pojedinačnih povijesti te iskustava pojedinaca i zajednica, a istraživači, često interdisciplinarnim povezivanjem i korištenjem različitih metoda (arhivskim istraživanjima, usmenom predajom i etnografijom), nastoje steći uvid u suvremena društvena i kulturna pitanja ispitujući njihov povijesni razvoj.

Na primjerima nestalih naselja većinom se zna tko je bio posljednji stanovnik ili stanovnica, njegovo ime i prezime, dob i godina napuštanja mjesta (odlaska iz mjesta ili godina smrti). Gdje je to bilo moguće, izneseni su i doživljaji „svjedoka praznine” (Gupta 2018), posljednjih stanovnika koji su tamo živjeli svjesni da poslije njih ne ostaje nitko.

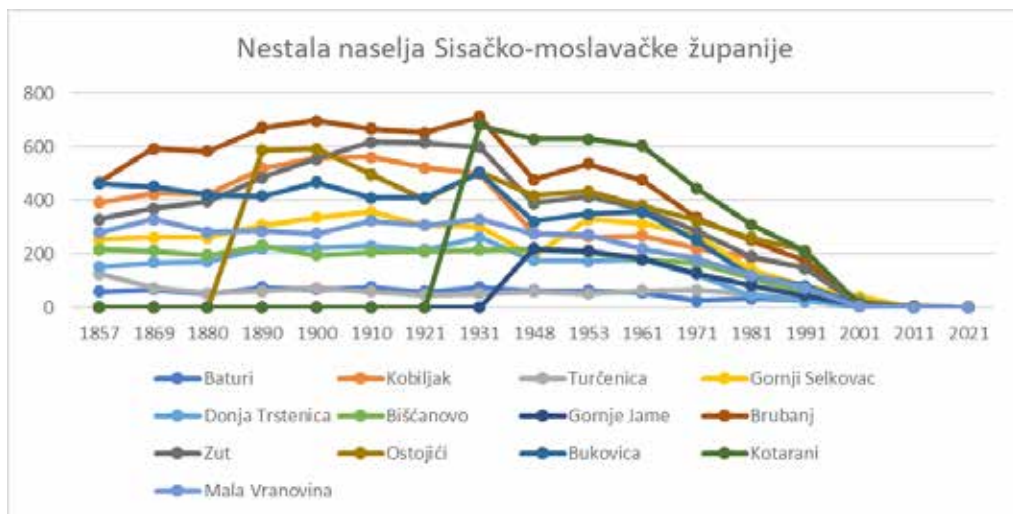
Za istraživanje doživljaja i iskustava raseljenih, bivših stanovnika nestalih naselja, koristi se i koncept bezmjesnosti socijalnog geografa Edwarda Relpha (1976: 90) u dijelu koji se bavi gubitkom iskustva mjesta i gubitkom značenja mjesta. Mjesto je lokacija ispunjena značenjem (Creswell 2004: 7), „mjesnost podrazumijeva ukorijenjenost i pripadnost, odnosno volju i izbor, dok bezmjesnost označuje gubitak značenja” (Ursić 2009: 1145). Mjesto je „kulturno značenjski prostor: ovo poimanje uključuje geografsku situiranost i/ili fizičku usidrenost društvene akcije i simboličku dimenziju odnosa ljudi prema prostoru i ljudi u prostoru međusobno” (Čapo i Gulin Zrnić 2011: 27). Ako „se mjesta kontekstualiziraju kroz značenja ostvarenjem međuljudskih, kulturnih i društvenih odnosa” (Low i Altman 1992: 7), iseljavanjem posljednjih stanovnika ona zapravo gube svoja primarna socio-kulturno utemeljena značenja. Napušteni i izolirani krajolici postaju prostori kojeg samo sjećanja i osobna iskustva pojedinca mogu učiniti živima u smislu uvida u povijesnu socijalnu dinamiku nestajanja i pražnjenja (Dzneońska 2020). Za bivše stanovnike i njihove potomke nestalo naselje „više nema ulogu doma jer više ne postoji kao životna sredina, već živi samo kao mjesto sjećanja” (Čapo 2011: 350). Za ljude koji pamte prazne prostore, proces stvaranja doma odvija se u „ispunjenom” prostoru i okruženju, što kreira jedinstvenu komparativnu perspektivu i povezuje prazninu sa živim prostorima specifičnom dihotomijom i značenjima. Oni se prisjećaju nekadašnjeg krajolika i života u rodnim selima, ali i u njima (pro)življenog vremena jer prema Tuanu (1974: 245) „mjesta su lokacije u kojima ljudi imaju duge uspomene”. U iskazima se javljaju i nostalgična sjećanja, „čežnje za izgubljenim mjestom i vremenom”, „čežnje za domom koji više ne postoji” i „osjećaj gubitka i izmještenosti” (Boym 2007: 7).

2. BANIJSKE PRAZNINE

Područje obuhvaćeno ovim radom o izolaciji je Banija. Nalazi se na istočnoj granici Hrvatske, blizu Bosne i Hercegovine. Unatoč tome što je udaljena samo 45 minuta vožnje od glavnog grada Zagreba, Banija je prema mnogim pokazateljima jedno od najizoliranijih područja u Hrvatskoj. To se može vidjeti gledajući zapuštenu infrastrukturu, nisku stopu naseljenosti, dobnu strukturu stanovništva, visoku stopu nezaposlenosti te slabo razvijenu gospodarsku djelatnost (Lončar i Pavić 2020: 202). Međutim, izolacija i zanemarivanje regije već su se osjećali i ranije. Regija Banija i njezino stanovništvo u svojoj su povijesti obilježeni ratovima, stradanjima, raseljavanjima, katastrofama, ekonomskom devastacijom, prometnom izoliranošću i visokom razinom depopulacije. Dana 29. prosinca 2020. dogodio se potres magnitude 6,4 Mw (6,2 ML) koji je pogodio regiju, s epicentrom udaljenim otprilike tri kilometra od Petrinje, imao je teške posljedice, oštetivši ili uništivši 41.000 kuća i infrastrukturnih zgrada, a ukupna financijska šteta procijenjena je na 5,5 milijardi eura (Kersten-Pejanić 2022: 103). Potres je katastrofa koja je pokazala razmjere kontinuirane depopulacije, društvene nejednakosti i ekonomske zanemarenosti, dodatno pogoršavši nepovoljne životne uvjete i izolaciju u Baniji. Ovaj dominantno ruralni prostor sastoji se od seoskih naselja i manjih gradova, od kojih su posljednja dva desetljeća mnoga naselja demografski izumrla i potpuno iščeznula (Dugački, Peternel i Škiljan 2021).

Na području Banije postoji 13 naselja u kojima prema popisu stanovništva iz 2021. godine više nema stanovnika (**slika 1**). Od toga su dva naselja smještena na području Općine Topusko (Bukovica i Mala Vranovina), četiri na području Općine Dvor (Kobiljak, Kotarani, Ostojići i Zut), a njih sedam na području grada Gline (Gornje Jame, Brubno, Gornji Selkovac, Donja Trstenica, Bišćanovo, Turčenica i Baturi). Prema nacionalnom sastavu u devet su naselja prije Domovinskog rata pretežno živjeli Srbi (Gornje Jame, Brubno, Baturi, Bukovica, Mala Vranovina, Kobiljak, Kotarani, Ostojići, Zut), a u njih četiri Hrvati (Gornji Selkovac, Donja Trstenica, Bišćanovo i Turčenica).

Slika 1. Prirodno kretanje stanovništva 13 nestalih naselja Sisačko-moslavačke županije



Izvor: Rad autora (<https://dzs.gov.hr/u-fokusu/popis-2021/88>).

Radilo se o udaljenim naseljima koja su i prije Domovinskog rata bila loše povezana prometnicama s općinskim središtima, a koja su nakon tog rata zbog depopulacije i ratnih razaranja izgubila osnovne infrastrukturne elemente. Vidljivo je da se u neka od tih naselja nakon Domovinskog rata nitko nije vratio, a da su u nekima godinama nakon rata pojedinci živjeli u vrlo teškim uvjetima (bez struje, bez vodovoda, bez asfalta, bez pristupnih cesta, mostova i slično). Iako se iseljavanje stanovništva događalo u više razdoblja, može se izdvojiti povijesno razdoblje najvećeg demografskog pražnjenja koje je dovelo do nestanka naselja. U nastavku se donose podatci o 13 nenaseljenih sela na Baniji koja su grupirana prema razlozima njihova napuštanja i nestanka u nekoliko većih skupina: a) naselja nestala zbog ratnih zbivanja; b) naselja nestala zbog propadanja i nestanka infrastrukture te prometne izoliranosti; c) naselja nestala zbog ekonomskih razloga. Analizirat će se „svakodnevica u prošlosti“ korištenjem arhivske građe o stanovnicima i životu u prošlosti te pomoću iskustva, doživljaja, sjećanja i privatne arhive njihovih bivših stanovnika. Posebno je zanimanje za današnje stanje napuštenih sela i njihovo istodobno postojanje i nepostojanje istraživanjem izoliranog, napuštenog i praznog krajolika s materijaliziranim ostacima nekadašnjeg mjesta (preko ruševina građevina i predmete).

3. NASELJA NESTALA ZBOG RATNIH ZBIVANJA

Većina naselja koja pripadaju gradu Glini nestala su nakon Domovinskog rata (Gornje Jame, Gornji Selkovac, Baturi, Bišćanovo). U selima Gornje Jame i Gornji Selkovac u ratnim zbivanjima stradalo je stanovništvo. Navođenjem dostupnih arhivskih dokumenata i građe donosi se pregled različitih interpretacija i uzroka napuštanja naselja. Pomoću digitalnih izvora (*online* novine koje imaju stalne rubrike s vijestima iz istraživanog prostora, elektroničke publikacije i mrežne stranice župa i lokalnih udruga, grupe na društvenim mrežama) o nestajanju naselja i arhivske građe želi se prikazati na koji se način dokumentiraju procesi napuštanja naselja. Digitalni izvori interpretiraju arhivske dokumente najčešće navodeći vrijeme nastanka naselja, administrativnu pripadnost, statistiku kretanja stanovništva prema nacionalnosti, vjeroispovijesti te popis prezimena. Digitalni izvori navode i najznačajnije događaje povezane s procesima nastajanja ili napuštanja naselja i prostora, kao što su ratna događanja, migracijski i ekonomski razlozi te srodne teme. Raznorodni digitalni izvori bogati su opisima jedinstvenih događaja koji govore o pokušajima revitalizacije ili „vraćanja na djedovinu ili rodnu grudu” nekadašnjih stanovnika. Kombinacijom sekundarnih digitalnih izvora, arhivskih dokumenata i etnografskih istraživanja želi se istražiti kompleksnost izolacije kao višeznačnog pojma podložnog različitim interpretacijama.

3.1. Gornje Jame (Grad Glina)

Naselje Gornje Jame postoji od 18. st., a polovicom 19. st. selo je pripadalo I. banskoj pukovnji, satniji Stankovac. Naselje je bilo dio Vojne krajine do 1881. godine, a nakon toga inkorporirano je u civilnu Hrvatsku (Valentić 1987). Selo Jame (i Gornje i Donje) prema popisu stanovništva iz 1857. godine ima 506 stanovnika, od čega 401 rimokatolika koji potpadaju pod Župu Jame te 105 pravoslavnih koji potpadaju pod Parohiju Glina. Naselja Donje Jame i Gornje Jame iskazuju se od 1948. godine. Do 1931. iskazivano je naselje Jame, za koje su podatci sadržani u naselju Donje Jame. Od 1900. do 1948. podaci za Gornje Jame sadržani su u naselju Gračenica Šišinečka, a u 1857. godini u podacima za naselje Mala Solina. U naselju se spominju prezimena Perković, Jurković, Uzelac, Ćorić, Đukić, Fabac, Kireta, Kuštreba, Liković, Marinović, Panižić, Pavlović, Sremić, Ulmann, Vrbanac i Šanović. Selo Gornje Jame nestalo je nakon 1991. godine. Naime, u naselju je počinjen ratni zločin. U mjesto je 11. prosinca 1991. godine upala srpska paravojna formacija, tzv. Šiltovi, ubili su dvanaestero seljana (jedanaest Hrvata i jednog Srbina), među kojima je bilo i troje malodobne djece. Sve su žrtve nakon ubojstva zapaljene, kao i čitavo selo. Ubijen je

i pedesetogodišnji Srbin Gojko Pavlović, koji je ostao sa susjedima Hrvatima u selu (ostali su Srbi napustili selo još prije) te se usprotivio likvidaciji Hrvata. Na inicijativu hrvatskoga branitelja Ivice Kušterbe (iz 2006.) podignut je 2012. godine spomenik u napuštenim Gornjim Jamama za poginule 1991. u selu (kao i za žrtve iz sela Donje Jame) (Vuković 2007 *Glas koncila*). Pokraj spomenika svake se godine održava komemoracija. Šumski put vodi do spomenika, a nakon njega postoji još samo staza koja ukazuje da se nekada ovdje nalazilo selo. Duboko u šumi stoje još uvijek ostatci kuća i bunar, a nedaleko njega i pravoslavno groblje zaraslo u gustu šumu. Uokolo naselja stoje natpisi da je čitavo područje minirano. U selo se nakon rata nije nitko vratio (slika 2 i slika 3).

Slika 2. Oznaka za minirano područje u naselju Gornje Jame (Grad Glina)



Izvor: Škiljan, F., 2020.

Slika 3. Spomen-ploča u spomen-kapelici mještanima stradalim 1991. godine u Gornjim Jamama



Izvor: Škiljan, F., 2020.

3.2. Gornji Selkovec (Grad Glina)

Naselje Gornji Selkovec nalazi se u neposrednoj blizini prometnice koja povezuje Pokupsko s Glinom. Naselje se do 1881. godine nalazilo unutar Vojne krajine. U naselju su živjeli stanovnici hrvatske nacionalnosti. Mjesto je nastalo u 17. st. od naseljenika s lijeve obale Kupe. Godine 1701. zabilježeno je da se Mato Sućec i njegova braća žale zagrebačkom biskupu na pobunjene Vlahe, koji su ih prognali s njihovih posjeda u Selkovcu na kojima su proveli tri godine. Selo se tek kasnije razdvojilo na *Szelkovecz Inferior* i *Szelkovecz Superior*. Prezime na koja se javljaju u naselju bila su Rožanković, Ceković, Muža, Šašo, Milatović, Malinac, Zgurić, Popić, Špoljarić i Žugaj (Gašljević-Tomić 2004: 16). Selo je 1991. godine imalo 74 kuće i pet zaselaka. Uništeno je u napadima s područja Batinske Kose između 29. rujna i 3. listopada 1991. kada su snage vojske tzv. Republike Srpske Krajine težile prodrijeti do rijeke Kupe. U selima Gornji i Donji Selko-

vac ostao je samo jedan civil Hrvat Franjo Sućec koji je tada smrtno stradao (*Izuještaj iz Selkovca i Šatornje*, 2013). U Gornjem Selkovcu se od 2015. godine obilježava dan Svetog Petra i Pavla (29. lipnja ili prvu nedjelju po blagdanu), a misno slavlje predvodi viduševački župnik. Nakon akcije Oluja u kolovozu 1995. bio je planiran povratak stanovništva u Gornji Selkovac, gdje je infrastruktura obnovljena, no stanovnici su se raselili prema Sisku, Velikoj Gorici i u Zagreb (Gašljević-Tomić 2004: 16). U selu postoji nekoliko obnovljenih kuća, ali je većina kuća u ruševinama te stoje neobnovljene. Prema kazivanju Ivana Rožankovića iz Gornjeg Selkovca nekada se svake nedjelje stanovništvo okupljalo oko raspela u mjestu te su ondje svirali. Na blagdan Svetog Petra i Pavla dolazilo je stanovništvo Gornjeg Selkovca i Bišćanova kod raspela (*Glina News* 2017).

4. NASELJA NESTALA ZBOG EKONOMSKIH RAZLOGA

Naselja koja su nestala zbog iseljavanja stanovništva u druge dijelove socijalističke Jugoslavije, u veće regionalne centre Glinu, Petrinju i Sisak ili u inozemstvo u potrazi za boljim životom započela su demografsko pražnjenje i nestajanje još prije Domovinskog rata. Tu spadaju sela Trstenica, Kobiljak i Ostojići. Opisi koji se donose sadrže godine osnutka naselja, kao i sve glavne događaje koji su obilježili povijest života u selu i obližnjim zaselcima. Individualne i grupne inicijative revitalizacije socijalnog života ili materijalnih dobara dio su digitalne arhivske građe. Središnja mjesta u zapisima i opisima života imaju crkve ili kapelice, zadružni domovi i groblja. U arhivskim dokumentima uvijek se donosi broj domaćinstava i stanje poljoprivrednih površina. Emotivna dimenzija očituje se u romantiziranim sjećanjima o vještinama stanovnika u umjetničkim ili radnim aktivnostima. Posebna pažnja pridaje se pojedincima i obiteljima koje skrbe za baštinu nakon što je naselje napušteno. Također, i ovi zapisi sadrže opise stanja nakon Domovinskog rata. Određena naselja (primjerice, Mala Vranovina) imaju svoju „digitalnu inačicu“ u obliku Facebook grupe gdje virtualno okupljaju iseljene stanovnike i njihove potomke.

4.1. Trstenica (Grad Glina)

Sela Trstenica, Golinja (Išeki) i Silaji nalazila su se na sjeverozapadnoj strani Župe Viduševac. Od 1731. do 1789. Trstenica je pripadala Župi Viduševac da bi osnutkom Župe Golinja bila njoj pripojena. Prva drvena kapelica sagrađena je oko 1698., a u svetištu je bio oltar sv. Marije Magdalene. Selo se prvi put spominje u kanonskim vizitacijama Župe Viduševac 1733. godine s napomenom da ima 12 kuća te da je prije pripadalo Župi Pokupsko. Oko kapele bilo je gro-

blje na kojem su se sahranjivali stanovnici sela Trstenica, Golinja, Bišćanovo, Turčenica, Gornja Šatornja i Batinova Kosa (Gašljević-Tomić, Matica glinska, 2004: 18). Godine 1945. kapelica je izgorjela do temelja. Niz godina kasnije, kako svjedoči Spomenica župe Viduševac (1998), na temeljima stare sagrađena je prinosom i radom samih mještana Trstenice, Golinja i Silaja nova kapelica. Glavni je majstor bio Stjepan Kaurić iz Golinje, a 31. kolovoza 1973. godine blagoslovio ju je biskup Josip Salać. Kapelicu su do temelja srušili pripadnici vojske pobunjenih Srba u Domovinskom ratu. Selo Trstenica Dolnja polovicom 19. st. pripadala je I. banskoj pukovnici, satniji Bović, imala je 12 kućanstava i 151 stanovnika. Sabljari u to vrijeme napominje da „ovamo spada hrp. kuća Iški“. Prema popisu stanovništva iz 1900. godine brojila je 222 stanovnika. Svećenik je zabilježio da je 1980. obišao 10 kuća u kojima živi 51 duša, a 1986. godina 9 kuća s 28 duša. Selo je imalo i Područnu školu „Joso Marjanović“, koja je sagrađena poslije Drugog svjetskog rata. Djelovala je do 1969. godine kada je otvorena novosagrađena Područna škola u Bišćanovu. Stara škola u Donjoj Trstenici pretvorena je u Društveni dom gdje su se održavale seoske zabave. Prema kazivanju mještana, selo je imalo i svoje groblje gdje su se sahranjivali mještani Donje Trstenice, sela Iški i Šumari, odnosno Silaji. Za blagdan Svete Marije Magdalene služile su se svete mise. Tada se održavalo i proštenje na kojem su se skupljali ljudi iz okolnih i udaljenijih mjesta. Kao što je zapisano „mještani su bili marljivi“. Teško su se skrbili za preživljavanje svojih obitelji. Pretežno su se bavili poljoprivredom. Sloveli su kao najpoznatiji i najbolji kosci dok se kosilo ručnom kosom i kao dobri svirci, odnosno tamburaši i pjevači. S obzirom na to da nije mnogo ljudi bilo zaposleno u tvornicama u Glini i u Petrinji, zbog teških uvjeta života i rada, mnogo ih je otišlo na privremeni rad u Njemačku. Loš makadamski put i udaljenost od grada krajem 1970-ih potaknuli su iseljavanje stanovnika u okolicu Gline, Petrinje i Siska. Pred početak Domovinskog rata u selu je ostalo tek nekoliko kuća, i to onih čiji stanovnici nisu mogli ili željeli otići. Već početkom 1970-ih nestaje zaselak Medvedi jer se stanovnici iseljavaju oko Gline. Iza njega nestaje zaselak Juraji krajem 70-ih, pa i Goršići. Donja Trstenica također je krajem 1980-ih brojala jako malo stanovnika i kuća (Spomenica župa: Maja, Viduševac, Glina, Mala Solina, 1998). Crkva svete Marije Magdalene potpuno je uništena u ratu krajem 1991. godine (Živković 1996: 387). Svake godine u srpnju župljani Župe sv. Antuna Padovanskog iz Bučice sa župnikom Ivanom Petrovićem proslavljaju svetkovinu Svete Marije Magdalene na temeljima istoimene kapele u Donjoj Trstenici. Okupljaju su se na groblju i pod raspelom slave svetu misu te se na kraju pomole za sve pokojne koji počivaju na ovom gotovo zaboravljenom groblju. Obitelj Išek svake godine prije blagdana uredi groblje. Župljani se sastaju u Donjoj Trstenici i za svetkovinu Svih svetih, a župnik želi željeznim križevima obilježiti sve grobove kako ne bi pali u zaborav (*PS-portal* 2018).

5. KOBILJAK (OPĆINA DVOR)

Naselje Kobiljak nalazi se uz samu graničnu liniju s Bosnom i Hercegovinom u Općini Dvor na obroncima Zrinske gore, 32 km od Dvora. Naselje nastaje u 17. stoljeću, a kao *Kobiliack* spominje se među dvorskim naseljima na jozefinskim kartama 1774/75. (Šimunović 1992: 265). U vrijeme Vojne krajine Kobiljak je pripadao sa Žirovcem i Čavlovicom klasničkoj kumpaniji (selo Donji Klasnić kod Gline) I. banske regimente. Ovdje su prema istraživanju Petra Demića živjele 1948. godine obitelji Vekić (1 osoba), Vilenica (1 osoba), Vladetić (1 kuća, 4 osobe), Vujičić (1 kuća, 11 osoba), Glušac (1 osoba), Dmitrović (1 osoba), Zorić (1 kuća, 2 osobe), Milnović (možda Milanović ili Milinović) (4 osobe), Nikšić (1 kuća, 4 osobe), Ostojić (22 kuće, 116 osoba), Popović (1 kuća, 1 osoba), Putnik (2 kuće, 11 osoba), Stanar (17 kuća, 84 osobe), Suzić (6 kuća, 27 osoba), Čučković (1 osoba), Šaša (1 kuća, 2 osobe) i Šeruga (1 kuća, 1 osoba). Polovicom 19. st. sela Kobiljak i Prosinja bila su zasebna naselja i u selu je postojalo i prezime Kuprešanin. Naselje Kobiljak 1948. pripadalo je Općini Glina, a tek je kasnije priključeno Općini Dvor (Demić 2017a *Portal Poreklo*). Velik broj stanovnika Kobiljaka nakon Drugoga svjetskog rata koloniziran je u Vojvodinu. Agrarne reforme i kolonizacija provodile su se u Hrvatskoj, kao i u cijeloj Jugoslaviji, od 1945. do 1948. Privremena Narodna skupština Demokratske Federativne Jugoslavije izglasala je Zakon o agrarnoj reformi i kolonizaciji 23. kolovoza 1945. godine. Zakon je predvidio dodjeljivanje zemlje u mjestu boravka, ali i preseljenje agrarnih interesenata u naselje gdje ima slobodne zemlje. Tako je stvoren pravni okvir za preseljenje na cijelom prostoru Jugoslavije. U tom razdoblju preselile su i seljačke obitelji iz Dalmacije, Like, Korduna i Banije u Vojvodinu zbog eksproprijacije zemlje njemačkih vlasnika kao dio plana tzv. savezne kolonizacije, što je bila mogućnost za smanjivanje pritiska agrarnog stanovništva i uvećanje zemljišnih fondova u najnapučenijim dijelovima Hrvatske (Maticka 1987: 27-28).

Savo Vladetić, umirovljeni je profesor književnosti iz Prigrevice, čiji su roditelji među prvim kolonistima stigli s Banije u Vojvodinu, ustupio je i svoje originalne zabilješke o tome vremenu, nazvane *Seobama nikad kraja*, koje nam govore o kolonistima – Banovcima, naseljenim u apatinskom kotaru. Vladetić je sastavio i detaljan popis banijskih obitelji koje su se kolonizirale u Prigrevici, a i napisao je zanimljiv lingvistički rad o govoru kolonista u novom zavičaju, dajući tako još jedan prilog izučavanju fenomena kolonizacije na ovim prostorima, posebno vezanih za Baniju i njezine ljude (Ličina 2010 *Portal Novosti*).

„Roditelji su mi iz Kobiljaka, iz zaseoka Prosinja. Otac mi je bio sudionik NOB-a. Demobilisao se u jesen 1945. i podneo molbu za kolonizaciju u Vojvodinu. S Aleksom Čugljom otputovao je u Prigrevicu, odabrao kuću i vratio se po porodicu. Krenuo je s majkom i četvero dece u novi zavičaj drugim transpor-

tom, Banovaca, krajem januara 1946. godine jer su prvim stigli lički kolonisti u oktobru 1945. godine – 466 porodica sa 2.599 lica. S njim je u stočnom vagonu krenula i porodica Dmitra Čuglja, prvog komšije u Kobiljaku. Pošto su imali pravo da povedu i nešto stoke, otac je poveo i dve kobile – Riđu i Vidu – dve krave, pet ovaca, šest svinja i jednog psa (ćenu Bjelova)... Putovali su šest dana od Gline, preko Karlovca, do Zagreba, a odavde na Viroviticu i Osijek do Vinkovaca, te na Staru Pazovu. Novi Sad, Odžake i Sontu do Prigrevice. Sa sobom su poneli i nešto posuđa, ‘robe’ i posteljinu. Na usputnim stanicama porodice su snabdevane hranom, vodom, stočnom hranom, a kolonisti su i zaprašivani radi sprečavanja zaraznih bolesti...”

O iseljavanju stanovništva iz Kobiljaka od 1960-ih nadalje svjedoči i iskaz Nenada Suzića rođenog 1962. godine u Kobiljaku koji je pismeni iskaz autorima teksta dao 2020. godine:

„Krajem šezdesetih i početkom sedamdesetih uslijedile su nove migracije, uglavnom ekonomske. Do ovih migracija je došlo zbog teških uslova života u selu u to vreme. Selo nije imalo put, još uvek nije bilo mehanizacije za obradu zemlje. Prvo su otišle četiri porodice u Dardu u Baranji, a od sredine šezdesetih uslijedio je odlazak mladih prema Glini, Sisku i Zagrebu... Posle ovih migracija u selu je ostalo pet nenaseljenih kuća i više se nije povećavao broj nenaseljenih kuća sve do 1995. godine. (...)”

„Poslije akcije Oluja u selu je ostalo sedam stanovnika, među kojima i moj otac, a ostali su napustili selo i priključili se izbegličkim kolonama prema Dvoru. (...) Posle ratne akcije Oluja imovina stanovnika sela je potpuno uništena, prvo od strane armije federacije Bosne i Hercegovine, a zatim i od strane Hrvatske vojske. Za vrijeme rata jedan broj stanovnika koji su živjeli u gradovima Hrvatske vratio se u selo.(...) U selu su negdje do 2004. godine živjeli Dušan Suzić i njegova supruga (čijeg imena ne mogu da se setim) i mislim da su oni bili posljednji mještani sela. Njihov sin ih je odveo 2004. u istočnu Slavoniju.”

Iseljeni stanovnici Kobiljaka međusobno se druže u mjestima doseljenja održavajući sjećanja na rodno mjesto, ali u većini slučajeva zbog njihove dobi, stanja potpune zapuštenosti naselja i činjenice da ih njihova djeca ne podržavaju u idejama o povratku jer se ondje ne bi mogli brinuti o njima, više ne posjećuju Kobiljak.

„Moji roditelji su razmišljali da se vrate u Kobiljak, ali smo se moji sestra, brat i ja tome usprotivili, pa su ipak ostali u Beogradu da žive. Početkom 2000. su posetili selo i kada su ga ugledali opustošeno i razrušeno, shvatili su da smo bili u pravu i u potpunosti su izgubili volju za povratkom. Sve je bilo zapušteno, zaraslo, srušeno. Tamo danas niko ne živi, tako da bi povratak tamo bio kao odlazak na pusto ostrvo. Roditelji održavaju kontakte sa svojim Kobiljačanima, viđaju se na okupljanjima u Beogradu i okolnim mestima, dok moja generacija više nema tih veza. Moj otac, Branko Suzić, rođen 1936. godine, danas

predstavlja, vrlo vjerojatno, najstarijeg bivšeg mještanina Kobiljaka. U Kobiljaku sam posljednji put bio prije sedam ili osam godina. Jedva sam se probio do naselja, a u kuću nisam uspio ući budući da je sve bilo zaraslo.”

Još 2018. godine neka poljoprivredna zemljišta na području Kobiljaka bila su minirana. Tek krajem te godine bilo je deminirano područje uz samu granicu s Bosnom i Hercegovinom (*Izviješće o provedbi plana o protuminskom djelovanju za 2018. godinu*).

5.1. Ostojići (Općina Dvor)

Prezimana stanovnika sela Ostojići bila su Ostojić, Galijaš i Dražić. Selo je smješteno nedaleko Kobiljaka na Zrinskoj gori. U 17. stoljeću osmanlijsko-hrvatska granica protezala se grebenima Zrinske gore. Duž te granice Osmanlije raspoređuju nove doseljenike iz Bosne. Oni im grade karaule, stražarnice (usp. tamošnje toponime Stražbenice) i vlastite nastambe, koje su bile jezgre današnjih naselja: Volinja, Kirišnica, Jovac, Šakanlije (sa zaseocima), Bujinski Riječani, Lotine, Dabići, Vukelići, Rogulje, Zrinski Brđani (sa zaseocima), Švrakarica, Grabovica, Gorička, Maljkovići, Ljeskovac (sa zaseocima), Kulište (južna kapija prema Gvozdanskom), Rujevac, Čavlovica, Čukur (D. Žirovac), Ostojići, Kobiljak i dr. Ovdje valja spomenuti 40-ak čardaka koji se podižu od godine 1694. u kordonu s druge strane na Trgovskoj gori, od Ostojića do Strugara i Korlata linijom razgraničenja po odredbama Karlovačkog mira. Jedan od njih je Popova kula (Ostojići). Većina tih naselja spominje se prvi puta u vrelima u 18. stoljeću. U sjevernom luku pružanja Zrinske gore, u kraju gdje su se otprije nalazila hrvatska naselja i utvrde Zrin, Gorička, Pedalj, Stupnica, Gvozdansko, Žirovac, Osmanlije naseljavaju pretežito srpsko pučanstvo, koje je organizirano u porodično-plemenskim zadrugama, što se odražava na imenima novoosnovanih naselja. Njihova su imena porodično-patroninskoga tipa u množini motivirana imenom (nadimkom ili zanimanjem) rodočelnika. Takva su od spomenutih: Lotine, Dabići, Maljkovići, Ostojići, Vukelići, Rogulje, Šakanlije itd. (Šimunović 1992: 263). U selu su tijekom Drugog svjetskog rata stradala 82 stanovnika, civilne žrtve rata, te 44 partizana srpske nacionalnosti (Ostojić i Đermanović 1991a: 430; Ostojić i Đermanović 1991b: 501). Prema riječima Boška Ostojića iz Ostojića mještani naselja pretežno su se bavili poljoprivredom. Manji broj ljudi bio je zaposlen u Dvoru. Tijekom Domovinskog rata veći broj onih koji su ostali, ubijeni su u vrijeme akcije Oluja. Svi koji su nosili prezime Ostojić slavili su slavu Svetoga Mitra (8. studenoga). Danas je to područje potpuno pusto, a jedino policija koja nadzire tzv. „suvu među” između Bosne i Hercegovine i Hrvatske održava cestu koja povezuje Žirovac s Bojnom, a prolazi kroz Kobiljak i Ostojiće.

6. NASELJA NESTALA ZBOG PROPADANJA ILI UNIŠTENJA INFRASTRUKTURA I ZBOG PROMETNE IZOLIRANOSTI

Nepostojanje ili nestanak infrastruktura jedan je od glavnih razloga nestanka naselja Brubno (Općina Glina) i Mala Vranovina (Općina Topusko). Neodržavanje cesta i putova, loša lokalna prometna infrastruktura i prometna (ne) dostupnost dovela je do prometne izoliranosti glinskih sela Batura, Biščana i Turčenice, sela Bukovice na području Općine Topusko te sela Zuta i Kotarana u Općini Dvor. Prometna infrastruktura donosi osnovne uvjete modernog života, o njoj ovisi gospodarstvo, kultura i životni standard jer omogućuje protok dobara, rada i usluga te društvenu mobilnost (Jarec 2021: 89). Primjeri ovih nestalih banijskih sela pokazuju kako je infrastruktura, kao izgrađena materijalnost, u drugom planu za one koji nisu zauzeti njihovom izgradnjom, popravcima ili analizom i da postaju vidljive tek kad se dogodi njihovo propadanje i gubitak (Star i Ruhleder 1996; Star 1999). Osim toga, odluke o neobnavljanju propale ili razorene infrastrukture dovode do diferenciranja populacija i stvaranja nejednakosti (Appel, Anand, i Gupta 2018: 5), izoliranosti, marginalizacije, povećanja ranjivosti zajednica te u konačnici do iseljavanja stanovnika i nestanka naselja (Dugački, Peternel i Škiljan 2021).

6.1. Brubno (Grad Glina)

Selo Brubno u sastavu je grada Gline u Sisačko-moslavačkoj županiji i prostire se na površini od 16,49 km². Poznato po srednjovjekovnoj utvrdi koja je pripadala obitelji Babonić, a koja se nalazi iznad naselja. Selo je formirano nakon dolaska pravoslavnih doseljenika u 17. stoljeću i pripadalo je Vojnoj krajini do razvojačenja 1881. godine. U mjestu su živjele obitelji Janus, Radanović, Ostojić, Karapandža, Vujasinović, Birač, Brkić, Jović, Kupreščanin, Relić, Resanović, Vujaklija, Šaša, Šikanja (Demić 2017b *Portal Poreklo*). Pojavljuju se dva naziva za naselje Brubno i Brubanj, drugi oblik naziva češće koristi srpsko stanovništvo.

Nakon Domovinskog rata selo je napušteno. Razlog zbog kojeg su povratnici napustili Brubanj leži u činjenici da od rata naovamo u ovo selo nije vraćena struja. Selo je bilo elektrificirano 1971. godine. Posljednji stanovnik Milan Karapandža otišao je iz sela 2015. godine. Nije jednostavno pronaći nekoga tko je ovdje živio jer su se mještani raštrkali po svijetu. Novinar Branko Karapandža iz Zagreba koji je djetinjstvo proveo u Brubnom naglašava da je glavni razlog nestanka sela to što nakon rata nije obnovljena električna mreža.

„Ne razlikuje se Brubanj od većine banijskih sela u koje su se ljudi, nakon rata, vratili, ostali i opstali. Razlog zbog kojeg su povratnici napustili Brubanj leži u činjenici da, od rata naovamo, u ovo selo nije vraćena struja. Ima danas na Baniji dosta kuća bez struje, pa i čitavih zaselaka, ali Brubanj je jedinstven jer više od dvadeset godina struje nema u cijelom selu. Oni koji su se vratili, bez struje nisu dugo izdržali i sve su ostavili.”

U iskazima Stevena Ostojića, iseljenog stanovnika, prisutna su sjećanja na stanovnike sela iz njegovog djetinjstva i mladosti, ali i na sortu krušaka koje su rasle u selu.

„Kraj svake kuće kraj koje prođemo, meni se ukažu likovi domaćina i njegovih ukućana. Sve sam ih poznao i s njima živio. Nikad više onakve ljepote i onakvih ljudi. (...)”

„E, vidite, za ovu krušku, kad sam bio dijete, govorili su da ima sto godina. To je sorta makarija. Babe su je kuvale i pekle. Znale su je i naribati pa ispeći pitu. Čini se da je u Brubnju ostala samo ova makarija.” (Jurišić 2016 Portal Novosti)

6.2. Mala Vranovina (Općina Topusko)

Selo Mala Vranovina nalazi se u Općini Topusko u Sisačko-moslavačkoj županiji i prostire se na površini od 9,27 km². Nekada su bila u selu prezimena Miljević, Mamuzić, Čelap, Vekić i Vojnović. Selo je u Drugom svjetskom ratu bilo nastanjeno sa 150 Slovenaca prisilno iseljenih iz Štajerske u okviru nacističke politike preseljavanja slovenskog stanovništva u NDH, a srpsko je stanovništvo imalo 77 poginulih i umrlih (Baić 1980: 638-642). Prošlo je dvadeset i osam godina kako je srušen most preko Gline kraj Topuskog koji je vodio prema Maloj Vranovini, a novi most nije izgrađen. O stanovniku koji želi most da bi se mogao vratiti 2016. izašao je članak u *Novostima*. Stojan Čelap rođen prije 55 godina u Maloj Vranovini živi kao podstanar u Topuskom i čeka preseljenje u svoju kuću. Iz njegovih iskaza vidljivo je koliko nedostatak glavnih infrastrukture otežava povratak u napušteno selo.

„Prije pet, šest godina umrle su dvije starice iz Male Vranovine koje su, kao i ja danas, čekale u tuđoj kući u Topuskom da se izgradi most. Od tada, ja sam jedini koji most strpljivo još uvijek čekam. Živim u nadi da ću jednoga dana preseliti u Malu Vranovinu. Odem ja svake godine u selo. Nekada pregazim rijeku kada je plića, nekada me poneki ribar prebaci čamcem, a nekada, boga mi, pješačim skoro 30 kilometara okolnim putem. Moje kuće više nema, pa prespavam u jednoj, kako-tako čitavoj kućici. Vrijeme iskoristim da obiđem selo, sve njegove sokake i staze, svaku kuću. Tada me obuzme tuga. Sve te ljude sam poznao, znam sva imena, znam kako su izgledali, s njima sam se u dje-

tinjstvu igrao i krao tuđe kruške, kasnije se školovao i bečario po selu, a sada nema nikoga. Samo zlokobna tišina u svakoj avliji. (...)

„(...) Ako netko taj most i nekim čudom napravi, budite sigurni da ću biti prvi koji će preći preko rijeke. I vi novinari više nećete moći pisati da je Mala Vranovina napušteno selo. Tamo ću vas dočekati ja i ponuditi rakijom. Dok sam ja živ selo neće biti napušteno, samo mi dajte taj most...” (Jurišić, Vladimir 2015 Portal Novosti)

Mala Vranovina i njezini stanovnici danas postoje u virtualnom prostoru. Postoji grupa „Mala Vranovina” na Facebooku koja je otvorena 2011., ima 152 prijatelja, pretežno stanovnika i potomaka stanovnika mjesta. Na stranici je fotografija ploče s imenom mjesta, drugih fotografija nema. Okupljeni u grupi najčešće su izmjenjivali objave i komentare koji govore o nostalgiji:

„Vranovino moja zašto si nam pusta!!!”

„E selo jadno koje više ne postoji, tuga ostaje i da se sjećamo teškog života.”

„E selo moje, mladosti moja!!!”

Samo jedan komentar iz 2011. godine sadrži želju za povratkom:

„eeeeeeee opet će moja noga tamo koračati moraju djeca znati odakle su.”

Posljednja objava na stranici datirana je 22. rujna 2012. godine. (Facebook grupa „Mala Vranovina” https://www.facebook.com/mala.vranovina/?locale=hr_HR, pristupljeno 12. 5. 2023.).

6.3. Baturi (Grad Glina)

Naselje Baturi nalazi se sjeverozapadno od grada Gline, sjeverno od prometnice Glina – Vrginmost. Selo se spominje prvi put u Matici krštenih Župe Viduševac 24. travnja 1747. godine, kada je kršten Juraj, zakoniti sin Mihaela Žagara i Katarine Ivanić „ex Baturevo”. Godine 1771. imalo je 8 kuća s 46 stanovnika. Obveznici davanja lukna u „dorf Botturi” bili su Miho Gregurich, Miho Czernolatecz, Jacob Sager, Miko Zar i Gyura Maverla. Naselje je do 1991. godine nosilo naziv Boturi. U mjestu su krajem 18. st. postojala prezimena Crnolatac, Mavrlija, Car, Gregurić i Schneck. Mjesto je pripadalo I. banskoj pukovnici, satniji Bović, te je polovicom 19. st. stoljeća imalo 5 kuća sa 60 stanovnika (Gašljević-Tomić, 2004, 15). Naselje je bilo nastanjeno Hrvatima, rimokatolicima. Još 2001. u selu je živjelo šest ljudi u pet kućanstava, no nestalo je zbog prometne izoliranosti i ratnih zbivanja.

U zapisima Marjana Gašljevića o napuštenim selima glinske općine vidljivi su iskazi o prometnoj izoliranosti naselja prije rata i ratnim zbivanjima koja su uzorkovala nestanak sela:

„(...) Putevi kojima smo hodili i nisu bili nešto. Ljeti za suhog vremena gacali bi po dubokoj prašini koja bi se, pak, s kišom pretvarala u more ljepljiva blata. A što je kome i trebao bolji put kada su njime hodili samo pješaci, stoka i zaprege tada još, najviše, drvenih kola. Mislim da je te putove najbolje oslikala moja majka koja bi me grdila kada bih se zablatio: ‘Ti kao da si došao iz Batura.’ Baturi su, naime, najudaljeniji pa kada su ljudi dolazili u viduševačku crkvu ili išli srijedom na sajam u Glinu bili bi blatnjavi od glave do pete.” (Gašljević 2019 PS- portal)

„Tim sam putevima hodio i, najviše, krajem rujna 1991. godine kada je došlo do neviđene agresije na ova hrvatska sela koja smo pokušali braniti što, onako malobrojni, nismo uspjeli usprkos brojnim žrtvama kako branitelja tako i civilnog stanovništva. Tih zadnjih dana rujna 1991. godine sa svojim stanovnicima i braniteljima nestala su i sela. Uništena su besprizornom paljevinom za koju ne znam tko bi mogao iznaći i jedan razlog. Danas tih sela više nema. Nešto stanovništva ostalo je samo u Šatornji koja se, dijelom, nalazi uz državnu cestu Sisak – Karlovac. Može li itko shvatiti da tih sela jednostavno više nema. Nema na tom području niti jednog stanovnika. Samo manji dio putova je prohodan, a kada zazeleni i tim dijelom se neće moći prolaziti. Plodne livade, polja, oranice zarasla je šikara i šuma iz koje se jasno vidi njezina starost. Tridesetak godina. Godine kada je cijeli jedan kraj zatrt.” (Gašljević 2019 PS- portal)

Osim toga u njegovim sjećanjima sačuvan je i izgled danas većinom pripalih i nestalih seoskih kuća:

„Zauvijek su mi ostale u sjećanju moćne hrastove grede, ‘sleme’, koje su bile osnove kuće vezavši kako bočne stranice tako i masivne krovove često pokriveno slamom.” (Gašljević 2019 PS- portal)

6.4. Bišćanovo (Grad Glina)

Naselje Bišćanovo nalazi se sjeverozapadno od grada Gline. Bišćanovo je jedno od najstarijih naselja viduševačkog kraja, a prema pisanju Radoslava Lopašića nekoliko obitelji u bijegu pred Osmanlijama iz Bihaća zaustavili su se na ovom području i stvorili naselje Bišćanovo. U Matici krštenih spominje se prvi puta 13. rujna 1729. godine kada je kršten Mihael, zakoniti sin Stanislava i Helene Bukovec. Godine 1733. imalo je deset kuća ‘plebes’ i 3 ‘predicies’. Godine 1771. selo je imalo 13 kuća sa 108 stanovnika. Obveznici davanja lukna za 1800. godinu bili su Imbro Lukinich, Pavel Mlinarich, Mihal Czetinski, Gyuro Bubash, Illa Kapssa, Pavel Bokssich, Mathe Mussa, Jozso Mussa, Andro Malnecz, Stevo Sasso i Miko Sasso. Polovicom 19. st. selo je pripalo I. banskoj pukovnici, satniji Stankovac. Imalo je 18 kućanstava s 217 stanovnika – 159 rimokatolika (Župa Viduševac) i 58 pravoslavnih (Parohija Bović). U mjestu su postojala prezime-

na Muža, Šašo, Malinac, Relić, Bubaš, Gregurić i Kapša (Gašljević-Tomić 2004: 15). Naselje je opustjelo zbog prometne izoliranosti i stradanja u Domovinskom ratu. Prema popisu iz 2001. u mjestu je živjelo još 27 ljudi u 9 seoskih domaćinstava. U selu od objekata stoji samo velika srušena škola.

6.5. Turčenica (Grad Glina)

Naselje Turčenica nalazi se sjeverno od sela Bišćanovo. Na području sela danas postoji farma. Nakon što je krajem 17. st. ondje, na prijedlog podbana Stjepana Jelačića, podignut čardak za obranu od Osmanlija, tada se po prvi puta spominje naziv naselja Turčenica. Godine 1733. naselje je imalo 20 kuća, a kasnije se razvija u dva naselja: *Turchenicza Superiori* (1736.) i *Turchenicza Inferiori*. Prvo je nastala *Turchenicza Inferiori* (ili Parva), a čini se da se i dio naselja Šatornja u početku nazivao *Turchenicza Inferior*. Krajem 18. st. u Maloj Turčenici (koju svi danas znaju pod nazivom Pariz) spominju se prezimena Gazoca, Grgić, Pereković i Tonković. Obveznici davanja lukna u Maloj Turčenici 1800. godine bili su Ivan Pereković, Lovro Perekovich, Ive Perekovich, Phillip Gergich, Mathe Tonkovich, Gyuro Gazicza i Ferko Gergich. Polovicom 19. st. naselje pripada I. banskoj pukovnici, satniji Stankovac, te ima 10 kućanstava sa 126 stanovnika. Obveznici davanja lukna u Gornjoj (Velikoj) Turčenici 1800. godine bili su Bartol Chulich, Marko Sugaj, Jure Schnaidar, Janko Obradovich, Luka Glocz i Mathe Issek. Nekada su u selu obitavale obitelji Muža, Gregurić, Mavrlija, Išek, Silaj i Žugaj (Gašljević-Tomić 2004: 17). Još 2001. u selu je živjelo 14 ljudi u tri kućanstava. Danas je na području Turčenice velika stočna farma.

6.6. Bukovica (Općina Topusko)

Selo Bukovica nalazi se u Općini Topusko. Od nekadašnjih 68 naseljenih kuća s dvjestotinjak stanovnika srpske nacionalnosti Dragica Vraneševića sa svojih 90 godina bila je donedavno jedina mještanka Bukovice. Bukovica je desetak kilometara udaljena od općinskog središta. Od povratka iz izbjeglištva 1999. godine Dragica je živjela u trošnoj kući bez struje i vode, a ključni joj je problem bio što do njezine kuće nema ni čvrstoga puta. Rekla je kako ni hitna pomoć, ni putnik namjernik nije mogao doći do nje, osim pješice. I to vrlo teško. Naime, seoski, ionako veoma loš makadamski put, završava na šestotinjak metara prije njezinog kućnog broja 57. O Dragici je brinuo unuk iz Topuskog (Jurišić 2014, *Portal novosti*). Nedaleko Bukovice u smjeru Kupe nalazio se još jedan zaselak Kuruzna koji je odumro prije zbijanja devedesetih godina prošlog stoljeća. Naime, stanovništvo Kuruzne i Bukovice doseljavalo se u sela bliže

glavnoj prometnici Vrginmost – Vojnić, pa su tako kupovali zemlju u naselju Čemernica, dok su Čemerničani selili uvelike u veća naselja Hrvatske, a prije Drugog svjetskog rata i u Sjevernu Ameriku. Naselje Bukovica bilo je povezano lošim blatnjavim putovima s naseljima Kozarac, Bović, Trstenica i Batinova Kosa. Prije Drugog svjetskog rata u Bukovici su uz srpske obitelji živjele i tri romske obitelji. Stanovnici su se uglavnom bavili nadničarenjem, sječom šume i prodajom drveta. U vrijeme Drugog svjetskog rata ustaše su ubili 191 stanovnika, 16 ih je umrlo od tifusa, a sedam ih je žrtva rata. Od 191 žrtve njih 94 ubijeno je 1941. (88 ih je ubijeno u pokolju u glinskoj crkvi), u siječnju 1942. ubijeno ih je 84, a do kraja 1942. još 11. U siječnju 1943. Nijemci su ubili dvoje stanovnika. Dvanaest Bukovčana poginulo je u NOB-u od oko 130 koliko ih je ukupno sudjelovalo u NOV-u. Svi stradali bili su srpske nacionalnosti. Od preživjelih sudionika NOB-a, petero su bili nosioci partizanske spomenice (Baić 1980: 351–363).

6.7. Zut (Općina Dvor)

Selo Zut smješteno je blizu granice s Bosnom i Hercegovinom i u sastavu je Općine Dvor. Naselje se kao *Zuth* navodi među dvorskim naseljima na jozefinским kartama 1774./75. (Šimunović 1992: 265). Dominantna prezimena u Zutu bila su Trivanović, Mrđenović, Rakas, Drača, Grbić i Živković. Tijekom Drugog svjetskog rata u selu je stradalo četvero stanovnika srpske nacionalnosti, civilnih žrtava rata. Iz Zuta su stradala 22 partizana u NOB-u (Ostojić i Đermanović, 1991b: 501).

Prema kazivanju Dragana Ercegovca iz Dobretina, sela nedaleko Zuta, s kojim se razgovaralo u ožujku 2023. naselje Zut bilo je jedno od siromašnijih naselja Općine Dvor. Radilo se o selu koje je bilo „razbacano“ po brdima i koje je bilo iznimno loše povezano putovima. Svega dvoje ili troje ljudi bilo je zaposleno u Dvoru u šumariji i u Drvnoj industriji Šamarica. Jedan dio stanovnika mlađe dobi još je u vrijeme socijalizma odselio prema Petrinji gdje su mogli dobiti zaposlenje. U Zutu je nakon akcije Oluja 1995. godine ostalo desetak ljudi. Radilo se o osobama starije životne dobi koji su pomrli do današnjih dana. Najčešća prezimena u selu Zut bila su Drača, Nesvanulica, Rakas, Mrđenović i Trivanović.

Rade Rakas iz Zuta, rođen 1937. godine, bio je dugo godina matičar na području Općine Dvor te dobar poznavatelj svih naselja. S njim se o napuštenim naseljima na području Općine Dvor razgovaralo u ožujku i svibnju 2023. godine. U svojem iskazu govori o Zutu kako je nekada izgledao i kako danas izgleda: „Bilo je to veliko mjesto koje je imalo oko 75 kuća, smješteno na brežuljcima,

prilično velike površine. Na području Zuta bilo je 125 izvora vrhunske vode. Danas je taj teren potpuno zarastao tako da se ni traktorom ne može prići u naselje, a čitavim krajem harači više medvjeda, vukova i čagljeva. Posljednja stanovnica živjela je u Zutu dok nije umrla, a njezini su je rođaci našli mrtvu tek nakon 10 – 15 dana.”

6.8. Kotarani (*Općina Dvor*)

Prezimana koja su nekada postojala u Kotaranima su Lovrić, Marić, Baić, Živković, Popović, Tadić, Babić, Begović, Nužda i Smijulj. U selu Kotarani tijekom Drugog svjetskog rata stradalo je 17 stanovnika, civilnih žrtava rata, te 45 partizana (Ostojić i Đermanović, 1991b: 501). U selu se nalazila drvena crkva svetoga Ilije uništena u Domovinskom ratu u akciji Oluja, navodno su je uništile muslimanske snage koje su ušle u sela na Trgovskoj gori.

U ožujku i svibnju 2023. godine razgovaralo se s dva sugovornika iz tih sela koji danas žive u Dvoru i danas prate što se događa na tom prostoru. Prema riječima Dragana Ercegovca Kotarani su bili naselje koje se nalazilo na asfaltiranoj prometnici, stoga su bili razvijeniji od Zuta i Dobretina. Više je ljudi bilo zaposleno u Dvoru, a najvažniji događaj u selu bio je zbor na Svetoga Iliju 2. kolovoza kada bi se skupilo i preko tisuću ljudi. Djeca iz Zuta i Gornjeg Dobretina dolazila bi do hrama svetog Ilije u Kotaranima gdje bi ih skupljao autobus i odvezio u Dvor u školu. Iz Kotarana su do danas svi otišli. Jedan dio ljudi živi u Dvoru i u Matijevićima te su njihove kuće obnovljene i oni održavaju svoje voćnjake te sijeku svoje šume. Međutim, na čitavom području Zuta, Javornika, Dobretina i Kotarana pojavile su se divlje zvijeri poput medvjeda i vukova zbog neprisutnosti ljudi na terenu.

Prema riječima Rade Rakasa iz Zuta, koji je dobro poznao i područje Kotarana, nekada je u tome selu „bilo mnogo zadružnih obitelji, bila su 92 numera, i 15 do 20 izvora. Šume oko Kotarana bile su bogate hrastom i kestenom, a ljudi su se pretežno bavili stočarstvom. Bila je tu u blizini „suva međa“, prostor koji je bio slabo nastanjen. Mještani su lijepo surađivali s Muslimanima iz obližnjeg Bužima i Otoke s kojima su zajedno gradili kuće, koji su im prodavali stoku i koji su dolazili na ispomoć u selo. Prilikom akcije Oluja hram u Kotaranima su uništili Muslimani. Tom prilikom ubili su nekoliko osoba u Javnici i Kotaranima. Prošle godine su nekadašnji mještani Kotarana, Javnice i okolnih sela organizirali proslavu Svetoga Ilije kod ruševina hrama. Vladika Gornjokarlovački odbio je mogućnost da se u mjestu gradi hram budući da nema deset domaćinstava radi kojih bi on mogao biti podignut. U okolici Kotarana sada vladaju vukovi i medvjedi, a okolne šume su izložene divljoj sječi.” (slika 4 i slika 5)

Slika 4. Kotarani, južna strana hrama svetog Ilije, 1963.



Izvor: Vranić, Nino, Ministarstvo kulture i medija, Fototeka, FKB-27500

Slika 5. Ruševine hrama svetog Ilije u Kotaranima



Izvor: Škiljan, F., 2008.

7. ZAKLJUČAK

Ljudi koji smatraju nestajanje ili pražnjenje prostora kao gubitak i oni koji smatraju isti taj proces kao priliku nisu isti politički, a tako ni društveni, ni ekonomski akteri. Dapače, to su akteri na potpuno različitim društvenim pozicijama. Prijelaz s razumijevanja praznine kao gubitka vrijednosti na razumijevanje praznine kao mogućnosti dobitka vrijednosti, predstavlja više nego politički pomak prema drugačijem poimanju i vezanosti prostora, vremena, politike i kapitala. Kada se govori o tome da prazni prostori imaju svoju posebnu vremensku dinamiku, odluke o sadašnjosti u okviru značenja koje oblikuje i usmjerava život, dramatično se razlikuju kod ljudi koji vide prazninu kao gubitak ili mogućnost. Ta je sadašnjost ili očajno tragična ili puna potencijala za razvoj i porast kapitala te bogatstva. S druge strane, bipolarnost, dualizam ili binarnost u shvaćanju praznine ukazuje kako da ne postoji neutralna platforma ili zajednički okvir u kojem svi oni koji vide prazninu kao gubitak i oni koji je vide kao mogućnost ili priliku mogu jednako sudjelovati u kreiranju društvenih politika, tj. revitalizacije, davanja neke zajedničke funkcije ili smisla. U borbi između gubitka i mogućnosti sadašnjost se pojavljuje kao dio okvira koji se proteže izvan sadašnjeg trenutka prema bogatoj prošlosti ili budućim mogućnostima. Iz istraženih digitalnih arhivskih dokumenata o nestalim banijskim naseljima vidljivo je da se sadašnjost teško može izboriti s prošlošću. Možda je to još jedan razlog zašto se pojam „praznina” uklapa u taj procijep nerazumijevanja i različitosti u poimanju vlastitog subjekta, subjekta koji gubi i subjekta koji dobiva. Praznina koja se, kako su je odredili Dzenovska, Artiukh i Martin (2003: 6), „nalazi između gubitka i prilike; ona je najbliže što se može dobiti u zajedničkom okviru između subjekata gubitka i subjekata mogućnosti”.

U ovom istraživanju razumijevanje povijesnih trenutaka oblikovanja praznine ili izoliranosti prikazano je u 13 nestalih banijskih naselja, kroz njihovu povijest i sjećanja iseljenih stanovnika. U napuštenim naseljima danas svjedočimo ostacima nekadašnjih mjesta u ruševnim kućama, gospodarskim zgradama, dvorištima, bunarima, putovima koje je već u velikoj mjeri preuzela priroda, stabla i šikara, pa se teško prepoznaju i rijetki tragovi nekadašnjeg života. U nekim slučajevima iseljeni mještani ili *subjekti gubitka* koji su iselili u gradove i mjesta unutar Hrvatske još vode brigu o crkvama i grobljima (npr. Trstenica, Bišćani, Gornji Selkovac) ili spomenicima stradalima u ratu (npr. Gornje Jame). Vjera i duhovnost također imaju bitnu ulogu u povremenim posjetama selima, u vrijeme blagdana i spomendana svetaca zaštitnika crkava i župa. Sela u kojima je živjelo većinsko pravoslavno stanovništvo iseljeni stanovnici u većini primjera najčešće ne posjećuju (npr. Kobiljak). Stanovni-

ci bivših naselja održavaju „osjećaj mjesta” u sjećanjima koja često svjedoče o seoskoj svakodnevnici u prošlosti: o tradicijskoj gradnji i izgledu kuća (npr. iskaz iz Batura), o iseljenim i umrlim stanovnicima (Mala Vranovina, Kobiljak), o druženju i blagdanima, o kruškama te s njima povezanim sjećanjima i okusima djetinjstva (Kobiljak). Međutim, ono što još nije istraženo jest činjenica da se praznina kao prilika ili mogućnost ne formira kod bivših stanovnika Banije. U digitalnim arhivskim dokumentima nema subjekata dobitka ili mogućnosti, kao što u intervjuima nema pozitivnih interpretacija praznine, nestajanja ili izolacije koje mogu ukazivati na vizije pojedinaca ili zajednica koji vide takvu mogućnost. Prema intervjuima i analizama neformalnih razgovora takve vizije rezervirane su samo za subjekte kapitala i politike uspostave novih socijalnih granica.

LITERATURA

1. Anand, N., Gupta, A. i H. Appel (Ur.) (2018). *The Promise of Infrastructure*. Durham: Duke University Press
2. Appel, H., Anand, N. i A. Gupta. 2018. “Introduction”, u: *The Promise of Infrastructure*. N. Anand, A. Gupta i H. Appel, (Ur.). Durham: Duke University Press, 1–38.
3. Baić, D. 1980. *Kotar Vrginmost u NOB 1941.-1945.*, Vrginmost: Općinski odbor saveza boraca.
4. Boym, S. (2007). “Nostalgia and Its Discontents”. *The Hedgehog Review* 9 (2): 7–18.
5. Cresswell, T. 2004. *Place. A Short Introduction*. Malden: Blackwell.
6. Čapo, J. (2011). “Dvadeset godina poslije. Stvaranje doma u kontekstu prisilno preseljenih osoba” u: *Mjesto, nemjesto. Interdisciplinarna promišljanja prostora i kulture*. J. Čapo i V. Gulin Zrnić (Ur.), Zagreb – Ljubljana: Institut za etnologiju i folkloristiku – Institut za antropološke in prostorske studije ZRC SAZU, 335–352.
7. Dugački, V., Peternel, L. i F. Škiljan (2021). *Nestala naselja u Republici Hrvatskoj: povijesno-demografsko-antropološke perspektive*. Zagreb: Plejada. (ISBN 978-953-7782-67-2)
8. Dzenovska, D. (2018). “Emptiness and Its Futures: Staying and Leaving as Tactics of life in Latvia”. *Focaal: Journal of Global and Historical Anthropology* 80 (1): 16–29.
9. Dzenovska, D. (2020). “The Timespace of Emptiness, Orientations to the Future”. *American Ethnologist* 47 (1): 10–26. DOI: 10.1111/amet.12867

10. Dzenovska, D., V. Artiukh i D. Martin (2023). "Between Loss and Opportunity", *Focaal* 96: 1–15, accessed Jun 28, 2023, <https://doi.org/10.3167/fcl.2023.960101>
11. Gašljević-Tomić, K. (2004). "Naseljavanje krajeva između Gline i Kupe. Nastanak sela župe Viduševac". *Matica glinska. Glasilo udruge Matice hrvatske – Glina* 13: 12–18.
12. Gupta, A. (2018) "The Future in Ruins: Thoughts on the Temporality of Infrastructure", u: *The Promise of Infrastructure*, N. Anand, A. Gupta i H. Appel (Ur.), New York, USA: Duke University Press, str. 62-79. <https://doi.org/10.1515/9781478002031-004>
13. Jarec, M. (2021). *Infrastrukturni projekti i društveno-kulturno oblikovanje prostora u Gorskom kotaru*. Doktorska disertacija. Zagreb: Filozofski fakultet, Odsjek za etnologiju i kulturnu antropologiju. (mentor: Valentina Gulinić Zrnić). doi:10.17234/diss.2021.8597
14. Kersten-Pejanić, R. (2022). "The Good, the Bad, and the Needy: Discourses of Helpfulness after the 2020 Earthquakes in Croatia". *Comparative Southeast European Studies* 70 (1): 103–24. <https://doi.org/10.1515/soeu-2021-0085>.
15. Kociatkiewicz, J. i M. Kostera. (1999). "The Anthropology of Empty Spaces". *Qualitative Sociology* 22 (1): 37–50.
16. Lončar, S. i D. Pavić. (2020). "Areas with Abandoned and Vacant Properties in Croatia: A Plea for Recognition, Research, Policies and the Development of Regeneration Strategies". *Etnološka tribina* 43 (50): 197–237. <https://doi.org/10.15378/1848-9540.2020.43.09>
17. Lončar, S. (2014). „Što i kako s Banijom ili Banovinom dva desetljeća poslije? Baština, sjećanje i identitet na prostorima stradalima u Domovinskom ratu (1991. – 1995.)“ u: *Ponovno iscrtavanje granica: transformacije identiteta i redefiniranje kulturnih regija u novim političkim*. Marijana Belaj, Zoran Čiča, Anita Matković, Tita Poreta i Nevena Škrbić
18. Alempijević, ur., Zagreb, Ljubljana: Hrvatsko etnološko društvo, Slovensko etnološko društvo, 161–198.
19. Low, M. S. i I. Altman. (1992). "Place Attachment: A Conceptual Inquiry" u: *Attachment to Place*. I. Altman i S. M. Low, ur., New York: Plenum press, 1–12.
20. Maticka, M. (1987). "Kolonizacija u Hrvatskoj 1945. – 1948.". *Časopis za suvremenu povijest* 19 (2): 27-53.
21. Nejašmić, I. (1991). "Depopulacija istočnojadranskih otoka i izumiranje kao moguća demografska perspektiva". *Migracijske i etničke teme* 7 (1): 77–99.

22. Ostojić, Đ. i Đermanović, A. (1991a) "Na stratištima", u: *Dvor na Uni*, Dvor na Uni 1991., 363–433.
23. Ostojić, Đ. i Đermanović, A. (1991b). "Pali borci u narodnooslobodilačkoj borbi", u: *Dvor na Uni*, Dvor na Uni 1991., 451–501.
24. Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*. London: Pion.
25. Sassen, S. (1991). *The Global City: New York, London, Tokio*. New Jersey: Princeton University Press.
26. *Spomenice župa: Maja, Viduševac, Glina, Mala Solina* (1998). za tisak pripremio Juraj Jerneiće, Glina: Župa Sv. Ivana Nepomuka: Ogranak Matice hrvatske.
27. Star, S. L. i K. Ruhleder. (1996). "Steps Toward an Ecology of Infrastructure: Design and Access for Large Information Spaces." *Information systems research* 7 (1): 111–134.
28. Star, S. L. (1999). "The Ethnography of Infrastructure". *American Behavioral Scientist* 43 (3): 377–391.
29. Šimunović, P (1992). "Imena naselja u banijskoj općini Dvor na Uni". *Narodna umjetnost* 29: 253–274.
30. Tuan, Y.-F. (1974). "Space and Place. Humanistic Perspective". *Progress in Geography* 7: 211–252.
31. Ursić, S. (2009). "Mjesta i nemjesta u suvremenim konceptualizacijama prostora". *Društvena istraživanja* 18 (6) (104): 1131–1151.
32. Vaccaro, I., Harper, K. i S. Murray (Ur.) (2016). *The Anthropology of Postindustrialism: Ethnographies of Disconnection*. New York: Routledge.
33. Valentić, M. (1987). "Društvena i gopsodarska struktura Prve banske pukovnije 1848. – 1881." *Časopis za suvremenu povijest* 19 (1): 19–76.
34. Vidović, D. (2021). "Jezične mrvice s banskoga stola – o Banovini i Baniji". *Hrvatski jezik* 8 (1). 1–7.
35. Živković. Ilija (Ur.) (1996). *Ranjena crkva u Hrvatskoj. Uništavanje sakralnih objekata u Hrvatskoj (1991. – 1995.)*. Zagreb: Hrvatska biskupska konferencija.

IZVORI (redosljed pojavljivanja u tekstu):

1. Popis 2021. Prvi digitalni Popis stanovništva, kućanstava i stanova u Republici Hrvatskoj. <https://dzs.gov.hr/u-fokusu/popis-2021/88> (pristupljeno 1. 6. 2023.)
2. Vuković, T. (2007). Zaboravljene hrvatske žrtve: Gornje Jame, Glina. *Glas koncila*, broj 27, objavljeno 8. 7. 2007. <https://www.glas-koncila.hr/?optio->

n=com_content&view=article&id=208%3Azaboravljene-hrvatske-rtve&catid=21%3Agodina-2007&Itemid=239 (pristupljeno 23. 1. 2020)

3. Zločin u Selkovcu i Šatornji. Izvještaji s praćenja, objavljeno 14. 3. 2013. https://documenta.hr/wpcontent/uploads/2020/10/SELKOVAC_I_SATORNJA_izvjestaji.pdf
4. Glina News (2017). U Gornjem Selkovcu proslavljen blagdan sv. Petra i Pavla. Glina News, objavljeno 3. 7. 2017., <https://www.glina.hr/video-u-gornjem-selkovcu-proslavljen-blagdan-sv-petra-i-pavla/> (pristupljeno 23. 1. 2020)
5. PS-portal (2018). Proslavljen blagdan svete Marije Magdalene u Trstenici, objavljeno 23. 7. 2018., <https://www.ps-portal.eu/2018/07/23/proslavljen-blagdan-sv-marije-magdalene-u-trstenici/> (pristupljeno 23. 1. 2020)
6. Demić, P. M. (2017a) Poreklo prezimena selo Kobiljak (Dvor). *Portal Poreklo*, objavljeno 15. 8. 2017., <https://www.poreklo.rs/2017/08/15/poreklo-prezimana-selo-kobiljak-dvor/> (pristupljeno 3. 1. 2020)
7. Ličina, Đ. (2010). 65 godina od savezna kolonizacije u Hrvatskoj (prilog 4), *Portal Novosti*, broj 528, objavljeno 30. 1. 2010. <http://arhiva.portalnovosti.com/2010/01/65-godina-od-savezne-kolonizacije-u-hrvatskoj-4/> (pristupljeno 2. 1. 2020)
8. Demić, P. M. (2017b) Poreklo prezimena, selo Brubno (Glina). *Portal Poreklo*, objavljeno 17. 7. 2017., <https://poreklo4.rssing.com/chan-65540316/article658.html?zx=814> (pristupljeno 2. 1. 2020)
9. Jurišić, V. (2016). Brubanjan na bubanj. *Portal Novosti*, objavljeno 20. 12. 2016., <https://www.portalnovosti.com/brubanj-na-bubanj> (pristupljeno 20. 1. 2020.)
10. Jurišić, V. (2015). Selo čeka most i jedinog stanovnika. *Portal Novosti*, datum objave 21. 02. 2015., <https://www.portalnovosti.com/selo-ceka-most-i-jedinog-stanovnika> (pristupljeno 20. 1. 2020.)
11. Izvješće o provedbi plana oprotuminskom djelovanju za 2018. godinu (https://civilna-zastita.gov.hr/UserDocsImages/CIVILNA%20ZA%C5%A0TITA/PDF_ZA%20WEB/IZVJ_PROTUMINSKO_2018.pdf, pristupljeno 12. rujna 2023.)
12. Facebook grupa "Mala Vranovina", <https://www.facebook.com/mala.vranovina> (pristupljeno 12. svibnja 2023.)
13. Gašljević M. (2019) Put u Pariz ili zašto zadnji nije ugasio svjetlo. PS-portal, objavljeno 26. 3. 2019., <https://www.ps-portal.eu/2019/03/26/put-u-pariz-ili-zasto-zadnji-nije-ugasio-svjetlo/> (pristupljeno 23. 1. 2020).
14. Jurišić, V. (2014). Sijecite bandere u mojoj šumi. *Portal Novosti*, br. 745, datum objave 31. 03. 2014., <https://arhiva.portalnovosti.com/2014/03/kronika-59/> (pristupljeno 23. 1. 2020.)

PASTORALNI PRIORITETI U DEMOGRAFSKI OPUSTOŠENOJ ĐAKOVAČKO-OSJEČKOJ NADBISKUPIJI

Izvorni znanstveni rad

Stanislav Šota

Katolički bogoslovni fakultet u Đakovu
Petra Preradovića 17
31400 Đakovo
stanislav.sota@os.t-com.hr

Sažetak

Đakovačko-osječka Crkva prostire se na trima slavonskim županijama: Osječko-baranjskoj, Vukovarsko-srijemskoj i Brodsko-posavskoj. Prema popisu stanovništva 2021. godine sve tri županije bilježe pad stanovništva, a time i pad vjernika katolika. Najveći pad broja stanovništva u Republici Hrvatskoj bilježi Vukovarsko-srijemska županija, i to pad 20,28 %. Nakon što se uspoređi popis stanovništva 2011. i 2021. godine, uočava se dramatičan pad vjernika katolika u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji. Prema popisu stanovništva 2011. godine u nadbiskupiji je bilo 467 190 vjernika katolika, a prema popisu 2021. godine 388 305 vjernika katolika. Iz navedenog je vidljivo da je nadbiskupija u deset godina izgubila 78 885 vjernika, odnosno 16,88 %. Gubitak 16,88 % vjernika u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji zahtijeva i traži dodatne napore u prepoznavanju novih pastoralnih, evangelizacijskih i katehetskih prioriteta. Promjena strukture stanovništva također zahtijeva nove pastoralne pristupe i naglaske mjesne Crkve. Uz snažniji, kvalitetniji i sveobuhvatniji pastoral braka i obitelji kao prioritet, napose pastoral braka i obitelji u prvim njezinim godinama, kao jedan od većih prioriteta crkvenog djelovanja, nameće se i pastoral treće i četvrte životne dobi, zato što je stanovništvo nadbiskupije sve starije. Isto tako, budući da je u nadbiskupiji velik broj branitelja koji su također sve stariji i zahtjevniji u brizi i skrbi, pastoral branitelja Domovinskog rata, članova njihovih obitelji i stradalnika zahtijeva neizostavni pastoralni angažman Đakovačko-osječke nadbiskupije.

Ključne riječi: Đakovačko-osječka nadbiskupija, demografski slom, pastoralni prioriteti, pastoral braka i obitelji, pastoral treće i četvrte životne dobi

PASTORAL PRIORITIES IN THE DEMOGRAPHICALLY DEVASTATED ARCHDIOCESE OF ĐAKOVO-OSIJEK

Abstract

The Đakovo-Osijek Archdiocese extends over three counties in the region of Slavonia: Osijek-Baranja, Vukovar-Srijem, and Brod-Posavina. According to the 2021 census, all three counties record a population decline, and therefore a decline in Catholics. The largest population decline of the Republic of Croatia is recorded in Vukovar-Srijem County, which has a decline of 20.28%. After comparing the 2011 and 2021 censuses, we see a dramatic decline in the number of Catholics in the Archdiocese of Đakovo-Osijek. In this Archdiocese, according to the 2011 census, there were 467,190 Catholics, and, as stated in the 2021 census, 388,305 Catholics. It is evident that the Archdiocese lost 78 885, i.e., 16.88% believers in ten years. The loss of 16.88% of Catholics in the Đakovo-Osijek Archdiocese demands and requires additional efforts in recognizing new pastoral, evangelization, and catechetical priorities. A change in the structure of the population also requires new pastoral approaches and emphasis on the local Church. With stronger, improved, and more comprehensive pastoral of marriage and families as the priority, especially the pastoral of marriage and families in its first years. Pastoral care of the third and fourth age of life is one of the crucial priorities of Church activity as well since the population of the Archdiocese is aging. Since there is a large number of veterans in the Archdiocese, who are also getting older and more demanding in their care and concern, the pastoral care of the veterans of the Homeland War, their family members, and victims requires an indispensable pastoral commitment of the Đakovo-Osijek Archdiocese.

Keywords: Đakovo-Osijek Archdiocese, demographic decline, pastoral priorities, pastoral care of marriage and family, pastoral care of the third and fourth age of life.

1. UVOD

Promjene i prihvaćanje novoga i drukčijega potrebne su ne samo u starim i dugotrajnim strukturama svijeta i duha nego i u živim, novim zajednicama i institucijama koje žele kvalitetno i sustavno odgovoriti na nove okolnosti,

izazove i zadaće. Crkvu, rođenu iz Isusove ljubavi i krvi, objavljenu na duhovski dan ili Pedesetnicu, božansku i ljudsku ustanovu koja egzistira između neba i ponora zemlje tijekom dvaju tisućljeća, prožetu razdobljima tihe bonace i mira te teškim vremenima pobuna, otpada i svađa, Krist poziva da bude uvijek svježa i nova. Ako je čovjek bolji poznavatelj povijesnih uspješnih epoha hoda Crkve u svijetu, kao i njezina nesnalaženja u određenim kulturnim i povijesnim razdobljima, tada će s većim realizmom promatrati i doživljavati suvremeni trenutak.

Sadašnji trenutak Đakovačko-osječke nadbiskupije u demografskom, vjerskom, pastoralnom i evangelizacijskom smislu ne odiše zanosom i vjerovanjem u vlastitu budućnost. Doživljeni demografski slom i gubitak 78 885 vjernika u posljednjih deset godina, odnosno 16,88 % katolika, traži *hic et nunc* dodatne napore u prepoznavanju novih pastoralnih, evangelizacijskih i katehetskih prioriteta.

Rad u prvom poglavlju prvog dijela ukratko prikazuje povijesnu i zemljopisnu odrednicu Đakovačko-osječke nadbiskupije te osnovno obilježje kretanja broja vjernika nadbiskupije prema popisu stanovništva 2011. i 2021. godine. U drugom poglavlju razmatraju se odrednice depopulacije vjernika katolika u nadbiskupiji iz demografske i pastoralne razine i perspektive.

Drugi dio rada, na temelju odrednica depopulacije vjernika katolika, razlaže ključne pastoralne i katehetske prioritete preko kojih bi partikularna đakovačko-osječka Crkva uspjela prementalizirati i vjernike katolike i regionalnu, lokalnu političku zajednicu u odnosu na kulturu života, odnosno kako bi revitalizirala socijalnu i vjerničku kartu i sliku kao nadbiskupije. Uz njegovanje kulture života pastoral braka i obitelj te (auto)evangelizacija evangelizatora moraju postati okosnicom i temeljem njezina cjelokupnog evangelizacijskog djelovanja.

2. DEMOGRAFSKI SLOM U ĐAKOVAČKO-OSJEČKOJ NADBISKUPIJI

Đakovačko-osječka Crkva prostire se na trima slavonskim županijama: Osječko-baranjskoj, Vukovarsko-srijemskoj i Brodsko-posavskoj. Mario Roberto Cassari, apostolski nuncij u Hrvatskoj, 18. lipnja 2008. godine priopćio je da je papa Benedikt XVI. ponovno uspostavio Srijemsku biskupiju, do tada pripojenu *in persona Episcopi* biskupiji Đakovačkoj, i uspostavio Đakovačko-osječku crkvenu pokrajinu te uzdignuo Đakovačko-osječku biskupiju na metropolitansko sjedište dokidajući naslov *bosanska*, a dodavši *osječka*. Po-

žeška i Srijemska biskupija dodijeljene su kao sufraganske biskupije.² Uzdi-
gnuta na metropolitansku i nadbiskupijsku razinu, Đakovačko-osječka nadbi-
skupija 2008. godine jest, dakle, drevna Bosanska ili Đakovačka biskupija, ko-
joj je 9. srpnja 1773. bulom *Universi orbis Ecclesis* pape Klementa XIV. pripojena
i Srijemska biskupija. U partikularnoj đakovačkoj Crkvi tijekom gotovo dva i
pol stoljeća događale su se mnogobrojne mijene na kulturnoj, gospodarskoj,
ekonomskoj, političkoj i demografskoj razini. U pojedinim je razdobljima vjer-
ski život znatno ovisio o politici i političkim sustavima. Tako su komunizam i
odgojno nasilje u komunističkoj Jugoslaviji ostavili dugoročno velike poslje-
dice na mentalitet vjernika katolika, koji je zbog polustoljetne ateizacije i izo-
lacije i danas znatno sekulariziran, vjerski nepoučen, indiferentan, pasivan,
klerikalno obojen, sakramentalno udaljen i nesuživljen s Crkvom. Zabranom
vjeronauka u školi, pučkoj i srednjoj te djelomično u crkvi, negiran je teološki,
kulturni, psihološki, sociološki i tradicijski vid identiteta vjernika katolika.³

Čin uzdignuća Đakova i Osijeka na metropolitansko sjedište i uspostava
Đakovačko-osječke crkvene pokrajine te uspostava Đakovačko-osječke nad-
biskupije doživljeni su kao osnaživanje crkvenog života u evangelizacijskom
i pastoralnom smislu te velikom nadom, unatoč tada prisutnoj ekonomskoj
krizi, u osnaživanje Slavonije u gospodarskom smislu, napose Slavonije kao
glavne žitnice i poljoprivredno najrazvijenijeg dijela Hrvatske. O Slavoniji kao
ekonomskome poljoprivrednom važnom dijelu Hrvatske progovorio je i papa
sv. Ivan Pavao II. kada je 7. lipnja 2003. godine pastoralno pohodio Osijek i Đa-
kovo te u propovijedi u Osijeku na slavlju svete mise pred 207 000 vjernika
nazvao Slavoniju žitnicom Hrvatske pozivajući svehrvatsku javnost na njego-
vanje dostojanstva i rada zemljoradnika u Slavoniji: „Idući zrakoplovom pre-
ma Osijeku, mogao sam se diviti ljepoti slavonske ravnice, zvane ‘žitnica Hr-
vatske’, te su me misli same od sebe odvele k zemljoradnicima, kojih u ovome
kraju ima velik broj. Njima se obraćam s posebnom ljubavlju. Draga braćo i
sestre, znam da vam je život naporan i da količina uroda zemlje koji put ne od-
govara svemu onome mučnom poslu što ga valja uraditi. Znam isto tako da rad
na zemlji poznaje ne male teškoće. Dijelom je i izgubio na vrijednosti, a mlađi
su se naraštaji još prije rata opredijelili za život u gradu, pa je tako velik broj
sela gotovo ostao bez stanovnikâ. Potičem vas da ne gubite pouzdanje te imate
na umu kako ste svojim težačkim poslom... Znaite da su vam papa i Crkva bli-
zu te da – visoko cijeneći nezamjenjivost i dostojanstvo vašega svakodnevnog

2 Usp. Osamostaljivanje Srijemske biskupije – Uspostava Đakovačko-osječke crkvene
pokrajine – Uspostava Đakovačko-osječke nadbiskupije – PROGLAŠENJE, Arhiv
Nadbiskupijskog ordinarijata Đakovačko-osječke nadbiskupije, br. 1000./2008.

3 Usp. ŠOTA, S., *Sudbina vjeronauka u Đakovačkoj i Srijemskoj biskupiji od 1944. do 1960.*,
Nacionalni katehetski ured Hrvatske biskupske konferencije, Zagreb, 2011., str. 417.–418.

truda – žele da se poljoprivredi i ljudima i ženama, koji obrađuju zemlju, prizna prava vrijednost u sveukupnome razvoju društvene zajednice“.⁴

Na temelju iskustva u drugim krajevima i regijama Europe i svijeta, ali i činjenice da je u Republici Hrvatskoj odmah nakon osamostaljenja evidentirano smanjivanje ukupnog broja stanovnika, odnosno da je nastupio proces koji demografi nazivaju ukupnom depopulacijom ili prirodnom depopulacijom, odnosno prirodnim izumiranjem ili nestajanjem stanovništva,⁵ sv. Ivan Pavao II. pozvao je, dakle, tadašnju političku i crkvenu vlast u Slavoniji na pozornost, naklonost i brigu ukazujući na opasnost iseljavanja i napuštanja sela, a time i Slavonije. Njegove će proročansko-usmjeravajuće riječi o iseljavanju i obezvrjeđivanju zemljoradničkog i poljodjelskog života i rada posebno odzvanjati nakon ulaska Republike Hrvatske u punopravno članstvo Europske unije 2013. godine. Naime, jedan će znatniji dio stanovništva u Slavoniji, zbog slabih i nesređenih gospodarskih uvjeta i prilika, posebice zbog većih plaća, primanja i socijalne sigurnosti, napose slabe gospodarsko-poljoprivredne politike, „truhom za kruhom“, početi iseljavati i trajno napuštati Slavoniju.⁶ Migracije mladih obitelji iz najvećih gradova u nadbiskupiji (od Osijeka i Slavenskog Broda do najistočnijih i najsjevernijih gradova i općina, kao što su Ilok, Otok, Županja, Gunja, Popovac, Draž), vrlo su brzo uvjerenje, nadanja, očekivanja, htijenje i uzdanje u Slavoniju kao regiju snažnije pozicionirati u ekonomskom, gospodarskom i crkvenom životu pretvorile u beskorisnu, jalovu želju i neutemeljenu nadu.

I demografi su u Republici Hrvatskoj sustavno upozoravali cjelokupnu javnost, i društvenu i crkvenu, da se poduzmu sustavne odgovarajuće eksplicitne pronatalitetne populacijske mjere jer se od njezina osamostaljenja uz ukupnu depopulaciju iz godine u godinu bilježe negativne promjene sastavnica demografske bilance (natalitet, mortalitet, imigracija, emigracija), koje su istovremeno i bitni čimbenici i odrednice promjene ukupnoga broja stanovnika.⁷ Tako demograf Anđelko Akrap tvrdi da je iseljeničkom valu Slavonije uzrok i razlog

4 <https://ika.hkm.hr/novosti/propovijed-pape-ivana-pavla-ii-u-osijeku/> (pristupljeno 28. travnja 2023.) ili SRAKIĆ, M., Sveti Otac u žitnici Hrvatske, *Vjesnik Đakovačke i Srijemske biskupije*, 131. (2003.), br. 6., str. 402.

5 Usp. WETHEIMER-BALETIĆ, A., Demografski procesi u Hrvatskoj i u zapadnoeuropskim zemljama – razlike, sličnosti i specifičnosti, *Kamo ide istočna Hrvatska? Demografsko stanje, prognoze i traženje izlaska iz krize Slavonije, Baranje i zapadnog Srijema*, ŠANJEK, F., ARAČIĆ, P., ČURIĆ, M. (ur.), Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti Zavod za znanstveni i umjetnički rad u Đakovu, Zagreb – Đakovo, 2018., str. 11.–38., ovdje str. 13.

6 Usp. ŠUNDALIĆ, A., Osiromašivanje i nerazvijenost – Slavonija i Baranja u očima njezinih stanovnika, *Socijalna ekologija*, Zagreb, 15. (2006.), br. 1.–2., str. 125.–143., ovdje 130.–143.

7 Usp. WETHEIMER-BALETIĆ, A., Demografski procesi u Hrvatskoj i u zapadnoeuropskim zemljama – razlike, sličnosti i specifičnosti, isto, ovdje str. 14.

što Slavonija nema strategije gospodarskog i u sklopu toga demografskog razvoja. „Da bi se potaknuo gospodarski razvoj i zaustavilo iseljavanje, potrebna je dugoročna strategija gospodarskog i demografskog razvoja, a za njihovo je provođenje potrebna snažna državna intervencija. Zaustavljanje iseljavanja i daljnjeg pada broja rođenih ne može se očekivati od političkih kampanja i kratkoročnih intervencija u slavonsko gospodarstvo”.⁸ O demografskoj kataklizmi istočne Hrvatske ukazivali su i teolozi smatrajući kako se u Slavoniji dogodilo, iz perspektive teologa, više kolapsa koji traju više desetljeća. Prvi je kolaps tzv. ljudski, odnosno kolaps uzrokovan brojnim neženjama i neudanima, posebice u slavonskim selima. Drugi kolaps jest kolaps institucije braka: sve manje sklopljenih brakova, sve veći broj rastava braka, sve kasnije stupanje u brak. Treći kolaps teolog Pero Aračić naziva generativnim kolapsom, činjenicom da obitelj u Hrvatskoj prosječno ima nešto više od 1,3 djeteta. I četvrti kolaps je kolaps generacijskog prenošenja rastave i razvoda djece opterećene traumom razvoda i rastave vlastitih roditelja.⁹

2.1. Osnovno obilježje kretanja broja vjernika Đakovačko-osječke nadbiskupije u dvama popisima stanovništva 2011. i 2021.

Prema popisu stanovništva 2011. godine Republika Hrvatska imala je 4 284 889 stanovnika. Od ukupnog stanovništva pripadnicima Katoličke Crkve izjasnilo se 3 697 143, odnosno 86,28 %. U Popisu 2021. godine ukupni broj stanovnika iznosio je 3 888 525, od toga 3 057 735 stanovnika izjasnio se katolicima, odnosno 78,97 %.¹⁰

Ako se usporedi ukupan broj stanovnika u trima slavonskim županijama prema Popisu 2011. i 2021. godine, uočava se pad ne samo ukupnog broja stanovnika nego i ukupnog broja katolika. Godine 2011. Osječko-baranjska, Brodsko-posavska i Vukovarsko-srijemska županija imale su zajedno 643 128 sta-

8 AKRAP, A., Depopulacijske tendencije u Slavoniji, *Kamo ide istočna Hrvatska? Demografsko stanje, prognoze i traženje izlaska iz krize Slavonije, Baranje i zapadnog Srijema*, ŠANJEK, F., ARAČIĆ, P., ČURIĆ, M. (ur.), Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti Zavod za znanstveni i umjetnički rad u Đakovu, Zagreb – Đakovo, 2018., str. 39.–73., ovdje str. 39.–40.

9 Usp. ARAČIĆ, P., Što čini Crkva za brak i obitelj i što bi se moglo i trebalo mijenjati?, *Kamo ide istočna Hrvatska? Demografsko stanje, prognoze i traženje izlaska iz krize Slavonije, Baranje i zapadnog Srijema*, ŠANJEK, F., ARAČIĆ, P., ČURIĆ, M. (ur.), Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti Zavod za znanstveni i umjetnički rad u Đakovu, Zagreb – Đakovo, 2018., str. 153.–166., ovdje str. 154.–155.

10 DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU, Stanovništvo prema vjeri po GRADOVIMA/OPĆINAMA, Popis 2021. (pristupljeno 31. ožujka 2023.).

novnika i 547 115 vjernika katolika, a prema Popisu 2021. godine 531 406 stanovnika i 435 139 vjernika katolika. Ukupan pad vjernika katolika u svim tim slavonskim županijama na kojima se prostire Đakovačko-osječka nadbiskupija zajedno iznosi 111 976.

Tablica 1: Popis stanovništva po županijama u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji 2011.¹¹

županija	broj stanovnika 2011.	broj vjernika katolika 2011.	broj vjernika katolika u postocima
Osječko-baranjska	305 032	258 956	84,89 %
Brodsko-posavska	158 575	146 093	92,13 %
Vukovarsko-srijemska	179 521	142 066	79,14 %

Tablica 2: Popis stanovništva po županijama u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji 2021.¹²

županija	broj stanovnika 2021.	broj vjernika katolika 2021.	broj vjernika katolika u postocima
Osječko-baranjska	258 026	209 693	81,27 %
Brodsko-posavska	130 267	113 940	87,47 %
Vukovarsko-srijemska	143 113	111 506	77,91 %

Kada se uspoređi ukupan broj stanovnika po županijama s ukupnim brojem vjernika po županijama, uočava se da su sve tri županije, Osječko-baranjska, Vukovarsko-srijemska i Brodsko-posavska na kojima se prostire Đakovač-

11 DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU, Stanovništvo prema vjeri po GRADOVIMA/OPĆINAMA, Popis 2011. (pristupljeno 1. travnja 2023.).

12 DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU, Stanovništvo prema vjeri po GRADOVIMA/OPĆINAMA, Popis 2011. (pristupljeno 1. travnja 2023.).

ko-osječka nadbiskupija, izgubile ukupno 9,51 % katolika; Osječko-baranjska 3,62 %, Brodsko-posavska 4,66 %, Vukovarsko-srijemska 1,23 %.¹³ Dakle, uočava se da je Brodsko-posavska županija izgubila gotovo 5 % vjernika katolika. Najkvalitetniji uvid u kretanje broja vjernika katolika u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji dobije se kada se usporede popisi stanovništva 2011. i 2021. godine prema broju vjernika u gradovima i općinama koje pripadaju ili koji se nalaze u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji.

Tablica 3: Broj vjernika katolika u gradovima i općinama Đakovačko-osječke nadbiskupije prema popisu stanovništva 2011.¹⁴

gradovi i općine	broj katolika	gradovi i općine	broj katolika
Andrijaševci	3970	Negoslavci	28
Antunovac	3524	Nijemci	4077
Babina Greda	3519	Nuštar	5548
Beli Manastir	6189	Oprisavci	2462
Belišće	9954	Osijek	91 175
Bilje	3812	Otok	6286
Bizovac	4345	Petlovac	2134
Bogdanovci	1691	Petrijevci	2748
Borovo	329	Podcrkavlje	2500
Bošnjaci	3837	Popovac	1551
Bukovlje	2898	Privlaka	2920
Cerna	4427	Punitovci	1752
Čeminac	2622	Satnica Đakovačka	2102
Čepin	10 633	Semeljci	4283
Darda	4151	Sibinj	6727
Donji Andrijevi	3531	Sikirevci	2464

13 DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU, Stanovništvo prema vjeri po GRADOVIMA/OPĆINAMA, Popis 2021. (pristupljeno 31. ožujka 2023.).

14 DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU, Stanovništvo prema vjeri po GRADOVIMA/OPĆINAMA, Popis 2011. (pristupljeno 1. travnja 2023.).

Donji Miholjac	8821	Slavonski Brod	52 402
Draž	2488	Slavonski Šamac	2138
Drenovci	4536	Stari Jankovci	3382
Drenje	2591	Stari Mikanovci	2921
Đakovo	26 806	Strizivojna	2483
Erdut	3018	Šodolovci	244
Ernestinovo	1556	Štitar	2113
Garčin	4315	Šumeće, Kaniža	1412
Gorjani	1555	Tompojevci	1388
Gornja Vrba	2488	Tordinci	1430
Gradište	2700	Tovarnik	2509
Gundinci	2015	Trnava	1423
Gunja	2196	Trpinja	414
Ilok	5317	Valpovo	10 780
Ivankovo	7918	Velika Kopanica	3278
Jagodnjak	480	Viljevo	1697
Jarmina	2426	Vinkovci	31 743
Klakar	2298	Viškovci	1884
Kneževi Vinogradi	2770	Vladislavci	1560
Koška	3564	Vođinci	1958
Levanjska Varoš	869	Vrbanja	3751
Lovas	1109	Vrpolje	3470
Magadenovac	1658	Vuka	1166
Marijanci	2338	Vukovar	15 959
Markušica	192	Županja	11 472
		UKUPNO 467 190	

Tablica 4: Broj vjernika katolika u gradovima i općinama Đakovačko-osječke nadbiskupije prema popisu stanovništva 2021.¹⁵

gradovi i općine	broj katolika	gradovi i općine	broj katolika
Andrijaševci	3381	Negoslavci	18
Antunovac	3205	Nijemci	3180
Babina Greda	2728	Nuštar	4482
Beli Manastir	5148	Oprisavci	1914
Belišće	8127	Osijek	79 902
Bilje	3214	Otok	4819
Bizovac	3584	Petlovac	1709
Bogdanovci	1366	Petrijevci	2331
Borovo	227	Podcrkavlje	2149
Bošnjaci	2797	Popovac	1102
Bukovlje	2530	Privlaka	2149
Cerna	3585	Punitovci	1523
Čeminac	2229	Satnica Đakovačka	1737
Čepin	8799	Semeljci	3481
Darda	3506	Sibinj	5504
Donji Andrijevi	2916	Sikirevci	2008
Donji Miholjac	7463	Slavonski Brod	43 728
Draž	1789	Slavonski Šamac	1541
Drenovci	3263	Stari Jankovci	2591
Drenje	2051	Stari Mikanovci	2402

15 Usp. Državni zavod za statistiku – Stanovništvo prema vjeri po GRADOVIMA/OPĆINAMA, Popis 2021. i/ili Arhiv Nadbiskupijskog ordinarijata Đakovačko-osječke nadbiskupije – Ustanova za uzdržavanje klera i drugih crkvenih službenika, br. 18./2022., 22. studenoga 2022.

Đakovo	22 336	Strizivojna	1986
Erdut	2249	Šodolovci	238
Ernestinovo	1471	Štitar	1543
Garčin	3577	Šumeće, Kaniža	1202
Gorjani	1214	Tompojevci	992
Gornja Vrba	2056	Tordinci	1236
Gradište	2158	Tovarnik	1896
Gundinci	1595	Trnava	1121
Gunja	1534	Trpinja	308
Ilok	4003	Valpovo	9068
Ivankovo	6417	Velika Kopanica	2595
Jagodnjak	369	Viljevo	1356
Jarmina	1956	Vinkovci	27 862
Klakar	1974	Viškovci	1466
Kneževi Vinogradi	2019	Vladislavci	1335
Koška	2870	Vodinci	1616
Levanjska Varoš	633	Vrbanja	2732
Lovas	906	Vrpolje	2760
Magadenovac	1380	Vuka	953
Marijanci	1883	Vukovar	14 439
Markušica	144	Županja	8551
		UKUPNO 388 305	

Analizirajući demografsko stanje u gradovima u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji koji su najviše izgubili broj vjernika katolika, tada uočavamo da se radi o gradovima uz granicu sa Srbijom i Bosnom i Hercegovinom. Najveći broj izgubljenih stanovnika i vjernika bilježe Županja i Ilok. To znači da su dvije župe na području Županje, Župa sv. Nikole Tavelića i Mučeništva sv. Ivana Kr-

stitelja, i tri na području Iloka, Župa sv. Ivana Kapistrana u Iloku, sv. Petra i Pavla apostola u Šarengradu i sv. Jurja mučenika u Bapskoj, znatno izgubile i broj vjernika.

Tablica 5: Promjene broja vjernika u gradovima Đakovačko-osječke nadbiskupije prema popisu stanovništva 2011. i 2021. godine s prikazom smanjenog broja i u postocima

gradovi u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji od najvećeg do najmanje smanjenog broja vjernika katolika u postocima	broj katolika prema popisu stanovništava 2011.	broj katolika prema popisu stanovništava 2021.	smanjeni broj katolika
Županja	11 472	8551	2921 ili 25,46 %
Ilok	5317	4003	1314 ili 24,71 %
Otok	6286	4819	1467 ili 23,33 %
Belišće	9954	8127	1827 ili 18,35 %
Beli Manastir	6189	5148	1041 ili 16,82 %
Đakovo	26 806	22 336	4470 ili 16,67 %
Slavonski Brod	52 402	43 728	8674 ili 16,55 %
Valpovo	10 780	9068	1712 ili 15,88 %
Donji Miholjac	8821	7463	1358 ili 15,39 %
Osijek	91 175	79 902	11 273 ili 12,36 %
Vinkovci	31 743	27 862	3881 ili 12,22 %
Vukovar	15 959	14 439	1520 ili 9,52 %

Pastire Đakovačko-osječke nadbiskupije treba znatno zabrinuti činjenica što je Slavonski Brod, drugi grad po veličini u nadbiskupiji, ujedno i sveučilišni grad, tijekom deset godina izgubio 16,5 % vjernika katolika ili ukupno 8674. Tako svih deset župa na području grada znatno bilježe pad broja vjernika.

Gubitak 4470 vjernika katolika, odnosno 16,67 %, na području Đakova, grada koji je i središte nadbiskupije, ukazuje na mnogobrojne ne samo demografske

negativne okolnosti nego i na neuspješne i loše gospodarske aktivnosti lokalne zajednice. Dakako da loše demografsko stanje u nadbiskupiji od Crkve zahtijeva drukčiji, bolji i snažniji angažman na pastoralno-katehetskim područjima, planovima i programima.

Tablica 6: Promjene broja vjernika u općinama Đakovačko-osječke nadbiskupije prema popisu stanovništva 2011. i 2021. godine s prikazom smanjenog broja i u postocima

općine u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji od najvećeg do najmanje smanjenog broja vjernika katolika u postocima	broj katolika prema popisu stanovništava 2011.	broj katolika prema popisu stanovništava 2021.	smanjeni broj katolika
Negoslavci	28	18	10 ili 35,71 %
Borovo (Selo) ¹	329	227	102 ili 31,00 %
Gunja	2196	1534	662 ili 30,14 %
Popovac	1551	1102	449 ili 28,94 %
Tompojevci	1388	992	396 ili 28,52 %
Bošnjaci	3897	2797	1100 ili 28,22 %
Draž	2488	1789	699 ili 28,09 %
Drenovci	4536	3263	1273 ili 28,06 %
Slavonski Šamac	2138	1541	597 ili 27,92 %
Levanjska Varoš	869	633	236 ili 27,15 %
Kneževi Vinogradi	2770	2019	751 ili 27,11 %
Štitar	2113	1543	570 ili 26,97 %
Vrbanja	3751	2760	991 ili 26,41 %
Privlaka	2920	2149	771 ili 26,40 %
Trpinja	414	308	106 ili 25,60 %
Erdut	3018	2249	769 ili 25,48 %
Markušica	192	144	48 ili 25 %
Tovarnik	2509	1896	613 ili 24,43 %
Stari Jankovci	3382	2591	791 ili 23,38 %
Jagodnjak	480	369	111 ili 23,12 %
Babina Greda	3519	2728	791 ili 22,47 %
Oprisavci	2462	1914	548 ili 22,25 %
Viškovci	1884	1466	418 ili 22,18 %

Nijemci	4077	3180	897 ili 22,00 %
Gorjani	1555	1214	341 ili 21,92 %
Gornja Vrba	2488	2056	432 ili 21,01 %
Drenje	2591	2051	540 ili 20,84 %
Gundinci	2015	1595	420 ili 20,84 %
Velika Kopanica	3278	2595	683 ili 20,83 %
Vrpolje	3470	2760	710 ili 20,46 %
Koška	3594	2870	724 ili 20,14 %
Viljevo	1697	1356	341 ili 20,09 %
Gradište	2700	2158	542 ili 20,07 %
Strizivojna	2483	1986	497 ili 20,01 %
Petlovac	2134	1709	425 ili 19,91 %
Marijanci	2338	1883	455 ili 19,46 %
Jarmina	2426	1956	470 ili 19,37 %
Nuštar	5548	4482	1066 ili 19,21 %
Bogdanovci	1691	1366	325 ili 19,21 %
Cerna	4427	3585	842 ili 19,01 %
Ivankovo	7918	6417	1501 ili 18,95 %
Semeljci	4283	3481	802 ili 18,72 %
Sikirevci	2464	2008	456 ili 18,50 %
Lovas	1109	906	203 ili 18,30 %
Sibinj	6727	5504	1223 ili 18,18 %
Vuka	1166	953	210 ili 18,01 %
Stari Mikanovci	2921	2402	519 ili 17,76 %
Bizovac	4345	3584	761 ili 17,51%
Vodinci	1958	1616	342 ili 17,46 %
Donji Andrijevići	3531	2916	615 ili 17,41 %
Satnica Đakovačka	2192	1737	365 ili 17,36 %
Čepin	10 633	8799	1834 ili 17,24 %
Garčin	4315	3577	738 ili 17,10 %
Magadenovac	1658	1380	278 ili 16,76 %
Bilje	3812	3214	598 ili 15,68 %
Darda	4151	3506	645 ili 15,53 %
Petrijevci	2748	2331	417 ili 15,17 %
Čeminac	2622	2229	393 ili 14,98 %

Šumeće, Kaniža	1412	1202	210 ili 14,87 %
Andrijaševci	3970	3381	389 ili 14,83 %
Vladislavci	1560	1335	225 ili 14,42 %
Klakar	2298	1974	324 ili 14,09 %
Podcrkavlje	2500	2149	351 ili 14,04 %
Tordinci	1430	1236	194 ili 13,56 %
Punitovci	1752	1523	229 ili 13,07 %
Bukovlje	2898	2530	368 ili 12,69 %
Antunovac	3524	3205	319 ili 9,05 %
Ernestinovo	1556	1471	85 ili 5,46 %
Šodolovci	244	238	6 ili 2,45 %

Općine s najvećim smanjenim brojem vjernika nalaze se u gospodarski najsiromašnijim dijelovima Vukovarsko-srijemske i Osječko-baranjske županije. Radi se o općinama u Vukovarsko-srijemskoj županiji uz rijeku Savu prema Srbiji, Gunja, Bošnjaci i Drenovci, zatim općinama u Osječko-baranjskoj županiji na granici s Mađarskom, i u središtu Baranje, u općinama Draž, Popovec i Kneževi Vinogradi. Stanje katastrofalne demografske situacije u tim općinama upućuju na suodnos gospodarske (ne)razvijenosti i (ne)ulaganja u gospodarstvo te izrazito negativnog demografskog stanja.

Činjenicu da se najveći broj katolika u Đakovačko-osječko nadbiskupiji smanjio u općinama s pretežno srpskim pravoslavnim živiljem, u Negoslavcima i Borovu (Selu), selima koja su imala znatno „negativnu, pobunjeničku i velikosrpsku ulogu“¹⁶ tijekom Domovinskog rata, posebice u okupaciji Vukovara i dijela istočne Slavonije, važno je evidentirati, međutim, zbog malog uzorka teško je odrednice sigurno tumačiti. U prilog izrečenoj tvrdnji ide i činjenica demografskog kretanja stanovništva Vukovara. Naime, prema popisu stanovništva 2011. Vukovar je imao ukupno 27 683 stanovnika, od toga 15 959 vjernika katolika ili 57,65 %, te 9504 vjernika pripadnika Srpske pravoslavne Crkve ili 34,33 %. Godine 2021. na području Vukovara jest 23 175 stanovnika. Većinu Vukovara čine katolici, 13 236 ili 57,11 % te vjernici pravoslavci 6643, odnosno 28,66 %.¹⁷ Uočava se pad ne samo ukupnog broja stanovništva nego i ukupan pad broja vjernika katolika od 2723 te 2861 vjernika Srpske pravoslavne Crkve. Ako se uspoređi ukupni broj vjernika iz popisa stanovništva 2011. i 2021. go-

16 Usp. RUPIC, M., MARTINIĆ JERČIĆ, N., Pobuna dijela Srba u općini Vukovar, *Herojski Vukovar*, 1. knjiga, NAZOR, A., BIČANIĆ, A. (ur.), Društvo za promicanje hrvatske kulture i znanosti CROATICA, Zagreb – Vukovar, 2021., str. 159.–173.

17 DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU, Stanovništvo prema vjeri po GRADOVIMA/OPĆINAMA, Popis 2021. (pristupljeno 31. ožujka 2023.).

dine, uočava se smanjenje broja vjernika katolika u Vukovaru 0,54 %, a 5,67 % vjernika Srpske pravoslavne Crkve.

Da je iseljavanje i smanjeni broj katolika uvelike povezan s brigom i nastojanjem lokalne zajednice (općine) da učini život što kvalitetnijim, posebice da privuče investitore i gospodarstvenike omogućavajući gospodarstvenicima i investitorima određene olakšice i pogodnosti, potvrđuju dvije općine, Ernestinovo i Antunovac. U ovim je dvjema općinama demografsko kretanje broja vjernika katolika najpovoljnije¹⁸, premda je i ono negativno. Ove su općine u zadnjem desetljeću na području Đakovačko-osječke nadbiskupije izgubile najmanji broj vjernika katolika. Prema popisu stanovništva 2021. godine općina Antunovac izgubila je 319 vjernika katolika ili 9,05 %, a Ernestinovo 85 ili 5,46 %.

1.2. Odrednice depopulacije vjernika katolika u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji

Istočna Hrvatska regija je ona koja ima najnepovoljnija demografska dinamička obilježja, što je vidljivo već iz površne analize popisa stanovništva 2011. i 2021. godine. U dugoročne demografske odrednice nepovoljne demografske slike istočne Slavonije, a time i Đakovačko-osječke nadbiskupije, demograf Dražen Živić ubraja:

- „česte i brojne europske i prekomorske iseljeničke struje, neke s izrazitim političkim, a neke s naglašeno ekonomskim motivacijskim obilježjima
- denatalitetni trend u reprodukciji ili ‘bijelu kugu’
- procese modernizacije (industrijalizacija, deagrarizacija, deruralizacija, urbanizacija) koji su zbog stihijske prirode procesa i neorganiziranosti sustava, uz pozitivne imali i brojne negativne učinke (ruralni egzodus)
- promjene u hijerarhiji i strukturi društvenih vrijednosti, naročito u odnosu na brak, obitelj i djecu
- izostanak pravovremenog, cjelovitog i sustavnog odgovora državnih, pa i lokalnih struktura na izazove koji su istočnu Hrvatsku pogurnuli u ‘zagrljaj’ depopulacije, tj. doveli je pred potpuni demografski slom.“¹⁹

18 Usp. Glas Slavonije, 11. ožujka 2020., <https://www.glas-slavonije.hr/426734/7/Gospodarska-zona-Antunovac-primjer-je-brzorastuceg-gospodarstva-u-Slavoniji> (pristupljeno 2. svibnja 2023.) ili usp. Glas Slavonije, 15. veljače 2023., <https://www.glas-slavonije.hr/515767/3/Ernestinovo-peto-u-Hrvatskoj-u-povlacenju-EU-sredstava> (pristupljeno 3. svibnja 2023.).

19 ŽIVIĆ, D., Demografsko pražnjenje istočne Slavonije, *Političke analize, tromjesečnik za hrvatsku i međunarodnu politiku*, 8. (2017.), br. 31., str. 24.–32., ovdje 26.

Iz analize popisa stanovništva 2011. i 2021. godine i vidljivog smanjenog broja vjernika katolika Đakovačko-osječke nadbiskupije vidljive su i ostale okosnice i postulati depopulacije vjernika katolika. Iz socijalno-gospodarsko-demografskih te teološko-eklezijalno-pastoralnih premisa uočavaju se sljedeća obilježja depopulacije:

- *urušavanje ekonomsko-gospodarskih struktura na području Đakovačko-osječke nadbiskupije*

„Postojeća gospodarska struktura na slavonskome prostoru ne generira ni ni dovoljan broj radnih mjesta za domicilno stanovništvo koje se iseljava... Cjelokupni razvoj slavonskih gradova nije mogao zadržati glavninu deagrarniranoga stanovništva iz svojih gravitacijskih zona... Gradovi u Slavoniji ne mogu gospodarskim razvojem zadržati stanovništvo. Kako se smanjivao udio poljoprivrede u strukturi gospodarstva, tako je i Slavonija gubila stanovništvo... Zato su od devedesetih godina 20. st. uslijedili problemi i krah slavonskog gospodarstva, porast nezaposlenosti i odljev stanovništva.“²⁰

O urušavanju gospodarskih struktura i subjekata svjedoče zatvorena industrijska postrojenja od Iloka,²¹ Vinkovaca, Županje, Osijeka i Đakova i mnoga obiteljska gospodarstva na području nadbiskupije koja su zbog nesredenog tržišta vrlo brzo zatvorena i nestala.

I politika i političari ističu kako je Slavoniju i njezinu ravnicu preplavila ježiva gospodarska i svaka druga tišina.²²

- *odsutnost kvalitetnog socijalnoga dijaloga Crkve i osoba u političkom i gospodarskom životu regionalnog i lokalnog karaktera usmjerenim ka izgradnji kratkoročnih, posebice dugoročnih demografskih mjera*
- *planirano ograničavanje broja djece u obiteljima iz ekonomsko-egzistencijalnih razloga, uz slabo ili nikako ostvarenu novu evangelizaciju u redovitom pastoralu članova župne zajednice kojoj vjernici pripadaju*
- *nedostatak evangelizacijskog žara i zanosa pastira (biskupa i svećenika) Đakovačko-osječke nadbiskupije duhom Dobrog Pastira biti, ostati, živjeti i dijeliti svakodnevicu života, ali i radost evanđelja s bračno-obiteljskim osobama*
- *najugroženije članove Crkve ostavlja vodstvo Crkve, javlja se autoreferencijalnost pastira partikularne Crkve ili odsutnost konstruktivne i*

20 AKRAP, A., Depopulacijske tendencije u Slavoniji, isto, str. 67.

21 Npr. Itekst i Zvijezda u Iloku, Vuteks, Borovo, Vupik u Vukovaru, Sladorana u Županji, Dilj i Građevinar u Vinkovcima, Olt, Sloboda, osječka mljekara u Osijeku, Torpedo i Đakovčanka u Đakovu itd.

22 Usp. <https://www.035portal.hr/vijest/politika/clanak-17545> (pristupljeno 12. lipnja 2023.).

konkretne zainteresiranosti za život poljoprivrednika, seljaka, radnika s minimalnom plaćom, posebice nezaposlenih osoba i njihovoj izloženosti nepravdama predatorskoga beskrupuloznog neoliberalnog kapitalizma svedenog na regionalnu i lokalnu razinu.

3. PASTORALNI PRIORITETI U OKOLNOSTIMA DEMOGRAFSKE KATAKLIZME U ĐAKOVAČKO-OSJEČKOJ NADBISKUPIJI

Tijekom Druge biskupijske sinode, posebice tijekom četiriju zasjedanja,²³ đakovačka i srijemska Crkva pokušavale su produbiti svijest o svojoj vjerničkoj stvarnosti, životnim i društvenim prilikama, osobito sinodskim hodom, članove Božjega naroda usmjeriti sustavnom i kvalitetnom pastoralnom obraćenju i razlučivanju. Tijekom sinode stvoren je dojam da se crkvena stvarnost u pozitivnom smislu „uzbibala”. Međutim, vrlo brzo pokazat će se da sinodski hod u crkvenom, pastoralnom i katehetskom nije utjecao na promjenu mentaliteta u đakovačkoj i srijemskoj Crkvi, nekoliko godina poslije ustanovljenoj Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji.

U istraživanju provedenom među svećenicima i župnicima Đakovačko-osječke nadbiskupije o (ne)ostvarenju *Izjava i odluka Druge sinode đakovačke i srijemske* sociologinja religije dr. Ivana Bendra piše: „Što u konačnici možemo zaključiti na temelju rezultata ovoga istraživanja? Osim što upozoravaju na postojanje različitih stavova župnika Đakovačko-osječke nadbiskupije prema *Izjavama i odlukama Druge biskupijske sinode đakovačke i srijemske*, oni pokazuju da, kao posljedicu dosadašnjih iskustava, imamo i jedno opće ozračje nezadovoljstva... upravo zbog silnih neuspjeha kod njih se pojavio određeni otpor i doživljaj istih kao nametnutih... Za iste smatraju da ne odgovaraju trenutačnom stanju i mogućnostima rada”.²⁴ Na znanstvenom kolokviju o desetogodišnjici objave sinodskih dokumenata održanom 30. svibnja 2018. godine tadašnji koordinator Pastoralnog centra u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji istaknuo je: „Sinodske smjernice nisu snažnije i značajnije zaživjele u životu Crkve đakovačko-osječke. Sinoda je postala više događaj, a željelo se da postane sustavno događanje. Snaga plamenih jezika (usp. Iz 5, 24) pretvorila se

23 Sinoda je sazvana 30. svibnja 1998. godine: prvo zasjedanje održano 15. – 18. listopada 2000., drugo 15. – 17. ožujka 2001., treće: 25. – 27. listopada 2001., četvrto 3. – 5. listopada 2002., a 5. listopada 2002. godine privedena je kraju. Usp. TI SI KRIST – ZA NAS I ZA SVE LJUDE, *Izjave i odluke Druge biskupijske sinode đakovačke i srijemske*, Nadbiskupski ordinarijat, Đakovo, 2008, str. 5.

24 BENDRA, I., Iskustva župnika u (ne)ostvarenju *Izjava i odluka Druge biskupijske sinode đakovačke i srijemske*, *Diacovensia*, 27. (2019.), br. 1., str. 11. – 32, ovdje 29. – 30.

ili ostala 'stijenje što tek tinja' (usp. Iz 42, 3; Mt 12, 20). Crkvi đakovačko-osječkoj potrebni su sustavni, snažno infrastrukturno profesionalizirani, isusovsko hrabri iskoraci u evangelizacijskom, pastoralnom i katehetskom radu.“²⁵

Nesnalaženje u pastoralu i katehezi đakovačko-osječke Crkve i doživljeni demografski kolaps moraju izazvati „mnogobrojne vapaje“. Treba hrabro iznova presložiti, posložiti, odrediti i u praksu implementirati nove pastoralne prioritete, jednostavno staviti „novo vino u nove mješine“ (usp. Mk 2, 28). Kucnuo je gotovo zadnji čas da se napuste uzorci otpora novom duhu, novim pristupima, modelima i načinima, kao što su: slijepi integrizam, infantilna i uskogrudna autoreferencijalnost, tvrdokornost i beskompromisnost načelnosti i dosljednosti tradicionalizma, imanentni antropocentrizam, ustrajnost u klerikalizmu i klerikalnom mentalitetu, isključivost u patrijarhalnom i piramidalnom ustroju pastoralnog rada. Ona je jednostavno pozvana priznati da se nerijetko „loše i pogrešno radilo“ te njegovati svijest nužnosti novoga, drukčijega, sadašnjem čovjeku prihvatljivoga.

Riječi *novo*, *novost*, *obnova*, *reforma*, *promjene*, *zaokreti* i *obraćenje* moraju postati sastavnicama života i rada svim članovima partikularne đakovačko-osječke Crkve, posebice njezinim pastirima, biskupima i svećenicima. Riječi *novo* i *novost* u sebi sadržavaju temeljnu činjenicu kršćanstva da je ono nova ekonomija spasenja, „bijahu zaneseni njegovim naukom... svi se zaprepastiše te se zapitkivahu: 'Što li je ovo? Nova li i snažna nauka'“ (Mk 1, 22.27). Nauk je Isusa Krista novo blago (usp. Mt 6, 19-21), novo odijelo, novo mješine, novo vino (usp. Mt 9, 16-17), koje donosi novi život, novo oružje svjetlosti (usp. Rim 13,12), novi zakon (usp. Mt 5, 19), novu pravednost (usp. Mt 5,20), novo vrijeme, (usp. Iv 3, 7), novog čovjeka (usp. Ef 4,23). Novost u Isusu Kristu svakodnevno se obnavlja, razvija, raste (usp. Mk 4,30-32). „Dakle, je li tko u Kristu, nov je stvor. Staro uminu, novo, gle, nastala!“ (2 Kor 5, 17)

Drugi vatikanski koncil snažno je rehabilitirao teološko-eklezijalno pastoralnu dimenziju Crkve „novoga saveza i novog naroda“²⁶, „pomlađenu Crkvu“,²⁷ „Crkvu novog puta i kulture, novog načina mišljenja, djelovanja, novih pitanja, novih inicijativa, novih analiza i sinteza“,²⁸ „Crkvu novih odnosa“²⁹

25 ŠOTA, S., Analiza pastoralnih nastojanja nakon proglašenja dokumenata *Ti si Krist – za nas i za sve ljude. Izjave i odluke Druge biskupijske sinode đakovačke i srijemske, Diacovensia*, 27. (2019.), br. 1., str. 57.–82., ovdje 79.

26 Usp. Drugi vatikanski koncil Dokumenti, *Lumen gentium*, VII. izdanje, popravljeno i dopunjeno, Kršćanska sadašnjost (KS), Zagreb, veljača 2008., br. 9., str. 105.–107.

27 Usp. isto, br. 4., str. 95.

28 Usp. Drugi vatikanski koncil Dokumenti, *Gaudium et spes*, VII. izdanje, popravljeno i dopunjeno, Kršćanska sadašnjost (KS), Zagreb, veljača 2008., br. 5., str. 627. = dalje GS, nadalje GS, 54., GS, 62.

29 GS, 8.

U dokumentima nakon Koncila pape nastavljaju isticati Crkvu novog puta, novog načina djelovanja. Sveti Ivan Pavao II. u enciklici *Redemptoris missio* naglašava kako je svijetu prijeko potrebna nova evangelizacija,³⁰ novo misijsko doba.³¹ Papa Franjo u pobudnici *Evangelii gaudium* ističe da je evanđelje neprolazna novost,³² a u novoj evangelizaciji ili obnovljenom navještaju da je potrebno dovesti čovjeka do novog zanosa vjere, do otkrića ljepote, radosti, žara, kao i smisla vjerovanja koje nije tek formalno pripadanje nekakvoj zajednici ili održavanje običaja i tradicije. Novoj evangelizaciji potreban je novi zanos i snaga te drukčiji stil i jezik evangelizacije. U središtu je nove evangelizacije upravo pokušaj obnavljanja puta i hoda vjere, i to iznutra, počevši od obraćenja srca i nutrine k Bogu te ponovnog otkrivanja ljepote i čari vjere. U njezinom korijenu mora biti nastojanje oko ponovnog susreta današnjeg čovjeka s osobom Isusa Krista i njegovom ljubavlju.³³ Kongregacija za kler u Napatku o pastoralnom obraćenju župne zajednice u službi evangelizacijskog poslanja Crkve potiče Crkvu da preustroji, preobrazi, duhom kreativnosti i evanđeoskim nemirom, rezidbom i razlučivanjem traži nove načine djelovanja, rada, života i putova naviještanja evanđelja.³⁴

Pastoralno obraćenje (p)ostaje središnja tema nove etape evangelizacije,³⁵ a *spiritui innovations*³⁶ zahtijeva novi ustroj, nove strukture, nove ljude, nove životne oblike, načine i metode pastoralnog djelovanja. Osluškujući i polazeći od konkretne stvarnosti, obraćeno pastoralno djelovanje, uz kritičko prosuđivanje, želi te nastoji prepoznati prioritete djelovanja. Osnovni su pastoralni prioriteti u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji nakon doživljene demografske kataklizme u posljednjem desetljeću:

- *senzibilizacija unutarcrkvene i društvene, napose političko regionalne i lokalne zajednice za dijalog i izgradnju demografskih redovitih, sustavnih strategijski osmišljenih planova i programa.*

Papa Franjo u enciklici *Laudato si'* apelira da se pitanjima koja se odnose na gospodarski razvoj posveti posebna pozornost, politikama na nacionalnoj

30 Usp. IVAN PAVAO II., *Redemptoris missio*, Dokumenti, 96., Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1991, br. 30., str. 45.

31 Usp. isto, br. 92., str. 132.

32 Usp. FRANJO, *Evangelii gaudium*, Dokumenti 163, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2013., br. 11. – 13., str. 12. – 15.

33 Usp. isto, br. 19. – 26., str. 21. – 27.

34 Usp. KONGREGACIJA ZA KLER, *Pastoralno obraćenje župne zajednice u službi evangelizacijskog poslanja Crkve*, Dokumenti, 188., Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2021, br. 1. – 2., str. 5. – 6.

35 Isto, br. 3., str. 6.

36 Usp. GS, br. 64.

i lokalnoj razini, njezinu planiranju, koordinaciji, nadzoru, provedbi, posebice ostvarenju u svjetlu općeg dobra.³⁷ On poziva na socijalni dijalog kao oblik izgradnje nove kulture dijaloga u koji su uključeni svi, od vodstva Crkve, političara, gospodarstvenika, kulturnih djelatnika, djelatnika u medijskoj, sveučilišnoj, umjetničkoj, obiteljskoj kulturi, kako bi se došlo do istinskog susreta: „... iskrenoga traženja pune istine, do služenja, blizine s najmanjima, do zalaganja oko izgrađivanja općeg dobra.”³⁸ Novu kulturu socijalnog dijaloga resi socijalna i politička ljubav, odnosno politička učinkovita ljubav spremna pomoći svakom čovjeku, socijalna i politička ljubav na djelu utemeljena na pravednosti, solidarnosti i plemenitosti, posebice ljubavi koja integrira, okuplja i otvorena je za sve i svima.³⁹

- *(auto)evangelizacija evangelizatora*

I tijekom Druge sinode đakovačke i srijemske sinodski oci prepoznali su potrebu za evangelizaciju evangelizatora i (auto)evangelizaciju evangelizatora. Ona je stavljena među prioritete i konstitutivne elemente evangelizacijskog poslanja partikularne đakovačke i srijemske Crkve. „Druga biskupijska sinoda došla je do sasvim jasne svijesti o potrebi pokretanja izvorne evangelizacije: najprije prezbitera (evangelizacija evangelizatora), redovnika i redovnica, a potom i svih drugih crkvenih djelatnika (vjeroučitelja, članova župnih vijeća i suradnika u župnim zajednicama), a potom i svih ostalih članova biskupijske zajednice te čitave društvene sredine. Potrebno je, naime, da najprije evangelizatore ponovno zahvati evanđelje, osobni susret s Isusom Kristom, da ih prožme njegov Duh i da se otvore Kristovom sustavu vrijednosti. Zahvaćeni novim duhom evangelizacije, drukčije će slaviti otajstva vjere, pristupati govoru o njima te pripravi i dovođenju drugih sakramentalnim slavljinama. Obnovit će se životnost liturgije. Pastoralna priprava za sakramente bit će više svjedočka te zahtjevnija i dugotrajnija.”⁴⁰ Istraživanje provedeno deset godina nakon objave dokumenta sinode među svećenicima župnicima od 15. do 25. godine svećeništva u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji pokazuje da su prvi evangelizatori u nadbiskupiji u evangelizacijskom poslanju, životu i radu u velikoj krizi, krizi kojoj se ne vidi kraja i koja se iz godine u godinu samo produbljuje.⁴¹

37 Usp. FRANJO, *Laudato si´*, Dokumenti, 169., Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2020., br. 176. – 178., str. 136. – 137.

38 FRANJO, *Fratelli tutti*, Dokumenti, 187., Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2021., br. 205., str. 141. – 142.

39 Isto, br. 176. – 192, str. 120. – 132.

40 TI SI KRIST – ZA NAS I ZA SVE LJUDE, Izjave i odluke Druge biskupijske sinode đakovačke i srijemske, isto, br. 9., str. 25.

41 Usp. BEDNDRA, I., ŠOTA, S., Ostvarenje nove evangelizacije u odnosu na tipologiju svećenika evangelizatora – primjer Đakovačko-osječke nadbiskupije, *Crkva u svijetu*, 55. (2020.), br. 4., str. 679. – 702.

- *pastoral preostale kršćansko-vjerničke zdrave jezgre u braku i obitelji*

U svakoj župnoj zajednici u nadbiskupiji susreću se bračni parovi i obitelji koje njeguju kulturu života, koji su otvoreni životu i koje prožima živa, praktična, osobna vjera očitovana i posvjedočena brojnošću djece, odgovornim roditeljstvom, savjesnim i odgovornim radom, zdravim kršćanskim međuljudskim odnosnom među rodbinom i prijateljima.⁴² Kršćanski zrele bračne parove i obitelji Crkva treba doživljavati, skrbiti, osnaživati i gledati kao „bračno-obiteljski ostatak na putu svetosti” (usp. Ezer 9, 8). Budući da kršćanski zreli bračni parovi ili „bračno-obiteljski ostatak na putu svetosti” živi i svjedoči obiteljsko poslanje u crkvenoj i društvenoj zajednici i tako evangelizira i služi drugima, na đakovačko-osječkoj Crkvi jest takvim brakovima i obiteljima otvoriti prostor i vrijeme unutar župne zajednice, odnosno vrednovati, biti blizak, podržavati, radovati se, raditi, pomagati, pružati pomoć u duhovnom rastu i sazrijevanju „ostatka na putu svetosti” na temelju njihovih vjerničko-duhovnih sklonosti te pobožnosti, posebice omogućiti polagano širenje njihovih zajednica te zajedno u njima moliti, promišljati i produbljivati te sveobuhvatnije upoznavati Sveto pismo, narav svetosti braka, život u mistagoškom poniranju sakramentalne milosti sakramenta ženidbe. Crkva, vrednujući i podržavajući brakove i obitelji otvorene kulturi života i Božjem naumu u braku i obiteljima, podržava i vrednuje vlastitu budućnost i budućnost vlastitog naroda i domovine.

- *pastoral braka i obitelji s posebnim naglaskom na pastoral roditelja novokrštenika ili krsnih kateheza katekumenalne naravi i sadržaja te sustavno osmišljeni pastoral roditelja prvopričesnika i krizmanika*

Kako bismo imali više brakova i obitelji koje su riznice sebedarja, povjerenja, razumijevanja, kvalitetne komunikacije, velikodušnosti u rađanju, odgoja djece u vjeri, posebice jednosti i nerazrješivosti, đakovačko-osječkoj Crkvi sustavniji rad s brakovima i obiteljima s kojima se ima priliku susresti u velikom broju, u trenucima krštenja njihova djeteta, primanja svete pričesti i krizme, mora postati pastoralni prioritet broj jedan. U praksi, susreti s roditeljima novokrštenika, prvopričesnika i krizmanika svedeni su na jedan susret informativne ili katehetsko-frontalne naravi. Takav način ne uvodi u dubinu, ne pomaže na putu rasta i sazrijevanja u bračno obiteljskoj ljubavi, komunikaciji, obiteljskom poslanju, nego prepušta, ostavlja i napušta roditelje u kršćansko-vjerničko-obiteljskom poslanju. Radi se o nemarnom pristupu utisnutom u obiteljski pastoral,⁴³ stoga postojeću praksu treba revidirati te tražiti i težiti

42 Usp. ARAČIĆ, P., *Hrvatska kamo ideš? Crkveno djelovanje za brak i obitelj i hrvatsku budućnost*, Biblioteka Nova Evangelizacija, Osijek, 2021., str. 341.

43 Usp. ČONDIĆ, A., *Obitelji, gdje si?*, Crkva u svijetu, 2018, str. 231.

boljemu. Budući da roditelji novokrštenika, prvopričesnika i krizmanika dolaze s različitim duhovnim i vjerničkim formacijama i interesima, prvi korak u zajedničkom hodu katekumenalne naravi rada s roditeljima treba usmjeriti na osobnu razinu i pastoralno razlučivanje vjerničkog i obiteljskog stanja te pripreme za zajednički hod rasta i sazrijevanja. Nakon pastoralnog razlučivanja, u drugom koraku katekumenalnog hoda i rada treba stvoriti male skupine identičnog ili sličnog vjerničkog i bračno-obiiteljskog stanja (najidealnije od četiri do šest bračnih parova, u pet do deset susreta)⁴⁴ te različitim mnogobrojnim područjima i temama teološko-egzistencijalne naravi⁴⁵ stvarati duhovni i vjernički *input* u bračnom i obiteljskom životu. Treći je korak katekumenalnog hoda s roditeljima novokrštenika, prvopričesnika i krizmanika omogućavanje slavlja sakramenta pomirenja. Četvrti je korak stvaranje i razvijanje dugoročnih ili trajnih skupina roditelja i obitelji (najidealnije od četiri do šest bračnih parova) koji će zajednički rasti u ispunjavanju kršćanske vizije braka i obitelji nadahnjujući se na evanđelju.

- *pastoral treće⁴⁶ i četvrte⁴⁷ životne dobi s posebnim naglaskom na hospicijsku i palijativno-dušobrižničku skrb*

Populacija je u Slavoniji sve starija zbog dvaju razloga: dogodila se prirodna depopulacija i u posljednjem se stoljeću životni vijek znatno produljio. Starost, kao sastavnica čovjekove egzistencije, nije nesreća, nego Božji dar koji omo-

44 Uobičajena struktura jednog susreta sadržava: uvod, tekst Svetog pisma, broj iza Katekizma Katoličke Crkve, teološki i egzistencijalni poticajni tekst, zatim razgovor i komunikaciju svih sudionika, završno zaključne misli te kratku agape ili zakusku.

45 Moguće teme: Vlastitost naše bračne i obiteljske komunikacije, Isus Krist u našoj obitelji, Značenje, smisao i sadržaj obiteljske molitve, Osobo iskustvo življenja sakramentalne milosti sakramenta krštenja, pomirenja, euharistije i krizme, Odgoj u vjeri i biti kršćanin u današnjem svijetu i okruženju, Odgovorno roditeljstvo u digitalnoj kulturi, Psihološke specifičnosti razvoja djece predškolske, osnovnoškolske i srednjoškolske dobi, Osnovno traženje najizvršnijeg puta odgajati u vjeri bez supruga/supruge, Mi i naše dijete s teškoćama u razvoju, Imati vremena za nas i djecu u društvu i vremenu bez vremena.

46 Treće životno doba prožeto je životnim poteškoćama i stresovima kao što su: odvajanje od djece, sve teže praćenje i snalaženje na poslu, teže zapošljavanje, a lakše gubljenje posla. Uključuje nužnost i potrebu osobne i životne prilagodbe, napose nakon odlaska u starosnu mirovinu, odlaska djece ili gubitka životnog partnera. Osobe u životnom razdoblju između sedamdeset i osamdeset godina prolaze kroz brze, progresivne biološko-psihološko-mentalno zdravstvene dimenzije slabljenja organizma, životne energije i snage, a četvrto razdoblje, nakon osamdeset godina, karakterizira sveopća oslabljenost životnih i svih drugih funkcija. Usp. ŠOTA, S., Treća i četvrta životna dob kao subjekt pastoralnog djelovanja, *Diacovensia*, 26. (2018.), br. 3., str. 483. – 504., ovdje 485. – 486.

47 Clements, životni vijek od sedamdeset i pete godine života do stote godine naziva četvrto životno doba. Usp. CLEMENTS, W. M., Issues in Pastoral Care and Counseling for the Fourth Quarter of Life, *Pastoral psychology*, 49. (2001.), br. 6., str. 407.

gućava osobnu izgradnju. Zbog toga i pastoralna teologija, kao praktična znanost, treba starost promatrati iz dviju perspektiva: *perspektive treće i četvrte životne dobi, kao objekta i kao subjekta pastoralnog djelovanja*.⁴⁸ Crkva u pastoralnom djelovanju treću i četvrtu životnu dob treba prepoznati kao evangelizacijski potencijal na obiteljskoj, župnoj, dekanatskoj, gradskoj, regionalnoj i nadbiskupijskoj razini. Na *obiteljskoj razini* ona treba prenositi mladim generacijama iskustvo žive vjere, svjedočiti o važnosti osobne molitve, ukazivati na važnost komunikacije i prepoznavanja istinskih vrednota u braku i obitelji. *Župna razina* omogućuje joj da može na području apostolata katehizirati jedan od živih vjerničkih krugova ili katehetskih skupina djece i odraslih u župi te vjerničkih udruga i pokreta. Na području karitativnog djelovanja može promicati karitativno djelovanje župnim Caritasom, Župnim pastoralnim vijećem ili Odborom za karitativnu djelatnost u okviru Župnog pastoralnog vijeća. Na području liturgije mogla bi animirati župne liturgijske skupine, crkvene zbrove, animirati molitvene skupine, koordinirati liturgijske čitače i izvanredne djelitelje pričesti. Na *dekanatskoj, gradskoj, regionalnoj razini* treća i četvrta životna dob može biti subjekt pastoralnog djelovanja u savjetovalištim, na tečajevima za zaručnike, zaručničkim vikendima, promicati pastoral bolesnika, zatvorenika, beskućnika. Zahvaljujući *nadbiskupijskoj razini* mogla bi sudjelovati u nadbiskupijskim povjerenstvima u sklopu Nadbiskupijskog pastoralnog centra, posebice povjerenstvima i vijećima za brak i obitelj, za rad osoba s invaliditetom, biblijskim i misijskim pastoralima te u nadbiskupijskim katehetskim i pastoralnim vijećima.⁴⁹

Treća i četvrta životna dob kao *objekt pastoralnog djelovanja* za Crkvu ostvarive su u bolnicama, domovima za stare, hospicijima, župnim zajednicama i obiteljima. Cjelokupan rad mora uključivati promjenu poimanja i doživljavanja, posebice suočavanja sa starošću, napose bolešću. Župne zajednice populacijom vjernika sve su starije i s većim brojem bolesnika moraju za stare, bolesne i osamljene kvalitetnije i sveobuhvatnije osmišljavati i organizirati redovite i prigodne susrete, programe, euharistijska slavlja. Pastoral mora, s jedne strane, sadržavati kvalitetniju senzibilizaciju svih članova zajednice, s druge strane, redovito se ostvarivati i u materijalnoj skrbi i razini.⁵⁰ Budući da

48 U ovom dijelu rada, premda nije točno, no zbog lakšeg praćenja autorova promišljanja, pojam starosti i treća i četvrta životna dob imat će gotovo isto značenje.

49 Usp. ŠOTA, S., Treća i četvrta životna dob kao subjekt pastoralnog djelovanja, isto, str. 494. – 498.

50 Važnu ulogu u župnim zajednicama uz župni Caritas mora imati, a time se u župama razvijati, njegovati, stvarati i strukturirati, Odbor Župnog pastoralnog vijeća za karitativnu djelatnost. Usp. ŠOTA, S., Analiza i kritički osvrt na župna pastoralna vijeća i njihove odbore u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji, *Obnovljeni život: časopis za filozofiju i religijske znanosti*, 71. (2016.), br. 1., str. 85. – 100.

u nadbiskupiji od Crkve kao osnivača ili nositelja ne postoji ni jedan od oblika palijativne skrbi i hospicija, demografski je slom u nadbiskupiji *snažan vapaj* o prijeko potrebnoj nužnosti ulaganja u izgradnju stacionarskih hospicija na regionalnoj razini,⁵¹ pokretanju i organiziranju hospicijskih dnevnih boravaka na gradskoj i dekanatskoj razini, isto tako na gradskoj i dekanatskoj razini interdisciplinarnim partnerstvom, suradnjom, uvažavanjem svih odgovornih, strukturiranju palijativno-savjetodavne službe i palijativnih timova, kao i o kvalitetnijem osnaživanju bolničkog dušobrižništva.⁵²

- *pastoral branitelja, članova njihovih obitelji i stradalnika Domovinskog rata*

Đakovačko-osječka nadbiskupija mjesna je Crkva u kojoj su se tijekom Domovinskog rata i velikosrpske agresije dogodila najveća razaranja, progonstva, ubojstva, pogibije i mučenja.⁵³ Od 1991. do mirne reintegracije Podunavlja 15. siječnja 1998. godine trećina njezina teritorija bila je okupirana, stoga na području nadbiskupije živi velik broj branitelja, članova njihovih obitelji i stradalnika koji su sve stariji i zahtjevniji u brizi i skrbi. Pastoral branitelja Domovinskog rata sam po sebi nameće se kao neizostavni pastoralni prioritet. Premda je do sada bilo ne samo pokušaja nego i sustavnije brige od osnovanoga Biskupijskog povjerenstva 2003. godine u sklopu Pastoralnog centra nadbiskupije, željeni rezultati nisu se postigli zbog dvaju razloga. Prvi razlog leži u nedostatku kvalificiranog i stručnog osoblja koje bi se kvalitetnije i sveobuhvatnije moglo nositi s izazovima koji zahtijevaju kategorijalni i specificirani način crkvenog djelovanja s braniteljima o kojem ne postoje iskustva drugih naroda i crkava, a drugi uzrok prepoznaje se u dosadašnjoj nezainteresiranosti „tada mlađe kategorije branitelja” za duhovnost i vjernički život, a više za osiguravanjem materijalnoga statusa.⁵⁴ Sadašnju je raspoloživost branitelja

51 Autor rada osobno svjedoči o inicijativi pojedinih osoba i udruga (Hrvatsko katoličko društvo medicinskih sestara) u spremnost i suradnju s Nadbiskupijom u pokretanju hospicijskih dnevnih boravaka, palijativno savjetodavne službe i timova.

52 U bolničkom pastoralu u nadbiskupiji trenutačno uposlenih osim svećenika nema ni jedan teolog laika, a većini svećenika uključenih u bolnički pastoral bolničko dušobrižništvo nije jedina služba, npr. bolničkom dušobrižniku u Vukovaru, Vinkovcima, pa i u Osijeku i Slavonskom Brodu.

53 Usp. MARIJAN, D., Aktivnosti jugoslavenske narodne armije u pripremi i provedbi velikosrpske oružane agresije na Republiku Hrvatsku i hrvatsko ratište 1991. godine, NAZOR, A., BIČANIĆ, A. (ur.), *Herojski Vukovar*, Društvo za promicanje hrvatske kulture i zanosit CROATICA, Zagreb – Vukovar, 2021, str. 125.–155.

54 Usp. ŠOTA, S., Nietzscheovsko, egzistenijalno-kršćansko, te kristovsko poimanje mira i pomirenja stradalnika Domovinskog rata u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji, BREKALO, M., *Domovinski rat i njegovi društveno-ekonomski odrazi na razvoju hrvatskog Istoka*, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, 2016., str. 365.–384.

i stradalnika Domovinskog rata povjerenstvo za rad s braniteljima pozvano iskoristiti i strukturirati nastojanje.⁵⁵

- *organiziranjem znanstvenih skupova, tribina, predavanja, okruglih stolova, radijskih i televizijskih emisija, rasprava i susreta demografskog sadržaja osnaživati kulturu života i poticanje življenja evandeoskih vrednota društvene, kulturne znanstvene i gospodarske zajednice*

Veliku ulogu i važnost u osnaživanju kulture života, s jedne strane, i osmišljavanju sadržaja koji će senzibilizirati, posebice utjecati na prementalizacija stava i promišljanja o demografskim pitanjima znanstvene, društvene i kulturne zajednice, s druge strane, u đakovačko-osječkoj Crkvi moraju imati Katolički bogoslovni fakultet u Đakovu, u sastavu Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i nadbiskupijski Pastoralni centar, kao pastoralni odsjek Nadbiskupskog ordinarijata u Đakovu. Promicanje je kulture života i demografsko pitanje, teološko i egzistencijalno pitanje teološkog fakulteta i nadbiskupijskog Pastoralnog centra. I opće odredbe o teološkim fakultetima u *Veritatis gaudium* naglašavaju kako je cilj crkvenih fakulteta njegovanje i promicanje disciplina koje su izravno povezane s poslanjem ili služe poslanju Crkve te u svjetlu objave znanstvenim istraživanjima razmatraju nove probleme što se javljaju u ljudima različitih kultura.⁵⁶ Osnivanje zavoda, znanstvenih i stručnih centara demografskog i bračno-obiteljskog karaktera, kao i interdisciplinarni programski dijalog s ostalim sastavnicama sveučilišta, posebice snažniji i kvalitetniji pastoral, nasušni su prioriteti znanstvene zajednice u Đakovu. Premda su u planu i programu pastoralnog odsjeka Nadbiskupskog ordinarijata u tzv. *Kalendaru susreta* navedena pastoralna područja i uredi koji bi trebali pridonijeti sustavnom pastoralnom radu te osnaživanju kulture života i senzibilizaciji za demografska pitanja, kao npr. Ured za pastoral braka i obitelji, Ured za promicanje socijalnog nauka Crkve i društvena pitanja, Ured za vjernička društva, Ured za pastoral studenata i sveučilišta, u praksi, napose tijekom posljednjih nekoliko godina, djelovanje je svedeno na minimum ili je postalo mrtvo slovo na papiru.⁵⁷ Stoga se đakovačko-osječka Crkva mora odvažiti uključiti, a time i uposliti u nekoliko stožernih pastoralnih područja, napose brak i obitelj i socijalni nauk Crkve i društvena pitanja, stručne, osposobljene vjernike laike, u suprotnome i ona zapostavljanjem potreba sudjeluje i pospješuje demografski slom i umiranje vlastitog naroda.

55 Usp. <https://radio.hrt.hr/prvi-program/vijesti/u-pripremi-nove-smjernice-za-pastoral-hrvatskih-branitelja-10763085> (pristupljeno 18. lipnja 2023.).

56 Usp. FRANJO, *Veritatis gaudium*, Dokumenti, 180., Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2018., bb, čl. 3., str. 31.–32.

57 Izrečenu tvrdnju potkrepljuje činjenica što ni jedan ured u sklopu Pastoralnog centra, pa tako ni Ured za brak i obitelj i Ured za promicanje socijalnog nauka Crkve i društvena pitanja, nema profesionalno zaposlenu osobu.

4. UMJESTO ZAKLJUČKA

Demografsko pitanje ne smije biti ideološko pitanje. Ono je nacionalno pitanje koje mora nadilaziti politiku i politička opredjeljenja. To pitanje ne smije biti ni za Crkvu jedno od pastoralnih prioriteta; ono je pastoralni prioritet *per se* jer je okosnica svakog pastoralnog djelovanja, naglaska i sadržaja. I kao što bi demografsko pitanje trebalo biti za cijelu državu ključno, strateško i razvojno pitanje hrvatske sadašnjosti i budućnosti, tako i za đakovačko-osječku Crkvu ono mora postati ključan pastoralni čimbenik svih njezinih nastojanja. Naime, prema Popisu 2021. godine u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji jest 388 305 vjernika katolika. Nadbiskupija je u deset godina izgubila 78 885 vjernika, odnosno 16,88 %. Gubitak 16,88 % vjernika u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji zahtijeva i traži dodatne napore u prepoznavanju novih pastoralnih, evangelizacijskih i katehetskih prioriteta.

Dramatično demografsko stanje prisutno je gotovo u svim gradovima, općinama, odnosno župama u nadbiskupiji. Najviše izgubljenih vjernika katolika bilježi Županja (25,46 %) i Ilok (24,71 %). Pastire Đakovačko-osječke nadbiskupije treba uvelike zabrinuti činjenica što je Slavonski Brod, drugi grad po veličini u nadbiskupiji, ujedno i sveučilišni grad, u deset godina izgubio 16,55 % vjernika katolika ili ukupno 8674. Osijek je u deset godina izgubio 11 273 ili 12,96 % vjernika katolika. U praksi znači da je u Osijeku u zadnjih deset godina nestala jedna župa poput centralne Župe sv. Petra i Pavla. Gubitak 4470 vjernika katolika, odnosno 16,67 %, u Đakovu, gradu koji je i središte nadbiskupije, ukazuje na mnogobrojne ne samo demografske negativne okolnosti nego i na neuspješne i loše gospodarske aktivnosti lokalne zajednice.

Općine s najvećim smanjenim brojem vjernika katolika, i do 30 %, nalaze se u gospodarski najsiromašnijim dijelovima Vukovarsko-srijemske i Osječko-baranjske županije. Radi se o općinama u Vukovarsko-srijemskoj županiji uz rijeku Savu prema Srbiji, Gunja (30,14 %), Bošnjaci (28,22 %) i Drenovci (28,06 %), zatim općinama u Osječko-baranjskoj županiji na granici s Mađarskom, i u središtu Baranje, u općinama Draž (28,09 %), Popovec (28,94 %) i Kneževi Vinogradi (27,11 %).

Stanje katastrofalne demografske situacije upućuju na suodnos gospodarske (ne)razvijenosti i (ne)ulaganja u gospodarstvo te odsutnosti sustavne kvalitetne brige đakovačko-osječke Crkve koja se treba zauzeti se za kulturu života i raspoložive pastoralne, evangelizacijske i katehetske resurse uključiti u revitalizaciju mentaliteta vjernika katolika. U demografski opustošenoj nadbiskupiji pastoralni prioriteti koji se sami po sebi nameću su: senzibilizacija unutarcrkvene i društvene, napose političko regionalne i lokalne zajednice za dijalog i izgradnju demografskih redovitih, sustavnih strategijski osmišljenih

planova i programa, (auto)evangelizacija evangelizatora, pastoral preostale kršćansko-vjerničke zdrave jezgre u braku i obitelji, pastoral braka i obitelji s posebnim naglaskom na pastoral roditelja novokrštenika ili krsnih kateheza katekumenalne naravi i sadržaja, sustavno osmišljeni pastoral roditelja prvopričesnika i krizmanika, pastoral treće i četvrte životne dobi i pastoral branitelja i stradalnika Domovinskog rata kao zasebne kategorijalne pastoralne brige.

LITERATURA

a) Arhivska građa:

1. Osamostaljivanje Srijemske biskupije – Uspostava Đakovačko-osječke crkvene pokrajine – Uspostava Đakovačko-osječke nadbiskupije – PROGLAŠENJE, Arhiv Nadbiskupijskog ordinarijata Đakovačko-osječke nadbiskupije, br. 1000./2008.
2. Popis stanovništva 2021. Arhiv Nadbiskupijskog ordinarijata Đakovačko-osječke nadbiskupije – Ustanova za uzdržavanje klera i drugih crkvenih službenika, br. 18./2022., od 22. studenoga 2022.

b) Crkveni dokumenti:

1. Drugi vatikanski koncil Dokumenti, *Lumen gentium*, VII. izdanje, popravljeno i dopunjeno, Kršćanska sadašnjost (KS), Zagreb, veljača 2008.
2. Drugi vatikanski koncil Dokumenti, *Gaudium et spes*, VII. izdanje, popravljeno i dopunjeno, Kršćanska sadašnjost (KS), Zagreb, veljača 2008.
3. FRANJO, *Evangelii gaudium*, Dokumenti 163, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2013.
4. FRANJO, *Veritatis gaudium*, Dokumenti, 180., Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2018.
5. FRANJO, *Laudato si´*, Dokumenti, 169., Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2020.
6. FRANJO, *Fratelli tutti*, Dokumenti, 187., Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2021.
7. IVAN PAVAO II., *Redemptoris missio*, Dokumenti, 96., Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1991.
8. KONGREGACIJA ZA KLER, *Pastoralno obraćenje župne zajednice u službi evangelizacijskog poslanja Crkve*, Dokumenti, 188., Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2021.

9. TI SI KRIST – ZA NAS I ZA SVE LJUDE, Izjave i odluke Druge biskupijske sinode đakovačke i srijemske, Nadbiskupski ordinarijat, Đakovo, 2008.

c) *Knjige i članci:*

1. AKRAP, A., Depopulacijske tendencije u Slavoniji, *Kamo ide istočna Hrvatska? Demografsko stanje, prognoze i traženje izlaska iz krize Slavonije, Baranje i zapadnog Srijema*, ŠANJEK, F., ARAČIĆ, P., ĆURIĆ, M. (ur.), Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti Zavod za znanstveni i umjetnički rad u Đakovu, Zagreb – Đakovo, 2018., str. 39.–73.
2. ARAČIĆ, P., *Hrvatska kamo ideš? Crkveno djelovanje za brak i obitelj i hrvatsku budućnost*, Biblioteka Nova Evangelizacija, Osijek, 2021.
3. ARAČIĆ, P., Što čini Crkva za brak i obitelj i što bi se moglo i trebalo mijenjati?, *Kamo ide istočna Hrvatska? Demografsko stanje, prognoze i traženje izlaska iz krize Slavonije, Baranje i zapadnog Srijema*, ŠANJEK, F., ARAČIĆ, P., ĆURIĆ, M. (ur.), Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti Zavod za znanstveni i umjetnički rad u Đakovu, Zagreb – Đakovo, 2018., str. 153.–166.
4. BEDNDRA, I., ŠOTA, S., Ostvarenje nove evangelizacije u odnosu na tipologiju svećenika evangelizatora – primjer Đakovačko-osječke nadbiskupije, *Crkva u svijetu*, 55. (2020.), br. 4., str. 679.–702.
5. ČONDIĆ, A., *Obitelji, gdje si?*, Crkva u svijetu, 2018.
6. CLEMENTS, W. M., Issues in Pastoral Care and Counseling for the Fourth Quarter of Life, *Pastoral psychology*, 49. (2001.), br. 6., str. 407.
7. MARIJAN, D., Aktivnosti jugoslavenske narodne armije u pripremi i provedbi velikosrpske oružane agresije na Republiku Hrvatsku i hrvatsko ratište 1991. godine, NAZOR, A., BIČANIĆ, A. (ur.), *Herojski Vukovar*, Društvo za promicanje hrvatske kulture i zanosit CROATICA, Zagreb – Vukovar, 2021., str. 125.–155.
8. RUPIĆ, M., MARTINIĆ JERČIĆ, N., Pobuna dijela Srba u općini Vukovar, *Herojski Vukovar*, 1. knjiga, NAZOR, A., BIČANIĆ, A. (ur.), Društvo za promicanje hrvatske kulture i znanosti CROATICA, Zagreb – Vukovar, 2021., str. 159.–173.
9. SRAKIĆ, M., Sveti Otac u žitnici Hrvatske, *Vjesnik Đakovačke i Srijemske biskupije*, 131. (2003.), br. 6., str. 402.
10. ŠOTA, S., *Sudbina ujeronauka u Đakovačkoj i Srijemskoj biskupiji od 1944. do 1960.*, Nacionalni katehetski ured Hrvatske biskupske konferencije, Zagreb, 2011.
11. ŠOTA, S., Analiza i kritički osvrt na župna pastoralna vijeća i njihove odbore u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji, *Obnovljeni život: časopis za filozofiju i religijske znanosti*, 71. (2016.), br. 1., str. 85.–100.

12. ŠOTA, S., Nietzscheovsko, egzistenijalno-kršćansko, te kristovsko poimanje mira i pomirenja stradalnika Domovinskog rata u Đakovačko-osječkoj nadbiskupiji, BREKALO, M., *Domovinski rat i njegovi društveno-ekonomski odrazi na razvoj hrvatskog Istoka*, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, 2016., str. 365.–384.
13. ŠOTA, S., Treća i četvrta životna dob kao subjekt pastoralnog djelovanja, *Diacovensia*, 26. (2018.), br. 3., str. 483.–504.
14. ŠOTA, S., Analiza pastoralnih nastojanja nakon proglašenja dokumenata Ti si Krist – za nas i za sve ljude. Izjave i odluke Druge biskupijske sinode đakovačke i srijemske, *Diacovensia*, 27. (2019.), br. 1., str. 57.–82.,
15. ŠUNDALIĆ, A., Osiromašivanje i nerazvijenost – Slavonija i Baranja u očima njezinih stanovnika, *Socijalna ekologija*, Zagreb, 15. (2006.), br. 1.–2., str. 125.–143.,
16. WETHEIMER-BALETIĆ, A., Demografski procesi u Hrvatskoj i u zapadnoeuropskim zemljama – razlike, sličnosti i specifičnosti, *Kamo ide istočna Hrvatska? Demografsko stanje, prognoze i traženje izlaska iz krize Slavonije, Baranje i zapadnog Srijema*, ŠANJEK, F., ARAČIĆ, P., ČURIĆ, M. (ur.), Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti Zavod za znanstveni i umjetnički rad u Đakovu, Zagreb – Đakovo, 2018. str. 11.–38.,
17. ŽIVIĆ, D., Demografsko pražnjenje istočne Slavonije, *Političke analize, tromjesečnik za hrvatsku i međunarodnu politiku*, 8. (2017.), br. 31., str. 24.–32.

d) Mrežne stranice:

1. DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU, Stanovništvo prema vjeri po GRADOVIMA/OPĆINAMA, Popis 2011.
2. DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU, Stanovništvo prema vjeri po GRADOVIMA/OPĆINAMA, Popis 2021.
3. Glas Slavonije, 11. ožujka 2020., <https://www.glas-slavonije.hr/426734/7/Gospodarska-zona-Antunovac-primjer-je-brzorastuceg-gospodarstva-u-Slavoniji>
4. Glas Slavonije, 15. veljače 2023., <https://www.glas-slavonije.hr/515767/3/Ernestinovo-peto-u-Hrvatskoj-u-povlacenju-EU-sredstava>
5. <https://ika.hkm.hr/novosti/propovijed-pape-ivana-pavla-ii-u-osijeku>
<https://www.035portal.hr/vijest/politika/clanak-17545>
6. <https://radio.hrt.hr/prvi-program/vijesti/u-pripremi-nove-smjernice-za-pastoral-hrvatskih-branitelja-10763085>

NATALITET I MORTALITET KAO UZROK MIGRACIJA I PROMJENA IDENTITETA U MIKROZAJEDNICI – *STUDIJA SLUČAJA*

Izvorni znanstveni rad

Marinko Vuković

Institut za istraživanje migracija
Trg Stjepana Radića 3
10 000 Zagreb
marinko.vukovic@imin.hr

Sažetak

Povijesni izvori koji svjedoče o natalitetu i mortalitetu populacije u nekoj mikrozaednici u prošlosti jasno pokazuju kako je međudnos nataliteta i mortaliteta uvjetovao i dinamiku migracija. Kada je natalitet u odnosu na mortalitet bio pozitivan, i vitalnost zajednice ostajala je na visokim razinama. Tada je potreba za imigracijom u mikrozaednicu ostajala niska. Kada je natalitet u odnosu na mortalitet bio negativan i kada je demografski pad postao očit, nužno je dolazilo do imigracije u mikrozaednicu. Migracije stanovništva u mikrozaednicu utjecale su na etnokulturni identitet starosjedilaca i doseljenika u procesu akulturacije i enkulturacije. Primjerice, migracije su uzrokovale promjene u socijalnim odnosima i kulturi nakon interakcije između hrvatskih starosjedilaca i hrvatskih doseljenika. Još su se više socijalni odnosi i kulturne promjene očitovale i događale između hrvatskih starosjedilaca i drugih etničkih skupina koje su imigrirale u zajednicu. Pripadnici hrvatske etničke skupine iz drugih hrvatskih krajeva imigrirali su u istraživanu mikrozaednicu u različitom broju i u različitim razdobljima tijekom nekoliko stoljeća. Podatci o njihovu dodiru sa starosjediocima mogu se pratiti u povijesnim i etnografskim izvorima od kraja 19. stoljeća. Pripadnici drugih etničkih skupina imigrirali su uglavnom krajem 19. i u prvoj polovini 20. stoljeća o čemu također postoje povijesni i etnografski podatci. Prezentirani podatci i činjenice mogli bi se koristiti i primijeniti u pokušaju nalaženja rješenja za prevladavanje suvremenih demografskih izazova.

Ključne riječi: natalitet, mortalitet, migracije, identitet, slavonska Posavina

BIRTH RATE AND MORTALITY AS A CAUSE OF MIGRATION AND IDENTITY CHANGE IN A MICRO-COMMUNITY – A *CASE STUDY*

Abstract

Historical sources documenting the birth and mortality rates of the population in a micro-community in the past clearly show that the relationship between birth rate and mortality rate also determined the dynamics of migration. When the birth rate was positive relative to the mortality rate, the vitality of the community remained at a high level. At that time, the need for immigration to the micro-community remained low. When the birth rate was negative relative to the mortality rate and the demographic decline became evident, immigration into the micro-community was inevitable. The migration of the population to the micro-community affected the ethnocultural identity of the natives and the immigrants in the process of acculturation and enculturation. For example, migrations caused changes in social relations and culture after the interaction between Croatian natives and Croatian settlers. Even more social relations and cultural changes occurred between Croatian natives and other ethnic groups that migrated to the community. Members of the Croatian ethnic group from other Croatian regions migrated to the studied micro-community in different numbers and in different periods over several centuries. Data on their contact with the locals can be traced in historical and ethnographic sources from the end of the 19th century. Members of other ethnic groups migrated mainly at the end of the 19th century and in the first half of the 20th century, about whom there are also historical and ethnographic data. The data and facts presented could be used and applied to find solutions to the current demographic challenges.

Keywords: birth rate, mortality, migration, identity, Slavonic Posavina

1. UVOD

Posljednji popis stanovništva Republike Hrvatske iz 2021. godine pokazao je veliki demografski pad stanovništva u odnosu na sve prijašnje popise stanovništva. Najveći se pad dogodio u županijama Istočne Hrvatske, a najviše u Brodsko-posavskoj županiji koja je u odnosu na popis iz 2011. godine izgubila

17,85 % stanovnika (Državni zavod za statistiku [DZS], 2021). Iz te je županije za istraživanje izabrana jedna ruralna mikrozajednica. Polazna je pretpostavka da povijesno, etnološko i kulturno-antropološko istraživanje na primjeru neke mikrozajednice može biti model kojim se može sagledavati i šira slika na nekom zemljopisnom ili društvenom području. Uzimajući jedan primjer ili slučaj za istraživanje, kao *studiju slučaja*, neki se unaprijed određeni fenomen promatra kvalitativno, što znači da se dubinski, detaljno i svestrano opisuje, zatim analizira, te se iz toga izvodi zaključak (Miočić, 2018). Na taj se način može dobiti uvid u međuodnos nataliteta, migracija i identiteta neke zajednice u prošlosti na nekom području, a dobivene spoznaje o prošlosti mogu pomoći u rješavanju demografskih i društvenih problema u recentnom vremenu. Pri konceptualizaciji istraživanja mikrozajednica može obuhvaćati neko odabrano zemljopisno područje ili može biti neka odabrana socijalna/etnička skupina koja ne mora biti vezana za zemljopisno područje. Do sada su ovakav način istraživanja primjenjivali mnogi etnolozi, kulturni antropolozi, sociolozi i povjesničari, primjerice: Jasna Čapo Žmegač (1991, 2002, 2003), Marijeta Rajković Iveta (2005, 2011, 2013), Vesna Konstantinović-Čulinović (1983), Filip Škiljan (2016, 2018), Suzana Leček (1999), Nenad Vekarić (2006a, 2006b), Sanja Klempić Bogadi, Sanja Podgorelec i Monika Šabijan (2002) i dr.

2. DOSADAŠNJA ISTRAŽIVANJA

O demografskim su kretanjima u prošlosti Hrvatske pisali mnogi autori. Jakov Gelo (1987) pisao je o demografskoj tranziciji Hrvatske od kraja 18. do kraja 20. stoljeća. To je rad koji bi trebalo imati u vidu pri svakoj raspravi o hrvatskoj demografiji. Dragutin i Petar Feletar (2008) pisali su o demografskoj tranziciji i depopulaciji Bjelovarsko-bilogorske županije od polovine 19. do 21. stoljeća. Pregled demografskih kretanja, tipologije migracija u Slavoniji i etničke promjene kao posljedice toga tijekom 20. stoljeća, na temelju statističkih i literarnih podataka, referirajući se i na podatke iz prošlosti, obrađivali su Ivan Lajić i Mario Bara (2009).

Povijesno-demografska istraživanja s područja Slavonije, koja su provodena na temelju matičnih knjiga rođenih, vjenčanih i umrlih iz 18. i 19. stoljeća, predstavljaju radovi Roberta Skenderovića (2002, 2012) o požeškom i brodskom stanovništvu, zatim Davorina Hrkaća (2012) o matičnim knjigama brodske župe kao demografskom izvoru te Danijele Juranović (2012) o demografskoj prošlosti novogradiške župe prema matičnim knjigama krštenih.

O unutrašnjim hrvatskim migracijama 18., 19. i 20. stoljeća na području slavonske Posavine pisali su Stjepan Pavičić (1953), Vesna Kolić Kliković (2003),

Marinko Vuković (2017) i dr. Njihovi se radovi odnose na migracije, identitet i kulturu Ličana, Gorana, Kordunaša i Banovaca, dok su o migracijama Bosanaca pisali Stjepan Pavičić (2000) i Robert Skenderović (2010).

O migracijama etničkih skupina iz okolnih zemalja na područje slavonske Posavine pisali su također mnogi autori. O migracijama Poljaka na područje Brodsko-posavske županije pisali su Dušan Drljača (1985) i Filip Škiljan (2016), o Poljacima u Zagrebu i Slavoniji Marijeta Rajković i Dragutin Babić (2018), a o Ukrajincima Zdravka Zlodi (2005).

3. METODA I CILJ ISTRAŽIVANJA

U radu su korišteni arhivski izvori koji se odnose na ruralnu mikrozajednicu u zapadnoj brodskoj Posavini, na naselje Kuti u Općini Bebrina u Slavoniji. Riječ je o matičnim knjigama rođenih, vjenčanih i umrlih. S arhivskim su izvorima komparirana i analizirana kazivanja ljudi iz istraživane mikrozajednice. Kazivanja su prikupljena od 90-ih godina 20. st. do danas.

Kao što je rečeno, istraživanje se temelji na analiziranju podataka iz matičnih knjiga župa Kobaš i Bebrina u kojima se nalaze podatci o rođenima i umrlima za naselje Kuti. Ti su podatci, uz brojne druge podatke koji se nalaze u matičnim knjigama, poslužili kao kvantitativni pokazatelji nataliteta i mortaliteta u naselju Kuti u prošlosti (usp. Vekarić, 2010; Krivošić, 1988; Bertoša, 2001). Kvantitativni su pokazatelji ukupnog broja rođenih i umrlih od 1780. do 1920. godine komparirani s imigracijom u mikrozajednicu u istom razdoblju.

Nakon analize podataka iz povijesnih izvora, o demografskim i migracijskim kretanjima, analizirani su podatci dobiveni kazivanjem ljudi iz mikrozajednice. Pomoću tih iskaza pokušao se dobiti uvid u kojoj je mjeri došlo do promjena u kulturi mikrozajednice, koje bi se očekivale s obzirom na novopridošle regionalne i etničke skupine. Pritom se misli na kulturne promjene u materijalnoj i nematerijalnoj kulturi mikrozajednice. Za promatranje su odabrani samo neki elementi iz mnoštva sveukupne kulture: nošnja, prehrana, graditeljstvo, jezik, običaji.

Zasebno je analizirana društvena interakcija između starosjedilaca i doseljenika. Pokušalo se utvrditi do kakve je kulturne promjene došlo, kao posljedice procesa usvajanja kulture i kulturnih elemenata, nakon kulturnog dodira, te pokazati što se dogodilo s identitetom regionalnih i etničkih skupina tijekom vremena.

4. NATALITET I MORTALITET MIKROZAJEDNICE

Stanovništvo se istraživane mikrozajednice spominje prvi put u povijesnim izvorima 1702. godine nakon uspostave Vojne krajine u slavonskoj Posavini. Radi se o dokumentima koji govore o uspostavi i organizaciji Vojne krajine nakon oslobođenja od Osmanlija 1699. godine (Mažuran, 2005). Drugi su povijesni izvori, koji govore o prvim stanovnicima ove mikrozajednice, matične knjige rođenih, vjenčanih i umrlih za župu Kobaš i župu Bebrina (HR-HDA-883, matične knjige rođenih, vjenčanih i umrlih rimokatoličke župe Kobaš i Bebrina; HR-DASB-343, matične knjige rođenih vjenčanih i umrlih rimokatoličke župe Bebrina; HR-HDA-1488, matična knjiga rođenih, rimokatolici, Matični ured Slavonski Brod, Župa Bebrina, matična knjiga rođenih 1878. – 1934.). Iz tih su se knjiga koristili podatci o broju rođenih i umrlih od 1780. do 1920. godine u naselju Kut. Polazna je godina za prikupljanje i analizu podataka bila 1780. Ta se godina uzimala kao polazna u relevantnim demografskim istraživanjima u Hrvatskoj s kojima će se prikupljeni podatci komparirati (Gelo, 1987).

Po populacijskim demografskim teorijama, koje su prevladavale od 16. do 18. stoljeća, brojno je stanovništvo bilo i bogatstvo nekog naroda, odnosno države (Gelo, 1987, str. 26-27). Može se dodati da je zbog velike smrtnosti stanovništva u 18. stoljeću i u prvoj polovini 19. stoljeća bila nužna isto tako i velika rodnost stanovništva da bi zajednica mogla uopće biološki opstati i da bi se moglo održati gospodarstvo koje se tada temeljilo uglavnom na poljodjelstvu. Premda su pesimistički teoretičari 18. stoljeća smatrali da se stanovništvo brže umnaža nego što se može proizvesti hrane za njegovo održavanje (Gelo, 1987, str. 30-31), to se nije dogodilo, što se i na primjeru istraživane mikrozajednice potvrdilo.

Po glavnom pesimističkom teoretičaru Robertu Thomasu Malthusu, čija se teorija pojavila na prijelazu iz 18. u 19. stoljeće, stanovništvo će stalno imati tendenciju dvostrukog umnažanja u svakoj sljedećoj generaciji, stoga će biti potrebne mjere da se to ne događa jer proizvodnja hrane to neće moći pratiti, a ratovi i epidemije samo će donekle smanjiti broj stanovnika (Gelo, 1987, str. 34-36). Međutim, povijesni je slijed opovrgnuo Malthusovu tvrdnju jer na području Europe nije došlo do dvostrukog umnažanja u svakoj sljedećoj generaciji.

U 19. i 20. stoljeću pojavile su se optimističke demografske teorije prema kojima će rast stanovništva omogućiti i rast sredstava za njegovo uzdržavanje (Gelo, 1987, 37-40). Pokazat će se i potvrditi da će negativna demografska kretanja negativno utjecati na rast gospodarstva nekog društva.

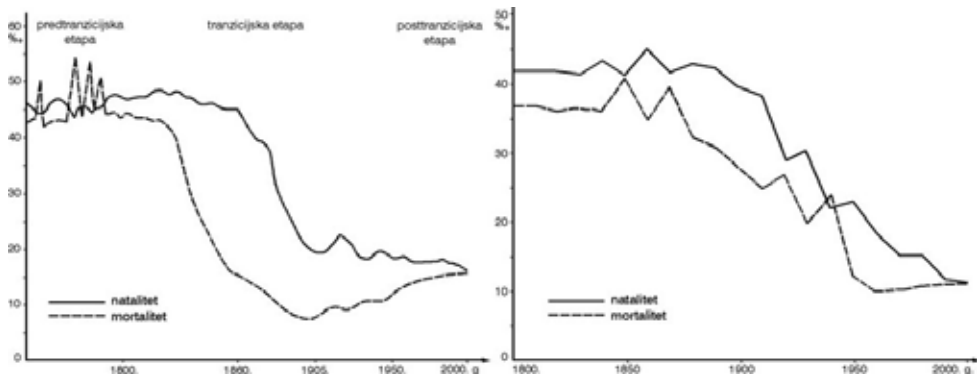
Industrijska je revolucija ubrzala i uvećala proizvodnju hrane u 19. stoljeću, pa je tako glad bivala sve rjeđa. Također su se higijenske navike stanovništva počele mijenjati. Medicinska su istraživanja doprinijela općem poboljšanju

zdravlja stanovništva. Svi su ti faktori doprinijeli smanjenju stope mortaliteta. S tim je došlo do značajnog povećanja broja stanovnika. U drugoj polovini 19. stoljeća polako se javila „svijest“ da se smanji natalitet zbog sve većeg preživljavanja svih rođenih. Pad broja umrlih i pad broja rođenih doveo je do tzv. demografske tranzicije (Gelo, 1987, str. 50-51, 56-57; usp. Wertheimer-Baletić, 1973).

Natalitet je u Vojnoj krajini od 1780. do 1880. bio između 45 i 50 promila, da bi 1900. bio oko 40 promila s vidljivim daljnjim padom na 35 promila do 1920. godine (Gelo, 1987, str. 123-127). Mortalitet je u Vojnoj krajini od 1780. do 1880. bio oko 42 promila, da bi oko 1900. bio oko 25 promila s daljnjim padom na 20 promila oko 1920. godine (Gelo, 1987, str. 147-152). Premda je broj rođenih u odnosu na broj umrlih tijekom cijelog promatranog razdoblja u ukupnoj populaciji uvijek bio veći od broja umrlih, očigledan je stalni pad broja rođenih i broja umrlih.

Potrebno je naglasiti da se ovi podatci odnose na cijelu Vojnu krajinu, ali postojala su područja gdje se stopa visokog nataliteta održala duže nego u nekim drugim vojno-krajiškim područjima. Primjerice, dinarsko područje imalo je visok natalitet do polovine 20. stoljeća, dok je u panonskom području visoka stopa nataliteta opala polovinom 19. stoljeća (Vuković, 2017, str. 211-212).

Slika 1. DEMOGRAFSKA TRANZICIJA (prijelaz): opći model zapadnoeuropskih zemalja (lijevo) i Hrvatska (desno)



Izvor: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=14512> , preuzeto 20. 4. 2023.

Također se u istraživanoj mikrozajednici mogu uočiti spomenuti pokazatelji općeg kretanja stanovništva, polagani pad nataliteta i mortaliteta. Ipak, za razliku od opće stope nataliteta i mortaliteta cijele Vojne krajine, u ovoj se mikrozajednici demografska tranzicija dogodila polovinom 19. stoljeća, što je

vidljivo iz razmatranja broja rođenih i umrlih po godinama u razdoblju od 1780. do 1920. godine i njihova međuodnosa. Štoviše, može se primijetiti da se tada dogodila neka vrst demografske posttranzicije jer je mortalitet nadmašio natalitet, što se na nivou cijele Hrvatske dogodilo 80-ih godina 20. stoljeća („Demografska tranzicija“, 2021). U razdoblju od 1780. do 1840. godine natalitet je u istraživanoj mikrozajednici viši od mortaliteta. Između 1840. i 1850. natalitet se izjednačio s mortalitetom, a nakon toga mortalitet je stalno viši od nataliteta, osim 80-ih godina 19. stoljeća. U zadnjem je desetljeću 19. stoljeća ponovno mortalitet bio viši od nataliteta. U prvom je desetljeću 20. stoljeća natalitet viši od mortaliteta, dok je u drugom desetljeću 20. stoljeća ponovno mortalitet bio viši od nataliteta. O tome govore podatci o odnosu broja rođenih i broja umrlih po desetljećima:

1780. – 1789. +46

1790. – 1799. +47

1800. – 1809. +102

1810. – 1819. +1

1820. – 1829. +53

1830. – 1839. +17

1840. – 1849. 0

1850. – 1859. -6

1860. – 1869. -33

1870. – 1879. -49

1880. – 1889. +32

1890. – 1899. -20

1900. – 1909. +46

1910. – 1919. -22 (-33)⁵⁸ (HR-HDA-883; HR-DASB-343; HR-HDA-1488; HR-DASB-140).

Navedeni su podatci, o odnosu broja rođenih i umrlih, u korelaciji s podatcima o zbirnom broju stanovnika istraživane mikrozajednice u istom razdoblju, gdje se jasno vidi rast broja stanovnika do oko 1860-ih, a zatim se do kraja stoljeća vidi pad broja stanovnika:

58 U zagradi su za razdoblje od 1910. do 1919. prikazani podatci uvećani za gubitke u Prvom svjetskom ratu.

1769. -384

1800. -441

1837. -534

1857. -624

1865. -613

1890. -587

1900. -563

1910. -701

1921. -648

1931. -712. (Crkvenčić, Gelo i Klemenčić, 1998, str. 2847; Zirdum, 2001, str. 42; „Schematismus cleri“, 1865, str. 55).

Premda nedostaju podatci o ukupnom broju stanovnika za razdoblje od 1865. do 1890. godine, prema dostupnim podacima vidljiv je pad broja stanovnika mikrozajednice od 1857. do 1900. za 61 osobu, a prema razlici broja rođenih i broja umrlih od 1860. do 1900. pad broja stanovnika je za 70 osoba.

Posljedice tih egzaktnih negativnih demografskih pokazatelja u istraživanoj ruralnoj mikrozajednici bile su prvenstveno gospodarske, a zatim i društvene. S obzirom na količinu obradivog zemljišta na području katastarske općine ove mikrozajednice, pojavio se od druge polovine 19. stoljeća manjak radne snage za njegovu obradu. Krajem 19. stoljeća počele su nestajati starosjedilačke obitelji. Pojavila su se prazna kućišta na koja je počelo dolaziti kulturno različito stanovništvo, što je imalo za posljedicu narušavanje dotadašnje višestoljetne relativne kulturne homogenosti mikrozajednice. Uzrok svemu bila je demografska tranzicija i posttranzicija koja se dogodila sredinom stoljeća, odnosno oko 1860-ih.

Promjena vrijednosne i kulturne paradigme, u kojoj su brojna djeca bila radost i bogatstvo u obitelji, potrebna radna snaga, ali i nužnost za biološki opstanak obitelji, događala se s društvenim promjenama. Događaji koji su se zbili 1848. i 1849. godine, građanske revolucije u Europi, građanske ideje, utjecali su, izgleda, postupno i na ruralne zajednice u Slavoniji. Higijensko-zdravstveni uvjeti tada su još uvijek bili na niskoj razini, epidemije su učestale i smrtnost je od njih bila velika. Također ni kapitalistička intenzivna poljoprivredna strojna proizvodnja u ruralnim zajednicama još nije postojala da bi mogla zamijeniti postojeći gospodarski sustav poljodjelstva koji je zahtijevao brojnu radnu snagu. Unatoč tomu pojavila se nova vrijednosna i kulturna paradigma u kojoj je minimalni broj djece bio cilj kako se posjed ne bi dijelio. Cilj je bio stvoriti i očuvati razinu relativnog materijalnog blagostanja. To se pokazalo vrlo pogubnim

za mnoge obitelji. Svjesnim odabirom rađanja minimalnog broja djece brojne je obitelji pogodila tzv. „bijela kuga“. Mnogim je obiteljima prijetilo izumiranje (Brenko, 2006; Kolić Kličić, 2003; Sremac, 1940, str. 50-59).

5. MIGRACIJE U MIKROZAJEDNICU

U istraživanoj se mikrozajednici zbog spomenutih razloga od druge polovine 19. stoljeća pojavila slobodna obradiva zemlja, te je postala privlačan prostor za imigraciju. U nju se emigriralo iz područja koja su imala visok natalitet i višak radne snage u domicilnom području, te malu količinu slobodne obradive zemlje (Vuković, 2017, str. 33-35). Zbog posljedica rađanja minimalnog broja djece i planiranja obitelji, već je od druge polovine 19. stoljeća primjetan dolazak populacije iz hrvatskih krajeva s pozitivnim prirodnim prirastom, uglavnom iz Like, Gorskog kotara, Korduna, Banovine, Prigorja, Zagorja i varaždinskog kraja (HR-DASB-343, Župa Bebrina, MKR⁵⁹, MKV⁶⁰, MKU⁶¹, 1858. – 1934.). Doseljavanje iz tih krajeva Hrvatske kontinuirano se može pratiti od 1869. godine. Doseljavali su muškarci, žene i cijele obitelji:

Obitelj *Pleš*, Kordun, 1869. (MKR)

Obitelj *Šajnović*, Lika, 1873. (MKR)

Muškarac *Šimunić*, Lika, 1884. (MKV)

Muškarac *Conjar*, Kordun, 1886. (MKV)

Žena *Jakšić*, Lika, 1889. (MKU)

Žena *Mažuran*, Lika, 1890. (MKU)

Muškarac *Budisavljević*, Lika, 1890. (MKV)

Muškarac *Hrvojević*, Kordun, 1890. (MKV)

Obitelj *Varga*, varaždinski kraj, 1891. (MKU)

Obitelj *Dombay*, varaždinski kraj, 1892. (MKU)

Muškarac *Jezerinac*, Zagreb, 1893. (MKV)

Muškarac *Jurković*, Lika, 1896. (MKU)

Obitelj *Lourenčević*, Zagorje, 1897. (MKU)

Muškarac *Lacko*, Zagorje, 1897. (MKU)

Muškarac *Lourenčić*, Zagorje, 1898. (MKU)

Muškarac *Mrgan*, Kordun, 1902. (MKV)

59 MKR – matična knjiga rođenih

60 MKV – matična knjiga vjenčanih

61 MKU – matična knjiga umrlih

Žena *Čorak*, Lika, 1903. (MKU)
Muškarac *Župančić*, Kranjska, 1905. (MKV)
Muškarac *Čudina*, Lika, 1906. (MKU)
Muškarac *Šajfar*, Lika, 1908. (MKV)
Muškarac *Šegina*, Gorski kotar, 1909. (MKU)
Muškarac *Rukavina*, Lika, 1915. (MKU)
Obitelj *Štimac*, Gorski kotar, 1918. (MKU)
Žena *Horvat*, Zagorje, 1918. (MKU) (HR-DASB-343, Župa Bebrina, MKR, MKV, MKU, 1858. – 1934.).

Svi su ti doseljenici dolazili u početku uglavnom kao radna snaga. Obitelji koje su doseljavale nastanjivale su se u mikrozajednicu kod obitelji starosjedilaca ili na prazna kućišta nastala zbog „bijeke kuge“. Muškarci i žene koji su se doseljavali u zajednicu u početku su bili radna snaga, sluge kod starosjedilaca, a nedugo poslije toga oni počinju sklapati brakove, pretežno sa starosjedilačkim kćerima „jedinicama“.

Unatoč doseljavanju stanovništva iz prenapučenih krajeva Hrvatske, kako se vidi iz podataka o demografskim kretanjima, ni to nije bilo dovoljno, pa je u zadnjem desetljeću 19. stoljeća došlo do ponovnog većeg mortaliteta od nataliteta. Premda su se dolasci populacije iz krajeva Hrvatske s pozitivnim prirodnim prirastom nastavili u prva dva desetljeća 20. stoljeća, tek je novi migracijski val stanovnika iz Slovačke i Galicije preokrenuo ovaj negativni trend. U tom su se migracijskom valu u mikrozajednicu doselile cijele obitelji na prazna starosjedilačka kućišta. Ta se populacija doseljavala u mikrozajednicu od 1902. godine do 1920. godine. Od mnogih doseljenih obitelji samo su neke uspjele opstati u 20. stoljeću u novoj sredini. Doselile su obitelji: *Kendjur*, *Kajder*, *Bober*, *Visz*, *Blajda*, *Mošicky*, *Ficuljak*, *Sander*, *Plahetka*, *Danelović*, *Rogovsky*, *Hutny*, *Krupilnycki*, *Maršalek*, *Vidra*, *Tatarčuk*, *Scheiner*, *Bunjo*, *Skorupsky*, *Fostač*, *Šljiva*, *Haniševski*, *Mazepa*, *Ruda*, *Poleščuk*, *Krobat*, *Tučabski*, *Hanula* i *Havriliv*⁶² (HR-DASB-343, Župa Bebrina, MKR, MKV, MKU, 1858. – 1934.). Od doseljenih obitelji do druge polovine 20. stoljeća ostale su samo obitelji: *Kajder*, *Bober*, *Blajda*, *Mošicky*, *Rogovsky*, *Vidra*, *Tatarčuk*, *Scheiner*, *Bunjo*, *Fostač*, *Šljiva*, *Mazepa*, *Ruda*, *Poleščuk*, *Tučabski* i *Hanula* (Vuković, 2023). Od 28 doseljenih obitelji u mikrozajednici se održalo 16 obitelji, malo više od polovine doseljenih. U trećem desetljeću 21. stoljeća postoje obitelji: *Kajder*, *Blajda*, *Rogovsky*, *Fostač*, *Ruda* i *Hanula* (Vuković, 2023).

62 Obitelj Havriliv su grkokatolici i nisu u matičnim knjigama rimokatolika.

Početak dvadesetih godina 20. stoljeća u istraživanu mikrozajednicu doselilo se pravoslavno stanovništvo s Banovine. Doselile su se obitelji: *Borojević, Damjanović, Gagić, Lovčanin, Drakulić, Mehandžija, Mujdža* i *Rajlić*. Pravoslavno se stanovništvo održalo u naselju do kraja 60-ih godina 20. stoljeća, a dvije su obitelji, *Borojević* i *Mujdža*, živjele do početka 21. stoljeća (Vuković, 1995, 2006).

6. DRUŠTVENA INTERAKCIJA, FUNKCIONIRANJE ZAJEDNICE I IDENTITET, KULTURNE PROMJENE

6.1. Društvena interakcija

Doseljavanje obitelji i pojedinaca iz krajeva s visokim natalitetom utjecalo je na društvenu strukturu, a time i kulturnu paradigmu mikrozajednice. Promjena društvene i kulturne paradigme ovisila je o brojnosti doseljenika u mikrozajednicu. Starosjedilačko stanovništvo pripada *podunavskom (panonskom) kulturnom arealu*, dok znatan dio doseljenika, iz Like, Banovine i Korduna, pripada *dinarskom kulturnom arealu* (Gavazzi, 1978, str. 184-194). Razlike su između njih bile u materijalnoj kulturi te društvenoj i duhovnoj kulturi. Ono što je etnolog Milovan Gavazzi nazvao podunavskim i dinarskim arealom sa spomenutom trodiobom kulturnih elemenata, sociolog Dinko Tomašić, uvažavajući kulturnu različitost ovih područja, definirao je kao *zadružnu* i *plemensku kulturu*, prema načinu privređivanja. Zadružnu kulturu u nizinskim krajevima obilježava poljodjelstvo, stajsko stočarstvo i nepokretljivost, a plemensku nomadsko stočarstvo i pokretljivost (Tomašić, 1997a, str. 13-20).

U istraživanoj mikrozajednici broj doseljenih cijelih obitelji iz dinarskog kulturnog areala bio je vrlo malen. Uglavnom su se doseljavali mladi muškarci koji su sklapali brakove sa starosjedilačkim djevojkama. Osim svojeg prezimena, koje su dali novoj obitelji, sve su druge kulturne elemente ubrzo izgubili i stopili se sa starosjediocima.

Bilo je dosta doseljenika i iz zapadne Hrvatske i varaždinskog kraja. Odande su se doseljavale cijele obitelji. Odnos starosjedilaca prema tim doseljenicima bio je benevolentan. Osim konstatacije: „oni su podrijetlom Zagorci“, nikakvih drugih komentara od starosjedilaca nije se moglo o njima zabilježiti (Vuković, 1995, 2006). Mogući razlog tome je sličan mentalitet jer su i jedni i drugi pripadali podunavskom (panonskom) kulturnom arealu. Jedina je razlika bila u narječju. Ona se relativno brzo izgubila, već u drugoj generaciji.

Iz Galicije i Slovačke također su se doseljavale cijele obitelji. One su etnički pripadale Poljacima, Ukrajinacima i Slovancima. U prvim je godinama nakon doseljenja između njih i starosjedilaca postojala poprilična socijalna i etnička distanca. Glavni je razlog tomu svakako bila različitost u jeziku. Kod Ukrajinaca je osim jezika bila različita i konfesionalnost. Oni su bili grkokatolici, dok su Poljaci i Slovaci bili rimokatolici. U prvim su godinama ovi doseljenici uglavnom sklapali brakove unutar svojih etničkih skupina, ali postupno, budući da je izbor bračnih drugova iz vlastite etničke skupine bio ograničen, dolazilo je do sklapanja brakova s pripadnicima starosjedilačke skupine.

Veća je socijalna i etnička distanca starosjedilaca bila prema ukrajinskoj etničkoj skupini zbog različite konfesionalnosti. Ta je skupina imala u susjednim mikrozajednicama, Kaniži i Šumeću, velik broj svojih pripadnika tako da su imali veći izbor partnera za sklapanje brakova u svojoj etničkoj i konfesionalnoj skupini, zahvaljujući čemu su očuvali svoj etnički i kulturni identitet do danas (Zlodi, 2005).

Starosjedioci su prema svim tim doseljenicima imali jedan prikriveni pejorativan doživljaj, premda su tijekom 20. stoljeća stupali s njima u bračne odnose. O njemu najbolje svjedoči iskaz starosjedilačke kazivačice: „Svaka nji'ova kuća ima nekog duva.“ (Ž, 1915. prema Vuković, 1995; „Duha“, bez dat.). Takav iskaz mogao je biti predrasuda, ali mogao je nastati i zbog stvarne kulturne razlike, moglo se zaista raditi o drugačijem načinu pripreme hrane zbog čega su njihove kuće poprimile drugačiji miris.

Doseljavanje pravoslavnog stanovništva s Banovine zbililo se 20-ih godina 20. stoljeća. Između ove skupine i starosjedilačke razlika je također bila u etničkoj, vjerskoj i dijalektalnoj pripadnosti. Izrazitoj socijalnoj i etničkoj distanci pridonijelo je i opće političko stanje u društvu između tih dviju etničkih i konfesionalnih skupina od početka do kraja 20. stoljeća. Većina se tih obitelji odselila iz mikrozajednice do kraja 60-ih godina 20. stoljeća, a do kraja stoljeća ostale su samo dvije obitelji koje su izumrle jer nisu imale muških potomaka. Pripadnici tih dviju skupina živjeli su jedni pokraj drugih, brakove među sobom nisu sklapali, no bilo je iznimaka. Zanimljivo da je dio pravoslavnih žena u ovoj mikrozajednici prihvatio neke elemente materijalne kulture starosjedilaca. Primjerice, neke su žene iz pravoslavne skupine bile prihvatile i oblačile starosjedilačku tradicijsku nošnju: „D. se uvijek nosila šokački.“ (Ž, 1925. prema Vuković, 1995).

Među kazivačima obiju skupina zabilježene su pejorativne izreke koje zrcale nepovjerenje i etničko-konfesionalnu distancu. Pravoslavna mlađa kazivačica (Ž, 1970.) prenijela je što joj je rekla baka o njezinom dečku katoliku: „Nisi više naša, postala si snaša“ (Vuković, 1995). Katolički kazivači dakako su imali slično mišljenje o pravoslavnicima: „Ni u tikvi suda, ni u Vlavu druga.“ (M, 1909.,

M, 1911. prema Vuković, 1995). Istu su uzrečicu koristili i pravoslavni za katolike izmjenom riječi *Vlah* s riječju *Šokac* (Stojanović, 1866, str. 202; Čapo Žmegač, 1997).

6.2. Funkcioniranje zajednice i identitet

Unatoč svim tim različitostima, regionalnim, etničkim i vjerskim, mikro-zajednica je zadržala socijalno-kulturnu koherentnost i zadovoljavala funkcije njezinih stanovnika tijekom 20. stoljeća. Kako je ova mikro-zajednica funkcionirala odnosno živjela i kako je izgledala njezina socijalno-kulturna koherentnost, može se pokazati na nekim područjima života. Za potrebe ovoga rada odabrana su četiri područja: poslovna suradnja, seoska društvenost, duhovne vrijednosti i upravljanje zajednicom.

Prvo je područje obuhvaćalo poslovnu suradnju. Svi su pripadnici mikro-zajednice surađivali na mnogim poslovima: radovi u šumi, radovi u polju, kućni poslovi, dvorišni poslovi, vrtni poslovi, izgradnja nastambi i gospodarskih zgrada, pravljenje sprava i alata, međusobna trgovina i dr. Među skupinama na ovom području nije dolazilo do većih nesuglasica i napetosti jer je poslovna suradnja životna nužnost.

Drugo je područje seoska društvenost. Na ovom području također nije dolazilo do većih nesuglasica. U većini seoskih društvenih događaja mikro-zajednice sudjelovali su svi njezini pripadnici. Seosku su društvenost činili: razgovori između susjeda, sjedenje na klupčicama ispred kuća na ulici i međusobni razgovori (nedjeljom, blagdanom i svakodnevno u ljetna predvečerja), večernja druženja mladića i djevojaka uz razgovore, druženja uz svirku, ples i pjesmu, svakodnevne dječje igre u selu, svakodnevne pastirske igre na seoskom pašnjaku i sl.

U treće područje spadaju duhovne vrijednosti. Duhovne vrijednosti pripadnika mikro-zajednice u najširem smislu obuhvaćaju područja mentaliteta, identiteta i vjerovanja. Ovo je područje za funkcioniranje i socijalno-kulturnu koherentnost pripadnika zajednice najkompleksnije. Sva tri pojma koja se odnose na duhovne vrijednosti u objašnjavanju njihovih značenja usko se dotiču.

Mentalitet se, za razliku od svih drugih kulturnih elementa koji se najprije mijenjaju i nestaju (odijevanje, dijalektalne razlike, folklor), najsporije mijenja i vremenski najduže traje. Mentalitet čine ukupne duhovne osobine pojedinaca ili zajednica, odnosno načini njihova mišljenja („Mentalitet“, bez dat.). Drugim riječima mentalitet su predodžbe, mišljenja i ponašanja ljudskih skupina (Havilland, 2004, str. 53). Mentalitet je u stvarnosti najteže zabilježiti, a važan je čimbenik da se kultura održi i da ne dođe do kulturne krize i kulturnog sloma uslijed promjena uvjetovanih priljevom došljaka (Havilland, 2004, str. 49-52).

Mentalitet je ono „objektivno“ što se uočilo na temelju promatranja pripadnika ovih skupina i što se kao takvo promatranjem zamijetilo i zabilježilo, dok je identitet ono „subjektivno“ što su iskazali sami pripadnici ovih skupina o sebi i što je zapisivač zabilježio. Prema tome mentalitet obuhvaća način govora, mišljenja, ponašanja, ono što promatrač „objektivno“ vidi i zamjećuje razlike. Starosjedioci su imali različit mentalitet od doseljenih Hrvata Gorana, Ličana, Kordunaša, Zagoraca i Varaždinaca, s obzirom na različite regije njihova podrijetla, a još je različitiji bio mentalitet Poljaka, Slovaka i Ukrajinaca, s obzirom na različite zemlje podrijetla, različite jezike i različitu konfesionalnost kod Ukrajinaca. To je ono što se moglo objektivno zamijetiti i zapisati bez kazivanja kazivača o sebi i svojim doživljajima sebe.

Identitet starosjedilačkih i doseljenih Hrvata očituje se u njihovim „subjektivnim“ iskazima u kojima iskazuju: regionalnu, etničku i vjersku pripadnost i iskazuju da govore različita narječja i dijalekte. Identitet doseljenih Poljaka, Slovaka i Ukrajinaca očituje se u njihovim iskazima etničke i vjerske pripadnosti i govoru različitih jezika, a identitet doseljenih Srba u njihovu iskazu regionalne, etničke i vjerske pripadnosti i iskazu da govore različitim dijalektom. Identitet svake od ovih skupina čine simbolička obilježja identiteta koja pripadnici skupina drže kao vlastita, vjeruju u njih, i prema praktičnoj životnoj potrebi daju im veću ili manju važnost. Cjelokupni se identitet skupina i pojedinaca u ovoj mikrozajednici sastojao od lokalnog, regionalnog, etničkog, religijskog, narječnog, dijalektalnog i jezičnog identiteta. Najsnažnije je bilo prijanjanje etničkom i religijskom identitetu. Unutar hrvatske etničke skupine nestali su svi spomenuti prijašnji identiteti, osim regionalnog koji je ostao na simboličkoj razini (starosjedioci, Gorani, Ličani, Kordunaši, Zagorci). Etnički se identitet nehrvatskih skupina, iste religije i iste konfesije, održao također na simboličkoj razini (Poljaci i Slovaci), ali ne i na deklarativnoj razini.

Pripadnost je različitim kršćanskim konfesijama najsnažniji označitelj identiteta ove mikrozajednice. U odnosu na starosjedioce i sve druge doseljene regionalne i etničke skupine rimokatoličke konfesije, konfesionalni identitet grkokatolika Ukrajinaca i pravoslavaca Srba trajno se održao, te tako održao i socijalno-etničku distancu. Socijalno-etnička distanca s grkokatoličkim Ukrajinacima se do kraja stoljeća ublažila i skoro nestala, ali se održala prema pravoslavnim Srbima. Jer glavni se način ublažavanja i brisanja socijalno-etničke distance u mikrozajednici, odnosno očuvanja socijalno-etničkog identiteta, mogao dogoditi samo sklapanjem brakova. Brakovi su se nekada, kao i danas, u mikrozajednici sklapali prema obredu pripadajuće konfesije – rimokatoličke, grkokatoličke ili pravoslavne, pa je svaka etnička skupina zadržavanjem i održavanjem svoje konfesije, održala i socijalno-etničku distancu, a time i svoj zaseban identitet. Konfesionalne su razlike, kao i socijalno-etnička distanca,

koja je zbog toga realno postojala, postale plodno tlo za upliv visoke politike. Time se socijalno-etnička distanca još više povećala te je rasla napetost i nepovjerenje među različitim etničko-konfesionalnim skupinama u mikrozajednici. Ti su se problemi zrcalili uglavnom između rimokatoličke i pravoslavne etnokonfesije, a postojali su od kraja 20-ih godina do početka 90-ih godina 20. stoljeća. Između dvaju svjetskih ratova kazivači su naveli neke incidente: „Mi smo išli š čijala od M. i oni su nas dočekali i razbili nam fenjer štapom.“ Drugi su kazivači naveli: „Došo je did J. kolarev u svoju šumu i našo G. kako siku njegovu šumu. Reko im je, ljudi jel vi znate čija je to šuma. I oni su poletili na njega i did J. je uteko.“ (Ž, 1930., M, 1911. prema Vuković, 1995).

Posljednje, četvrto područje, područje je upravljanja zajednicom. Svi su pripadnici ove zajednice imali prava i obveze u zajednici: popravci seoskih i poljskih putova, prava korištenja zajedničkih seoskih pašnjaka i livada, popravci seoskih ograda, održavanje seoskih vodotoka i dr. Morali su sudjelovati u tim poslovima jer je to od njih tražila nadležna viša upravna vlast, a njoj je odgovarao seoski knez, koji je upravljao zajednicom. Njega su birali sami mještani između sebe, a potvrđivala ga je nadležna općinska vlast, odnosno službena politika. Međutim, seoski knez i njegova upravljačka funkcija nije utjecala na postojeću socijalno-etničku distancu između spomenutih različitih etničko-konfesionalnih skupina.

6.3. *Kulturne promjene*

Kulturne promjene koje su se u materijalnoj i nematerijalnoj kulturi mikrozajednice događale bile su na područjima: nošnje, graditeljstva, jezika, prehrane i običaja. Sve su etničke i regionalne skupine uglavnom prihvatile u drugoj generaciji gotovo sve elemente tradicijske kulture starosjedilačke skupine.

Sve su skupine prihvatile nošnju starosjedilačke skupine. Također su sve etničke i regionalne skupine u drugoj generaciji prihvatile tradicijski način graditeljstva starosjedilačke skupine, osim kod nekih pripadnika poljske etničke skupine. Oni su imali gospodarske objekte tzv. „lauf štale“ koje su prenijeli iz Poljske u ovu mikrozajednicu. „Šljivini, Bunjini i Tatarčukovi su imali drvenu 'lauf štalu', kroz koju su po sredini prolazila kola, a sa strana se čuvalo sijeno“ (M, 1955. prema Vuković 2023). Također je jedna obitelj doseljenih pravoslavnih Srba s Banovine izgradila tradicijsku drvenu kuću na kat, onakvu kakve su bile kuće na Banovini: „Drakulići su imali drveni čardak na kat.“ (M, 1944. prema Vuković 1995). Svi su pripadnici hrvatskih regionalnih skupina, pa i pripadnici srpske etničke skupine, usvojili starosjedilačko štokavsko narječje ikavskoga govora staroštokavskoga dijalekta u drugoj generaciji. Poljaci, Slovaci i Ukrajinci također su izgubili svoj jezik već u drugoj generaciji i prihvatili

jezik starosjedilaca. Svi su doseljenici u drugoj generaciji prihvatili prehranu starosjedilaca, dok su starosjedioci prihvatili od Ukrajinca i Poljaka jelo „piroge“ – tijesto punjeno krumpirom (Ž, 1925. prema Vuković 1995). Godišnji i životni tradicijski običaji svih doseljenika rimokatoličke konfesije izgubili su se u drugoj generaciji i bili su zamijenjeni s običajima starosjedioca. Jedino su grkokatolici i pravoslavci sačuvali svoje običaje vezane uz vjerske obrede.

7. ZAKLJUČAK

Namirivanje osnovnih životnih potreba za hranom, odjećom i stanovanjem trebalo bi riješiti većinu ljudskih problema u svakoj ljudskoj zajednici. No to se, nažalost, ne događa. Jer ljudska bića, za razliku od drugih živih bića na zemlji, u njihovoj biti određuje njihova duhovna dimenzija. Ona se očituje u raznim ljudskim sposobnostima: znanje, religioznost, moralnost, umjetnost, praktično stvaralaštvo. Te sposobnosti, kao sveukupnost ljudske djelatnosti, tvore kulturu i određuju čovjeka kao biće kulture.

Kultura se temelji uglavnom na simbolima i ovisi o stvaranju i prijenosu njihova značenja. Simboli mogu biti jasno iskazane predodžbe i mogu biti opažaji ponašanja i pojava. Opažaji su objektivna vanjska kulturna ponašanja i pojave koja se uočavaju: izgled odjeće, izgled kuća, jezik, društvenost, pjesma, ples, dok su subjektivne predodžbe unutrašnje: mišljenje, svjetonazor, mentalitet, način života, etničnost, konfesionalnost.

Uz pomoć tih subjektivnih unutrašnjih predodžaba pojedinci i skupine konstruiraju svoj identitet, daju mu značenje na simboličkoj razini, konstruiraju granice prema drugim pojedincima i skupinama. Subjektivne unutrašnje predodžbe glavna su obilježja skupina i u ovoj mikrozaednici, pri čemu je konfesionalnost ključno obilježje. Njoj se pridodaju druga obilježja: etničnost, mentalitet, narječje, dijalekt i jezik. Premda su razlike između starosjedilačke i drugih skupina u stvarnosti vrlo male, odabiru se ona obilježja koja ih razlikuju i ona se naglašeno ističu kao ono što ih razlikuje.

Na temelju prikazanog u konkretnoj mikrozaednici prije jednog stoljeća, svaka bi politika kod demografskih i imigracijskih planova trebala imati u vidu koje su bile posljedice imigracije stanovništva različitih kulturnih, etničkih i konfesionalnih obilježja. Zbog pada nataliteta, emigracije domicilnog hrvatskog stanovništva, nedostatka radne snage, depopulacije ruralnog prostora, nužno će doći do useljavanja stranog stanovništva. Pri kreiranju imigracijskih politika prednost bi trebalo dati najprije svim potomcima hrvatskog iseljništva iz cijeloga svijeta, tako da im se maksimalno olakša dobivanje hrvatskog državljanstva i učenje jezika. Zatim, pri planiranju imigracijskih politika po-

trebno je gledati da se useljava stanovništvo koje je kulturološki najbližnije domicilnom stanovništvu, kako bi integracija u domicilno društvo bila brža, lakša i uspješnija, čime bi se izbjeglo socijalno-etničke napetosti i konflikte u budućnosti.

LITERATURA

1. Bara, M., i Lajić, I. (2009). Prisilne, iznuđene i organizirane migracije u etnodemografskom oblikovanju Hrvatske: primjer Slavonije. *Migracijske i etničke teme*, 25, 4, 337-362.
2. Bertoša, S. (2001). Matične knjige kao vrelo demografske, etničke, društvene i gospodarske povijesti Pule (1613. – 1815.), *Časopis za suvremenu povijest*, 33, 1, 175-180.
3. Brenko, A. (2006). Bijela kuga. *Etnološka istraživanja*, 11, 107-128.
4. Crkvenčić, I., Gelo, J., i Klemenčić, M. (1998). *Narodnosni i vjerski sastav stanovništva od 1880. do 1991. po naseljima*. Zagreb: Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske.
5. Čapo Žmegač, J. (1991). *Vlastelinstvo Cernik: gospodarstvene i demografske promjene na hrvatskome selu u kasnome feudalizmu*, Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku.
6. Čapo Žmegač, J. (1997). Objektivni i subjektivni čimbenici identifikacije sa zajednicom. *Etnološka tribina*, 20, 69-82.
7. Čapo Žmegač, J. (2002). *Srijemski Hrvati*, Zagreb: Durieux.
8. Čapo Žmegač, J. (2003). Dva lokaliteta, dvije države, dva doma: transmigracija ekonomskih migranata u Muenchenu. *Narodna umjetnost*, 40, 2, 117-131 doi. org/10.15176/0547-2504
9. Demografska tranzicija. (2021). U *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Preuzeto s <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=14512>
10. Drljača, D. (1985). *Kolonizacija i život Poljaka u jugoslovenskim zemljama od kraja 19. do polovine 20. veka*, Beograd: SANU, Etnografski institut.
11. Državni zavod za statistiku [DZS]. (2022). *Objavljeni konačni rezultati Popisa 2021*. Preuzeto 15. 3. 2023. s <https://dzs.gov.hr/vijesti/objavljeni-konacni-rezultati-popisa-2021/1270>
12. Duha. (bez. dat.). U *Hrvatski jezični portal*. Preuzeto 2. 5. 2023. s <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search>
13. Feletar, D. i Feletar, P. (2008). Depopulacija i promjene u prostornom rasporedu stanovništva na području Bjelovarsko-bilogorske županije od

1857. do 2001. godine. *Radovi Zavoda za znanstvenoistraživački i umjetnički rad u Bjelovaru*, 2, 61-115 doi.org/10.21857/y7v64twppy
14. Gavazzi, M. (1978). *Vrela i sudbine narodnih tradicija*. Zagreb: Sveučilišna naklada Liber.
 15. Gelo, J. (1987). *Demografske promjene u Hrvatskoj od 1780. do 1981. godine*, Zagreb: Globus.
 16. Havilland, W. A. (2004). *Kulturna antropologija*, Jastrebarsko: Naklada Slap.
 17. HR-DASB-140, Osnovna škola Stupnički Kuti, 1899. – 1942., spomenica škole.
 18. HR-DASB-343, Matične knjige rođenih, vjenčanih i umrlih župe Bebrina, MKR 1789.–1878., MKV 1789.–1920., MKU 1789.–1920., Inventarni broj: 37, 38, 39, 40.
 19. HR-HDA-883, Matične knjige rođenih, vjenčanih i umrlih župe Kobaš, MKR 1725.–1756. Br. 473, MKV 1718.–1762. Br. 473, MKU 1718.–1762. Br. 473, MKR 1762.–1858. Br. 474, MKV 1762.–1857. Br. 475, MKU 1762.–1858. Br. 476.
 20. HR-HDA-1448, Matična knjiga rođenih, rimokatolici, Matični ured Slavonski Brod, Župa Bebrina, MKR 1878. – 1934., ZM-34-C/1425, M-6238.
 21. Hrkać, D. (2012). *Brod u demografskim izvorima od 1780. do 1850. godine* (Doktorska disertacija). Filozofski fakultet, Zagreb, Sveučilište u Zagrebu.
 22. Juranović, D. (2017). Neki aspekti demografske prošlosti župe Nova Gradiška prema matičnoj knjizi krštenih župe Nova Gradiška 1878. – 1890. *Scrinia Slavonica*, 17, 1, 97-120.
 23. Klempić Bogadi, S., Podgorelec, S., i Šabijan, M. (2015). Hrvatsko selo na početku 21. stoljeća – studija slučaja općina Gornja Rijeka. *Sociologija i prostor*, 53, 202(2), 139-161. doi.org/10.5673/sip.53.2.3
 24. Kolić Klikić, V. (2003). Kordunaši u novogradiškom kraju. *Etnološka tribina*, 33, 26, 107-128.
 25. Konstantinović-Čulinović, V. (1983). Procesi društvenog razvoja u selu Zaile na Papuku. *Zbornik za narodni život i običaje*, 49, 151-171.
 26. Krivošić, S. (1988). Izvori za historijsku demografiju: starije matične knjige. *Arhivski ujesnik*, 32, 1, 13-30.
 27. Leček, S. (1999). A mi smo kak su stari rekli – Mladi u seljačkim obiteljima Prigorja i Hrvatskog zagorja između dva svjetska rata. *Etnološka tribina*, 29, 22, 231-246
 28. Mažuran, I. (2005). *Osnivanje vojne granice u Slavoniji 1702. godine*. Osijek: Državni arhiv u Osijeku.
 29. Mentalitet. (bez. dat.). U *Hrvatski jezični portal*. Preuzeto 6. 6. 2023. s <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search>

30. Miočić, I. (2018). Fleksibilnost studije slučaja: prednost ili izazov za istraživače? *Ljetopis socijalnog rada*, 25(2), 175-194. doi.org/10.3935/ljsr.v25i2.209
31. Pavičić, S. (1953). *Podrijetlo hrvatskih i srpskih naselja i govora u Slavoniji*, Zagreb: JAZU.
32. Pavičić, S. (2000). Bosna: migracije. *Migracijske i etničke teme*. 16, 4, 333-357.
33. Rajković Iveta, M. (2005). Sezonske migracije na području Krivoga Puta: tradicije u recentnoj povijesnoj perspektivi. *Senjski zbornik*, 32, 273-316.
34. Rajković Iveta, M. (2011). Migrantska priča obitelji Lopac: Senj, Virovitica, Kanada, Hrvatska, *Senjski zbornik*, 38, 333-364.
35. Rajković Iveta, M. (2013). *Česi u Jazveniku/Češi u Jazveniku*, Daruvar: Jednota – novinsko izdavačka ustanova Daruvar.
36. Rajković Iveta, M. i Babić, D. (2018). Poljaci u Hrvatskoj: od pripadnika 'stare' nacionalne manjine do suvremenih migranata. *Studia ethnologica Croatica*, 30, 1, 169-20 doi.org/10.17234/SEC.30.8
37. *Schematismus cleri archi-dioecesis zagrabiensis pro anno MDCCCLXV*. (1865). Zagrabiae: Velocibus tybis Caroli Albrecht.
38. Skenderović, R. (2002). *Stanovništvo Požege 1699. – 1781. prema matičnim knjigama* (Magistarski rad). Filozofski fakultet, Zagreb, Sveučilišta u Zagrebu.
39. Skenderović, R. (2010). Zapisi o doseljenim sarajevskim katolicima u najstarijoj brodskoj matici (1701. – 1735.). *Scrinia Slavonica*, 10, 1, 143-160.
40. Skenderović, R. (2012). *Najstarija matična knjiga brodske župe Presvetog Trojstva (1701. – 1735.)*, Slavonski Brod: Hrvatski institut za povijest, Podružnica za povijest Slavonije, Srijema i Baranje – Franjevački samostan u Slavanskom Brodu.
41. Sremac, N. (1940). *Nismo mi krive (Slavonska žena)*, Zagreb: Gospodarska sloga, Zavod za proučavanje seljačkog narodnog gospodarstva.
42. Stojanović, M. (1866). *Sbirka hrvatskih narodnih posloviceh i riečih*, Zagreb: Troškom i tiskom A. Jakića.
43. Škiljan, F. (2016). Poljaci u novogradiškoj i brodskoj Posavini. *Scrinia Slavonica*, 16, 301-319.
44. Škiljan, F. (2018). Rijeka i planina, granica i ljudi: studija slučaja života pograničnog stanovništva Donjekupske doline i Žumberačkog gorja. *Historijski zbornik*, 71, 2, 401-439.
45. Tomašić, D. (1997a). *Društveni razvitak Hrvata*, Zagreb: Hrvatsko sociološko društvo, Naklada Jesenski i Turk.

46. Vekarić, N. (2006a). Lastovci u Lastovskom statutu. *Anali Zavoda za povijesne znanosti HAZU u Dubrovniku*, 44, 47-94.
47. Vekarić, N. (2006b). The Lastovo Rebels of 1602. *Dubrovnik annals*, 10, 59-86
48. Vekarić, N. (2010). Metoda "reprezentativne kapi" i genealoška metoda u povijesnoj demografiji. *Povijesni prilozi*, 39, 23-38.
49. Vuković, M. (2017). *Migracije i identiteti u selima slavonske Posavine: Povijesno-etnološka "studija slučaja"*, Slavonski Brod: Hrvatski institut za povijest – Podružnica za povijest Slavonije, Srijema i Baranje.
50. Vuković, M. (1995, 2006, 2023). Terensko istraživanje u naselju Kutu.
51. Wertheimer-Baletić, A. (1973). *Demografija (stanovništvo i ekonomski razvitak)*. Zagreb: Informator.
52. Zirdum, A. (2001). *Počeci naselja i stanovništvo broskog i gradiškog kraja 1698. – 1991.*, Slavonski Brod: Hrvatski institut za povijest – Podružnica za povijest Slavonije, Srijema i Baranje.
53. Zlodi, Z. (2005). Rusini/Ukrajinci u Hrvatskoj – etape doseljavanja i problem imena. *Scrinia Slavonica*. 5, 1, 408-431.

OBRAZOVNI POTENCIJAL I OSOBNI POGLEDI NA KVALITETU ŽIVOTA ODSSELJENOG STANOVNIŠTVA VIROVITIČKO-PODRAVSKE ŽUPANIJE

Prethodno priopćenje

Mirko Lukaš

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Filozofski fakultet
Lorenza Jäger 9
31000 Osijek
mlukas@ffos.hr

Mihael Puljić

doktorand Filozofskog fakulteta Sveučilišta
Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Lorenza Jäger 9
31000 Osijek
mihaelpuljic@yahoo.com

Sažetak

Suvremeni val iseljavanja mladih i obrazovanih ljudi iz Hrvatske ostavlja trajne posljedice na njezin natalitet, ekonomski prosperitet i sveukupni društveni i kulturološki napredak. Najčešće prepoznati čimbenici iseljavanja Hrvata tijekom povijesti uglavnom su ekonomske, političke i društvene naravi. Rad interpretira rezultate istraživanja obrazovnih razina i obilježja odseljenih stanovnika iz Virovitičko-podravske županije, zadovoljstvo životnim uvjetima iseljenog stanovništva i motivima nastalih kao čimbenicima suvremenog trenda iseljavanja. U njemu se ističu prepoznati suvremeni čimbenici koji imaju funkciju poticanja političkih elita na osmišljavanje poticajnih oblika za povratak odseljenih Hrvata u svoju domovinu. Istraživanje je provedeno anketnim upitnikom na uzorku od 89 ispitanika sredinom 2022. godine. Upitnik je obuhvaćao socio-demografske karakteristike i čimbenike kvalitete života kojima ispitanici opisuju uvjete života u domovini, a onda i one izvan nje, karakteristike zapošljivosti i uzroke odselidbe iz Virovitičko-podravske županije. Povratne informacije sintetizirane istraživanjem ukazuju na središnji motiv odselidbe iz Hrvatske koji se više ne potenciraju izričito ekonomskim uzrocima, nego kvalitetom društveno-socijalnog života. Odgovori

ispitanika dominantno su povezani s manjkom povjerenja u državne institucije, odsutnošću pravednosti u mnogim sferama života stanovnika Virovitičko-podravske županije i nemogućnostima zapošljavanja. Odgovori sudionika istraživanja ukazuju na atrofiju moralnih i etičkih vrednota, narušenih ekonomsko-političkom situacijom i uništeni društveni kapital na prostorima promatrane županije.

Ključne riječi: kvaliteta života, obrazovni potencijali, odselidba, zadovoljstvo, zaposlenost

EDUCATIONAL POTENTIAL AND VIEWS ON THE QUALITY OF LIFE OF THE DISPLACED POPULATION OF VIROVITICA-PODRAVINA COUNTY

Abstract

The current wave of emigration of young and educated people from Croatia has lasting consequences on the country's birth rate, economic prosperity, and overall social and cultural progress. The most recognized factors for the emigration of Croats throughout history have been mainly economic, political, and social. The paper interprets the results of research on the educational level and characteristics of emigrants from Virovitica-Podravina County, the satisfaction with the living conditions of emigrants and the motives that have emerged as factors in the contemporary trend of emigration. It highlights recognized contemporary factors that lead political elites to create incentives for the return of displaced Croats to their homeland. The research was conducted using a questionnaire on a sample of 89 respondents in mid-2022. The questionnaire included socio-demographic characteristics and quality of life factors which respondents used to describe living conditions in their home country and then outside it, employability characteristics, and reasons for emigrating from Virovitica-Podravina County. The feedback from the synthesized research points to the central motive of emigration from Croatia, which is no longer driven by economic reasons, but by the quality of social life. The answers of the respondents refer mainly to the lack of trust in the state institutions, the lack of justice in many spheres of life of the inhabitants of Virovitica-Podravina County and the impossibility to find a job. The responses of the research participants indicate the atrophy of moral and ethical values damaged by the economic and political situation, as well as the destroyed social capital in the observed county.

Keywords: quality of life, educational potentials, emigration, satisfaction, employment

1. UVOD

Povijest odselidbe stanovništva s područja Hrvatske otkriva da su potraga za hranom, rješavanje prezaduženosti i bolji egzistencijalni uvjeti života bili

dominantni čimbenici za nastavak života kao i „nada, da negdje u svijetu ima možda više dobra i pravednosti“ (Radić, 1904, 337). Iako se često na iseljavanje gleda kao na nužno zlo, danas su sve više prisutni i tzv. čimbenici popularnosti i trendova koje karakteriziraju odlasci i selidbe u zemlje o kojima su osobe pojediniosti doznale iz medija i za koje nemaju utemeljena opravdanja da će ih tamo kamo su odlučili otići dočekati upravo ono što iščekuju. Povijest, ali i suvremenost, kod mnogih ljudi bilježi stalno prisutan motiv odlaska iz domovine koji se reflektira u nerealnoj i često lažnoj slici o obećanoj zemlji u koju se odlazi i koju se promovira ili preporučuje preko onih osoba koje su neočekivano uspjele i „obogatile se na brzi i lak način“. Početkom 20. stoljeća svjedočimo upozorenjima Tadije Smičiklasa, tada predsjednika JAZU-a⁶³: „Hrvatska je u gospodarstvu tako zapuštena, da se najbolji dio našeg puka iselio najviše u Ameriku... Radne sile odlaze preko mora, a kod kuće ostaju starci, žene, djeca.“ (Smičiklas, 1903). „Ako ljudi masovno napuštaju zemlju, znači da nešto gadno ne valja. No, ako razvaljuju vrata da bi ušli u drugu, to pak znači da se ovdje nalazi nešto jako dobro.“ (Mc Williams, 2009, 31).

„Zadovoljni i sretni stanovnici određene zemlje najbolja su preporuka potencijalnim useljenicima. Nizom provedenih istraživanja možemo se osvjedočiti kako su Hrvati među najnesretnijim i najpesimističnijim narodima u Europi... Iako je riječ o subjektivnom osjećaju građana, sretnijima su se pokazale zemlje koje odašilju zdravu ravnotežu između napretka, međuljudskih odnosa i povjerenja u društvo, učinkovitosti države i povjerenja u vladu i što manju nejednakost među ljudima... Nažalost, u Hrvatskoj je nejednakost između bogatih i siromašnih sve veća, kao i opadanje razine povjerenja u institucije i međusobnog povjerenja koji se kontinuirano smanjuju, a percepcija učinkovitosti vlastite države, njezinih potencijala i mogućnosti sve je lošija... Iako imamo vlastitu državu članicu Europske unije i NATO saveza, građani se teško poistovjećuju s njom i ne doživljavaju je u potpunosti svojom. Političke stranke i sami političari ‘otuđili’ su se od naroda, odnosno stavili su državu u službu svojih, a ne nacionalnih ili narodnih interesa.“ (Skoko, 2020, 27).

U ovom trenutku pitanje odselidbe hrvatskog stanovništva upućuje na preuzimanje odgovornosti svih nas i postaje etičko pitanje svih građana. „Svi smo na ovaj ili onaj način dali svoj obol tome egzodusu jer za ovakvu pošast ne može biti isključivo odgovorna korumpirana i nesposobna vlast u kontinuitetu od neovisnosti do danas ni slaba, neuređena i nefunkcionalna država uhljeba i prodanih duša, neznalica i lijenčina nego i narod sam, građani, mi, ja i oni isti koji spremaju svoje kovčege i bježe nekamo u bolji i uređeniji svijet...“ (Tarle, 2020, 206).

63 JAZU – Jugoslavenske akademije znanosti i umjetnosti

2. TRENDOVI ISELJAVANJA USMJERENI NA KVALITETU ŽIVOTA

Suvremeni trend iseljavanja mladih povezan je s ciljem pronalaska visokokvalificiranog zaposlenja ili napretka u karijeri, o čemu govori značajan broj pojedinaca hrvatskog podrijetla koji su u inozemstvu ostvarili zamjetni uspjeh (Golub, 2004). U svom istraživanju Ivlevs (2015) je utvrdio da osobe koje su najmanje zadovoljne, kao i one koje su najzadovoljnije životom najviše izvještavaju o povećanim namjerama za odlascima u drugu zemlju i željom za iseljavanjem. Zadovoljstvo kvalitetom života promatra se i kao objektivna i kao subjektivna kategorija. Objektivna komponenta kvalitete života uključuje različite ekonomske mjere, poput bruto domaćeg proizvoda, dok se subjektivna komponenta kvalitete života definira kao kognitivna evaluacija cjelokupnog života ili različitih životnih domena (Vuletić i sur., 2020, 116). Odnosi između ovih dviju kvaliteta donose jasnu sliku o društveno dominantnim preferencijama u kojima se prepoznaju stavovi da povećanje materijalnog standarda nužno ne dovodi do povećanja subjektivnog blagostanja (Vuletić i sur., 2020, 116). U literaturi se društveni kapital definira kao skup institucija, normi, vrijednosti i uvjerenja koja upravljaju interakcijama među ljudima i olakšavaju gospodarski i društveni razvoj (Grootaert i Van Bastelar, 2002). Ovaj fenomen uključuje i raznolike oblike nematerijalnih vrijednosti koje je pojedina zajednica stvorila svojim međusobnim djelovanjem kako bi održala na okupu društvene institucije. Danas se društveni kapital može promatrati i s pozicija povjerenja, podrške, ali i volontiranja (Calvo i sur., 2012), koje osobama omogućuju postizanje poželjnih rezultata poput bogatstva i moći uz korištenje osobnog statusa i utjecaja te davanja informacija. Snažan čimbenik u društvenom kapitalu imaju i poznanstva koja omogućuju realizaciju osobnih ciljeva, što se trenutno u društvu prepoznaje kao najvrjednija nematerijalna baština i imovina.

„Osjećaj nesigurnosti temeljni je razlog iseljavanja iz Hrvatske za koji veći na iseljenog stanovništva utjehu pronalazi u Njemačkoj koju percipira kao državu blagostanja. Pojam sigurnosti se vezuju uz političku, pravnu i ekonomsku dimenziju koje se iskazuju snažnim osjećajima neizvjesnosti. Ljudi čeznu za poštenjem i ispravnim ponašanjem u društvu.“ (Jurić, 2017, 371). Motiv iseljavanja sve je više postalo razočaranje u kojem mlade osobe ne vjeruju obećanjima i ispraznim uvjerenjima političara o dobrom životu u našoj zemlji. Mladi u otvorenom društvu pronalaze i druge ponude koje se nalaze izvan naših granica. Iznimnu općedruštvenu, populacijsku, ekonomsku i etničku važnost na svaku zemlju ostavlja doseljavanje i odseljavanje njezinih ljudi. Emigracija hrvatskog stanovništva uz unutarnje migracije i kretanja selo – grad ima značajne posljedice na ukupni društveni razvoj i ubranu depopulaciju manjih

područja, naročito u Slavoniji (Rajić, 2020). U povijesnom diskursu iseljavanja su prije stotinu godinu bila vezana uz siromaštvo i ekonomske uvjete, dok se danas ove odluke vezuju dominantno uz osobe koje imaju minimalno srednjoškolsko obrazovanje. Ovo potvrđuje istraživanje Mikinac (2017, 123-134) u kojem naglašava kako je Slavoniju napustilo 75,9 % srednjoškolaca i 20,7 % visoko obrazovanih osoba, dok je 3,4 % iseljenih osoba završilo osnovnoškolsko obrazovanje.

3. DEMOGRAFSKI POKAZATELJI I VIZURA VIROVITIČKO-PODRAVSKE ŽUPANIJE

Virovitičko-podravska županija prostorno se prostire na tri grada i trinaest općina koji površinom zauzimaju 2024 km² ili 3,6 % cjelovitog hrvatskog prostora (Savić i sur., 2019). Najvažnija gospodarska grana županije su obradive poljoprivredne površine po čemu ona ima karakteristiku poljodjelskog kraja u kojem dominira proizvodnja ratarskih kultura, duhana, ljekovitog bilja, voća i povrća, a od ostalih sektora, u odnosu na ostatak Hrvatske, još se ističu pčelarstvo i ribnjačarstvo. Uz prerađivačku drvnu industriju do nedavno je dominirala i prehrambena te industrija nemetala i metala. Iz političke perspektive prometna izoliranost najčešće se spominje kao veliki uzrok gospodarskog zaostajanja koji rezultira poticanjem odselidbe i negativnom demografskom slikom (Deklaracija, 2013). Izgradnja brze ceste ovu bi županiju povezala sa središtem Hrvatske i stvorila povoljne uvjete za nove investicije i zapošljavanje te zaustavila daljnje iseljavanje i napuštanje mladih obrazovanih kadrova s ovog prostora (Večernji list, 2020, prilog 21817).

Trend povećanja broja stanovnika u gradovima Virovitica i Slatina vidljiv je nakon 1953. godine, a pripisuje se odselidbi mladog stanovništva i njihovom napuštanju ruralnih krajeva te prelaskom u urbane sredine u potrazi za boljim životnim uvjetima i gospodarskom sigurnošću (Balta i Brazda, 1997). Ruralne sredine s prostora Virovitičko-podravske županije od 1953. do 2001. godine bilježe najveće smanjenje broja stanovnika u cijeloj istočnoj Hrvatskoj (Boroš, 2015, 21). Intenzivna depopulacija stanovništva i odlazak radne snage u inozemstvo s ovoga prostora bilježi se između 1970-ih i 1980-ih godina, uzrokovana snažnom industrijalizacijom i deagrarizacijom (Jurić, 2017). U razdoblju od 2001. do 2011. godine 168 naselja ili 89,4 % Virovitičko-podravske županije postaje emigracijskim tipovima naselja. Mladi iz ruralnih krajeva odlaze u gradove što utječe na dobnu strukturu stanovništva koja je oslikana potpunim izumiranjem određenih naselja. Promatrana županija je od 1998. do 2011.

godine izgubila 10 % stanovništva, što je oslabilo reproduktivne potencijale i uz emigraciju utjecalo na opadajući fertilitet i dovelo do depopulacije ove županije. Popis stanovništva iz 2011. godine pokazuje da je u Virovitičko-podravskoj županiji živjelo 84 836 stanovnika, od čega 41 017 muškaraca i 43 819 žena. Prosječna starost stanovništva bila je 41,2 godine, što otprilike odgovara prosječnoj starosti stanovništva cijele Hrvatske koji 2011. godine iznosi 41,7 godina (<https://dzs.gov.hr/>, 2011, 64).

Od 2011. do 2018. godine procjene bilježe negativan trend i pad broja stanovništva koji 2018. godine iznosi 75 257 stanovnika, što je 9 579 stanovnika manje u odnosu na Popis iz 2011. godine. Broj odseljenog stanovništva od 2014. godine ima tendenciju rasta. Evidencije ukazuju da je 2014. godine odselilo 1 266 stanovnika, 2015. godine 1 699, 2016. godine njih 1 760, 2017. godine 2 111 i 2018. godine 1 818 osoba (<https://dzs.gov.hr/>, 2011, 105). Karakteristike iseljenih slavonskih krajeva obilježava iseljavanje mladih ili cijelih obitelji čiji su članovi ekonomski najaktivnije stanovništvo, a ostanak starijeg i nemoćnog stanovništva koje je financijski ovisno o vlastitoj djeci koja im šalju novac iz inozemstva.

Broj učenika na nekom prostoru isto je tako pokazatelj trenda iseljavanja i napuštanja nekog prostora koji za rezultat ima smanjenje potreba za učiteljima, zatvaranje škola i smanjenje broja djelatnika koji rade na održavanju škola. U Virovitičko-podravskoj županiji je školske godine 2009./2010. broj učenika iznosio 7 952, da bi školske godine 2015./2016. školu pohađalo 6 406 učenika, što je smanjenje za 1 546 učenika u navedenom razdoblju (<http://www.dzs.hr/>, 2011). Broj nezaposlenih osoba 2014. iznosio je 10 216, dok je 2018. godine evidentirano 5 154 nezaposlenih osoba, što ukazuje na smanjenje radno sposobnog stanovništva. Prosječna neto plaća u ovoj županiji zaostaje za hrvatskim prosjekom tijekom petogodišnjeg promatranog razdoblja u prosjeku za 20 % (Savić i sur., 2019).

Čimbenici kojima se opisuje veliki odljev stanovništva na prostoru Slavonije imaju obilježja uzrokovana negativnim rastom bruto domaćeg proizvoda, nepovoljnom gospodarskom situacijom, smanjenjem opće stope zaposlenosti, visokom stopom nezaposlenosti i dugotrajnom nezaposlenošću, padom životnog standarda, nemogućnošću pronalaska zaposlenja u struci, neadekvatnom plaćom s obzirom na kvalifikaciju i lošom poduzetničkom klimom (Župarić-Iljić, 2017). Promicanje obiteljskog života, stvaranje obitelji, rađanje djece, stambeno zbrinjavanje i briga za sve oblike skrbi dostupna svim članovima obitelji iznimno je značajan smjer pronatalitetne politike. „Sve veću sklonost društva individualizmu i potrošačkom hedonizmu, a s druge strane sve veću udaljenost od obitelji, djece i altruizma, demografska teorija odavno prepoznaje kao vodeće uzroke pada nataliteta u razvijenom svijetu.“ (Strmota,

2020, 77). Demografsko izumiranje znači postupno, ali sigurno gašenje vitalnih sustava moderne države koji počivaju na radnoj snazi, mladosti i međugeneracijskoj solidarnosti, dok „ozbiljna populacijska politika u obzir uzima sve gospodarske, socijalne, kulturne, psihološke i druge norme i obrasce ponašanja kao izvor demografskih promjena” (Strmota, 2020, 77).

Tarle (2020, 205) smatra da „medijska propaganda s bajkama o uspjehu u tuđini, obezvrjeđivanje vlastitih moći, oponašanje trendova, oslanjanje na prepričavanje iskustava drugih, a često i linija manjeg otpora imaju presudnu ulogu na sustav odlučivanja o potrebama odlaska izvan svoje domovine.“ Stoga se s pravom često pitamo tko su ljudi koji danas napuštaju Hrvatsku. Navodi da „to nisu naši najsiromašniji građani, oni koji se ustaju u 4 sata ujutro da bi pretražili kante za smeće u lokalnom kvartu. To su mladi, zdravi, školovani, a često i situirani ljudi, roditelji s djecom, čitave obitelji kojima je svega dosta, koji sanjaju bolju budućnost za sebe i svoje potomstvo, a drugo ih više ne zanima“. Prema svemu sudeći „danas nam nedostaje istaknutih duhovnih autoriteta koji bi svojim primjerom svjedočili kršćanske vrijednosti – poniznost, dobrotu, milosrđe, strpljivost, radišnost i odanost zajedničkom dobru...“. Uz njih ni „mi obični građani, hrvatske obitelji, škole, odgojne ustanove, kulturne i znanstvene institucije nismo oslobođeni od odgovornosti“ za sve što se događa u našoj domovini. „Svi smo pozvani da na nove naraštaje prenosimo sustav vrijednosti na kojima počiva human i odgovoran građanin, vrline koje nasuprot očaja i defetizma uključuju strpljivost, prednost, odgovornost i daju smisao odricanju za zajedničku viziju društva.“ (Tarle, 2020, 205).

4. METODOLOŠKI PRISTUP

Provedeno istraživanje za predmet svog interesa uobzirilo je čimbenike koji uvjetuju suvremeno odseljavanje i demografske gubitke u Virovitičko-podravskoj županiji s pozicija obrazovne strukture odseljenih i njihove percepcije kvalitete života. Cilj je ovoga rada utvrditi razloge iseljavanja iz Virovitičko-podravске županije, dobno-spolnu i obrazovnu strukturu odseljenog pučanstva, zadovoljstvo novim životnim uvjetima u inozemstvu i doznati čimbenike koji bi omogućili povratak u Hrvatsku.

Istraživačka pitanja na koje se ovim istraživanjem pokušavaju dati odgovori su:

1. Koje su sociodemografske karakteristike odseljenih osoba s promatranog prostora?
2. Koje obrazovne potencijale posjeduju odseljene osobe s područja Virovitičko-podravске županije?

3. Kako odseljene osobe percipiraju kvalitetu života u Hrvatskoj, ali i u novoj sredini?
4. Koji su subjektivni pogledi na želje odseljenih osoba za povratkom u Hrvatsku?

Istraživački je korpus stanovništvo Virovitičko-podravske županije koja obuhvaća tri grada i trinaest općina. Od 2011. do 2018. godine u Virovitičko-podravskoj županiji zabilježen je negativan trend i pad broja stanovništva koji je 2018. godine procijenjen na 75 257 stanovnika. To je pad od 9 579 stanovnika u odnosu na Popis iz 2011. godine⁶⁴. Broj odseljenog stanovništva od 2014. godine pokazuje tendenciju rasta, pa se bilježi kako je te godine odselilo 1 266 stanovnika, 2015. godine 1 699, a 2016. godine njih 1 760, 2017. godine 2 111 i 2018. godine 1 818 stanovnika.⁶⁵ Prosječno po ovim godinama van odlazi 1730 ljudi, stoga se procjenjuje da naš uzorak od 89 ispitanika iznosi 5 % u odnosu na godišnji broj odseljenih iz Virovitičko-podravske županije. Od ukupnog broja ispitanih, 73 sudionika su u zemlje Europske unije otišla nakon pristupanja Hrvatske Europskoj uniji, a najveći je broj odselio u tradicionalnu useljeničku zemlju – Njemačku (53,3 %), zatim u Austriju (21,1 %), Irsku (14,4 %) itd. Prigodno odabrani uzorak sudionika ispitivanja živio je u osam administrativnih jedinica lokalne samouprave promatrane županije: gradovi Virovitica i Slatina te općine Čačinci, Gradina, Lukač, Pitomača, Suhopolje i Špišić Bukovica. Najveći broj, 54 ili 60,67 % ispitanika dolazi iz grada Virovitice kao središta županije. Istraživanje je provedeno sredinom 2022. godine, preko Google Forms obrasca anketnog upitnika uz samostalno osmišljena pitanja. Anketni upitnik sadržavao je 38 pitanja zatvorenog i pri kraju upitnika otvorenog tipa kojima se žele prikupiti odgovori sudionika o njihovim obrazovnim potencijalima, socio-demografskim obilježjima, osobnim percepcijama kvalitete života u domovini, kao i osobnim pogledima na kvalitetu života mjesta trenutnog stanovanja.

5. SOCIO-DEMOGRAFSKA OBILJEŽJA ODSSELJENIH

U provedenom istraživanju na uzorku od 89 ispitanika Virovitičko-podravske županije neznatno prevladavaju N=46 muški ispitanici s 51,7 %, dok je ispitanica sudjelovalo N=43 ili 48,3 %. Njihova mjesta stanovanja prije odlaska u inozemstvo bili su grad Virovitica N=54 ili 60,67 %, Suhopolje N=12 ili 13,4 %, Lukač i Pitomača N=6 ili 6,74 %. Iz grada Slatine dolazi N=5 ili 5,62 % sudionika,

64 https://www.dzs.hr/hrv/censuses/census2011/results/htm/H01_01_01/H01_01_01.html, pristupljeno 23.1.2023.

65 Isto

iz Gradine N=3 ili 3,37 %, Čačinaca N=2 ili 2,25 % i iz Špišić Bukovice N=1 ili 1,12 %.

Najveći broj, 29 ili 32,59 % sudionika pripada dobnoj skupini rođenih između 1991. i 1995. godine, zatim slijedi 17 ili 19,10 % rođenih u razdoblju od 1986. do 1990. godine, 10 ili 11,24 % rođeno je u razdoblju između 1981. i 1985. godine i 9 ili 10,11 % osoba rođeno je u razdoblju od 1971. do 1975. i od 1976. do 1980. godine. Nešto manji broj, 8 sudionika rođeno je od 1966. do 1970. godine, 6 ili 6,74 % u razdoblju od 1996. do 2000. godine i 1 sudionik ili 1,12 % rođen je od 1960. do 1965. godine.

Bračni status sudionika je 50 ili 56,2 % oženjenih, 19 ili 21,3 % osoba je u vezi, 16 ili 18 % samaca i 4 ili 4,5 % rastavljenih. Sudionici istraživanja sa sobom su odveli ukupno 97 djece. Što se tiče broja djece, 19 ili 21,3 % sudionika u obitelji ima dvoje djece, zatim 12 sudionika ili 13,5 % ima troje djece, 11 ili 12,4 % ima jedno dijete i 3 ili 3,4 % izjavljuje kako ima četvero djece, dok 44 ili 49,4 % osoba obuhvaćenih ovim istraživanjem nema djece.

Tab. 1. Bračno stanje

Bračno stanje	N	%
samac	16	18
u vezi	19	21,3
oženjen/a	50	56,2
rastavljen/a	4	4,49
udovac/ica	0	0
Σ	89	100

Tab. 2. Broj djece

Broj djece	N	%
0	44	49,4
1	11	12,4
2	19	21,3
3	12	13,5
4	3	3,37
Σ	89	100

Karakteristike obrazovnih potencijala odseljenih osoba iz Virovitičko-podravske županije su središnji interes ovoga istraživanja. Najveći broj odseljenih osoba, 62 ili 69,6 % posjeduje srednju stručnu spremu, zatim slijede osobe s visokom stručnom spremom kojih je 15 ili 16,9 %. Višu stručnu spremu posjeduje 8 ili 9 % sudionika, a samo su 4 ili 4,5 % osoba radnici bez zanimanja. Ovi pokazatelji itekako upućuju na to da Hrvatsku u suvremenom trendu iseljavanja napušta najveći broj obrazovanih i stručnih ljudi koji svojim odlaskom narušavaju ukupnu obrazovnu strukturu i obrazovni potencijal zemlje na čijem je kvalifikacijskom potencijalu ona planirala izgrađivati i unaprjeđivati svoj ekonomski prosperitet.

Promatrajući obrazovnu strukturu odseljenog stanovništva vidljivo je kako četvrtina sudionika ima stečenu stručnu spremu unutar područja ekonomije u zanimanjima komercijalist 8, konobar 7, trgovac 6, ekonomski tehničar 4, diplomirani ekonomist 3, viši ekonomist 3 i kuhar 2. Magistara primarnog obrazovanja koji su sudjelovali u ispunjavanju anketnog upitnika bilo je 7, medicinskih sestara 5, drvnih tehničara 5, automehaničara 5, elektromehaničara 4, vozača teretnih vozila 3 i informatičara 3, zanimanja kuhar, mehaničar, instalater grijanja, poljodjelac, gimnazijalac, odjevni radnik, liječnik specijalista, njegovateljica kreću se u frekvenciji 2 i mag. prometa, mag. elektrotehnike, kemijski tehničar, farmaceutski tehničar, frizer, cvječar, soboslikar, glazbenik-flautist.

Zaposlenost sudionika istraživanja u Republici Hrvatskoj prije odlaska u inozemstvo nije ukazivala na potrebe iseljavanja jer ih je 59 ili 66,29 % imalo zaposlenje, a tek 30 osoba ili 33,71 % bilo je nezaposlenih. Od ukupnog broja zaposlenih 37 ili 62,71 % radilo je na neodređeno vrijeme, 16 ili 27,11 % na određeno vrijeme, 1 je radio na ugovor o djelu, a 5 navodi ostale oblike zaposlenosti. Zaposleni sudionici, njih 17 ili 28,81% naveli su kako su u Hrvatskoj prije odlaska u inozemstvo primali plaću od 400 € (3.000 kn), 20 ili 33,90 % ih je zarađivalo do 600 € (3.000 kn do 4.500 kn), 16 ili 27,11 % je primalo plaću do 800 € (4.500 kn do 6.000 kn), a preko 800 € (6.000 kn) zarađivalo je 6 ili 10,17 % sudionika.

Sudionici istraživanja mogli su se izjasniti o oblicima štednje u Hrvatskoj. Na ovo je pitanje od ukupno 89 odgovorilo 74 ili 83,14 % sudionika, od kojih je 26 ili 35,13 % izjavilo da je u Hrvatskoj moglo štedjeti, da je to bilo minimalno moguće za 5 ili 6,76 %, a 43 ili 58,11 % sudionika odgovorilo je da nikada nisu mogli odvojiti ništa novaca na stranu kao štednju.

Poslove koje su sudionici obavljali u Hrvatskoj bili su najčešće u području ugostiteljstva gdje je radilo 10 ili 17 % osoba na mjestu konobara. Kao radnik bez zanimanja radilo je 6 ili 10,17 % osoba, u građevini je bilo zaposleno 5 osoba ili 8,5 %, isti broj sudionika istraživanja radio je na mjestu učitelja, a 4 ili 6,8 % osoba radilo je kao trgovac. Na mjestima strojarskog, drvnog i administrativnog tehničara bilo je zaposleno po 3 ili 5,1% sudionika, a po 2 ili 3,4 % bilo je zaposleno na mjestima spremačice, skladištara, komercijalista, poljoprivrednika i privatnog poduzetnika. Po jedan sudionik navodio je mjesto zaposlenja diplomiranog ekonomiste, medicinske sestre, farmaceutskog tehničara, vozača, vojnika, keramičara, kuhara, servisera kućanskih aparata, automehaničara i autolimara.

Obilježja suvremenog iseljništva s područja Virovitičko-podravske županije tijekom proteklih dvadesetak godina i karakteristike obrazovnih potencijala odseljenih osoba ukazuju na to da se u podjednakoj mjeri iseljavaju osobe oba spola i s područja koje teritorijalno pripada općinama, kao i gradovima

promatrane županije. U većini su to ispitanici ekonomski najplodonosnijih starosnih dobi koje se kreću od dvadeset i pete do četrdeset i pete godine života u kojima se nalazi 80 sudionika koji uobziruju ekonomski vitalnu, kvalitetnu i obrazovanu radnu snagu. Posebice se ističe kao veliki problem koji mora zabrinjavati demografe u Hrvatskoj pokazatelj kako su prostor promatrane županije napustile cijele obitelji koje imaju jedno, dvoje, troje i četvero djece. Kada se promatra problem broja djece pokazatelji mogu ukazivati i na drugu stranu pozicije kao što je to teška socijalna i ekonomska politika u kojoj su se našla 44 sudionika koji nemaju djecu, a čemu su uzroci mogli biti upravo nemogućnost zarade i neizvjesna borba za egzistenciju u Hrvatskoj, ali i mogući subjektivan stav kako se u inozemstvu lakše snaći sam nego kada su u obitelji prisutna i djeca. U uvjetima ekonomskog nezadovoljstva mladim je osobama vrlo teško odlučiti se za djecu kojoj ne mogu pružiti kvalitetnu brigu i skrb. Karakteristike obrazovanosti pokazuju veliki broj sudionika koji je posjedovao minimalno srednju stručnu spremu, što ukazuje na gubitak u hrvatskom obrazovnom potencijalu. Prije odselidbe ispitanici su radili u Hrvatskoj na poslovima koji najčešće nisu odgovarali njihovom obrazovanju, nisu bili zadovoljni radnim uvjetima, radnim mjestima, a posljedično time ni visinom plaće koju su zarađivali u Hrvatskoj koja je vidljiva iz prikaza njihovih izjava.

6. KVALITETA ŽIVOTA IZ PERSPEKTIVE ODSSELJENIH ŽITELJA

Najčešći razlog za iseljavanja iz Slavonije pa onda i Virovitičko-podravske županije navodi se izrazito velika stopa nezaposlenosti koja se posebno povećala nakon pristupanja Republike Hrvatske Europskoj uniji. Uz nezaposlenost pojedinci često ističu nezadovoljstvo poslom koji obavljaju i koji je najčešće ispod njihove razine obrazovanja što nužno rezultira malim plaćama (Mikinac, 2020, 123.-133). Obrazovani imaju želju zaposliti se na radnom mjestu za koje su se tijekom školovanja pripremali i u mladosti za njega formirali određene vještine i sposobnosti. Tako neuspjeh u potrazi za „pravim“ i adekvatnim zaposlenjem postaje veliko razočaranje i dominantan čimbenik iseljavanja. Migracije se obično povezuju s potragom za boljim životom i poboljšanjem kvalitete života, ali danas sve više prevladava stremljenje prema što boljem i kvalitetnijem društvenom kapitalu u kojem se naročito ističu opće, institucionalno povjerenje ili povjerenje prema drugima, koje se smatra osnovnim preduvjetom razvoja međuljudskih odnosa, kvaliteta međusobnih interakcija i povezanošću sa zajednicom u kojoj se živi (Falk, 2000). Na pitanje o duljini boravka u inozemstvu odgovore su dali svi sudionici istraživanja i naveli kako u inozemstvu borave od jedne pa do najdulje dvanaest godina. Od država u koje su ispitanici

odseljeni dominira Njemačka u kojoj je mjesto pronašlo 48 sudionika, zatim slijedi Austrija s 20, Irska 13, Ujedinjeno Kraljevstvo s 4 sudionika, Kanada s 3 i Kenija s 1 sudionikom istraživanja.

Na pitanje otvorenog tipa u kojem su sudionici mogli navesti veći broj svojih osobnih razloga zbog kojih su bili motivirani na odlazak dobili su se sljedeći odgovori: *nepotizam* u 59 slučajeva ili 66,3 %, *korupcija* 54 ili 60,7 %, *nesposobnost osoba koje su na vlasti* 50 ili 56,2 %, *mala plaća* 42 ili 47,2 %, *loši radni uvjeti* 22 ili 24,7 %, *loš poslodavac* 17 ili 19,1 %, *udaja, odlazak za supružnikom, obiteljski razlozi, nezaposlenost, blokada muževog računa, krađa kao moralno ispravna, loše vodstvo, želja za promjenom, učenje stranih jezika* i sl.

Na pitanje o dužini trajanja donošenja odluke o odlasku izvan zemlje sudionici su odgovorili: *vrlo kratko, brzo, par minuta, čim mi se ukazala prilika, drugi su donijeli odluku umjesto mene, mjesec dana, par mjeseci, nekoliko mjeseci, pol godine, deset godina* i dvije osobe navode *dvadeset godina*.

Sudionici su bili zamoljeni da u pitanju otvorenog tipa odgovore na kojim poslovima rade u inozemstvu. U njihovim izjavama dominiraju zanimanja za koja odseljenici u domovini nisu stekli obrazovanje, a to su poslovi N=7 u građevini, konobar i radnik na radnom mjestu bez zanimanja. Zatim slijede zaposlenici N=6 u trgovini, u administrativnoj djelatnosti i radnici u IT sektoru. Ostala zanimanja manje su zastupljena, ali su vrijedna spomena zbog svoje šarolikosti područja koja pokrivaju: N=5 njegovateljice, N=4 nalaze svoje zaposlenje kao vozači, serviseri i strojari. Iza toga slijede zanimanja s N=3 zaposlenika: odgajatelji, kuhari, automehaničari, medicinske sestre, N=2 su osobe koje izjavljuju da rade u zanimanjima: dostavljač, učiteljica, stolar, skladištar, trener i poduzetnik, dok se u N=1 pojavljuju zanimanja: instruktor padobranstva, keramičar, elektrotehničar, farmaceut i student.

Na pitanje koliko su puta morali promijeniti mjesto zaposlenja za vrijeme boravka u inozemstvu sudionici su u 32 ili 35,95 % slučajeva odgovorili da nisu morali ni jednom promijeniti mjesto zaposlenja i da rade na istom radnom mjestu od svog dolaska. Za sada je jednom promijenilo mjesto zaposlenja 24 ili 26,97 % sudionika, dok 21 ili 23,60 % izjavljuje da je do sada dva puta mijenjalo mjesto rada, a 10 ili 11,24 % ih je promijenilo mjesto rada četiri – pet puta. Jedna osoba izjavila je da radi sezonski, a jedan sudionik da je nezaposlen.

Odgovori na pitanje koliko su naši odseljenici dugo tražili posao u mjestu kamo su se uputili odselidbom nam omogućuju zaključiti i dati uvid koliko su oni bili motivirani za ostanak. Veliki broj odseljenih osoba odlučuje se na odlazak u inozemstvo tek kada unaprijed dogovori određeni posao. Stoga rezultati ukazuju na visoku stopu zaposlenja po odlasku na rad u inozemstvo u kojoj je vidljivo da je 78 ili 87,64 % sudionika u manje od mjesec dana po dolasku odmah

bilo zaposleno. Unutar mjesec dana posao je pronašlo 5 ili 5,62 % sudionika, a samo su 3 ili 3,37 % posao tražilo dva, pet i više mjeseci po dolasku u stranu zemlju.

U odgovorima na pitanja u kojima su se željeli dobiti odgovori o zadovoljstvu osobnim primanjima odseljenih osoba Virovitičko-podravske županije doznajemo koliko su ispitanici zadovoljni primanjima i visinom plaće koju primaju za svoj rad. Njih 82 ili 92,1 % izjavljuje kako je zadovoljno svojim primanjima, dok je 7,9 % nezadovoljno primanjima koja dobivaju. U ovom upitniku nije postavljeno pitanje o konkretnoj visini plaće i zarade na određenim radnim mjestima u inozemstvu jer je dobro poznato da odseljene osobe rade i na više radnih mjesta i više poslova koji im se pružaju u jednom danu. Za ovakav način privređivanja mogu se čuti izjave kao opravdanje da kada se osoba već nalazi izvan domovine da je onda bolje nešto i više zaraditi kako bi se mogao određeni iznos odvojiti kao štednja ili poslati u domovinu ostalim članovima obitelji. Svi su sudionici odgovorili na pitanje o mogućnostima štednje za vrijeme dok borave u inozemstvu i njih 84 ili 94,4 % izjavljuje da može uštedjeti određeni iznos plaće, dok je 5 ili 5,6 % sudionika izjavilo da ne uspijeva ništa odvojiti ni uštedjeti od dobivenih sredstava.

Ono što se često povezuje s percepcijom dosadašnje gastarbajterske Hrvatske jest pitanje koje se postavlja odseljenicima, a ono je hoćete li se vratiti. Stoga im je, kako se ne bi otvarala teška pitanja i produbljivala netrpeljivost traženim odgovorima, odlučeno postaviti pitanje imaju li odseljeni namjeru kupiti nekretninu u Hrvatskoj kao mogućnost povezanosti s domovinom ili mogućem planu određenog povratka. Na ovo je pitanje 4 ili 4,5 % sudionika odgovorilo da si u Hrvatskoj želi graditi kuću, 53 ili 59,5 % planira kupiti kuću ili stan, dok njih 32 ili 36 % nema namjeru u Hrvatskoj uložiti sredstva u nikakve objekte.

Na pitanje o osobnoj procjeni zadovoljstva trenutnim životom izvan domovine dobili su se odgovori kako 41 sudionik procjenjuje kvalitetu života izvrsnom (46,1 %), vrlo dobrom je procjenjuje 38 sudionika (42,7 %), dobrom ju procjenjuje 8 sudionika ili 9 %, a nedovoljnu ocjenu i nezadovoljstvo trenutnim stanjem navode 2 sudionika ili 2,25 %. Kako bi se procijenila društvena dobrobit sa stajališta samog pojedinca, sudionici su upitani koliko imaju povjerenja u organe vlasti Republike Hrvatske za koje je 88 ili 98,9 % navelo da nema, dok je samo jedan sudionik izjavio da vjeruje vladajućima u domovini. S druge strane, na pitanje koliko vjeruju organima vlasti zemlje u kojoj se trenutno nalaze sudionici su odgovorili sa 77 ili 86,5 % da imaju povjerenje, a njih 12 ili 13,5 % ne vjeruje ni vlastima zemlje u kojoj danas rade i borave.

7. MOTIVIRANOST ZA POVRATAK U DOMOVINU

Tražeci odgovor na istraživačko pitanje koje su osobitosti želja osoba za povratkom u Hrvatsku dobiven je uvid o mogućnostima povratka i motivima koji bi olakšali povratak odseljnog stanovništva Virovitičko-podravske županije. Na pitanje otvorenog tipa opisnim odgovorima osjećaja i emocionalnih stanja pojedinaca koja su češća nego ranije dobiven je uvid o osjećajima usamljenosti, osjećaju čeznuća ili nedostatka njihovih najmilijih i onih koje su ostavili u domovini. Na takav upit dobiveno je 65 odgovara da nema osjećaj usamljenosti, ponekad se osjeća usamljeno 8 osoba i 16 sudionika tvrdi kako se često osjeća usamljeno. Interpretacijom pojedinih deskripcija dobiva se realnija slika osjećaja i stanja u kojima se pojedine odseljene osobe nalaze: *“često sam usamljen jer smo tu bez obitelji u Njemačkoj; ovdje imam sve potrebno za život, ali mi nedostaje moja majka, sestre, rodbina i domovina; ne osjećam se usamljeno, imam djecu i prijatelje ovdje; imam prijatelje ovdje, a i upoznao sam Irce; nemam osjećaj usamljenosti jer smo se kao kompletna obitelj preselili pa su mi najbitniji pored mene; ponekad razmišljam o obitelji; ne osjećam se usamljeno, uz svoju obitelj nisam usamljena; ponekad se sjetim obitelji; ovisno o situaciji, ponekad je bolje biti usamljen nego trpjeti nepravdu.”*

Na pitanje koliko odseljenima nedostaje domovina i koliko često misle o svom povratku i onome što su ostavili kod svojih kuća i u svom mjestu, sudionici su odgovorili u 53 slučaja ili 59,55 % da čeznu za domovinom, za obitelji čezne i nedostaje im 5 ili 5,62 % slučaja, samo ponekad 2 ili 2,25 %, dok 29 ili 32,58 % odgovara da ne čezne za rodnim krajem i mjestom iz kojeg je otišao. Nedostatak najbližih vidljiv je kod 77 ili 86,5 % sudionika, dok njih 12 ili 13,5 % odgovara da nema taj osjećaj. Povratak u Hrvatsku planira 57 sudionika ili 64 %, dok se njih 32 ili 36 % ne planira i ovoga trenutka misli da se neće vraćati u Hrvatsku.

Na mogućnost izjave koji bi ih događaj konkretno motivirao na povratak u domovinu dobiveni su sljedeći odgovori: *“nijedan događaj, ništa, obitelj, veće plaće, pravda, sređena država, smanjena korupcija, bolji uvjeti rada, prestanak zapošljavanja preko veze, volim Hrvatsku, to je moj dom, ali vlast ne valja, ekonomska i politička stabilnost, ista prava za sve, političko osuježjenje, društvo okrenuto budućnosti a ne stalno prošlosti, radno mjesto, tamo nema perspektive, veće mirovine, veći standard za obitelj, EU politički standard.”*

Iz navedenih odgovora vidljivi su motivi za promjenama na više razina, a iz prethodno analiziranih znanstvenih radova (Jurić 2017, Mikinac 2020, Rajić 2020, Skoko, 2020, Strmota 2020) mogli su se naslutiti ovakvi odgovori. Stoga se s pravom postavilo pitanje prate li odseljenici političku situaciju u Republici Hrvatskoj. Na ovaj upit odgovori su da politiku često prati 28 ili 31,5 % sudioni-

ka, samo ponekad prati 24 ili 27 %, rijetko prati političke događaje u domovini 21 ili 23,5 % i gotovo nikada ne prati 16 ili 18 % sudionika. Sudionici su procjenjujući situaciju u Hrvatskoj izjavili u 82 ili 92,1 % slučajeva kako se stvari u Hrvatskoj nikako ne kreću na bolje. Na ovaj upit ne može dati siguran odgovor 5 ili 5,7 %, dok svega 2 ili 2,25 % sudionika misli da se vide pomaci na bolje i u njihovoj domovini. Stavovi zbog kojih u svojoj domovini sudionici ne vide pomake na bolje opisali su komentarima i željama za promjenama: *"poštovanje radnika, otvaranje radnih mjesta, radna mjesta prema kompetencijama a ne zaslugama, veće plaće, školovane ljude na pozicije a ne političare, strane investicije, reforme u svemu, ne može ju pozlatiti onaj tko je državu okrao, uništena se država ne daje popraviti, jednakost pred zakonom za sve, država tone sve dublje, ne razmišljam uopće o tome, dok je novinarima važnija neka pjevačica od ostalog naroda dotad ništa, novo vodstvo, loše stranke na vlasti, političke promjene i bolji život, obrazovne i gospodarske, manje korupcije, povratak naroda u domovinu, da budemo dio Europe kako treba, dopustiti pametnima da budu na vlasti, političari neka budu volonteri a ne da rade za plaću."*

Osobnim preporukama ostalim osobama za ostanak ili odselidbu iz domovine veliki je broj odgovorio kako je već savjetovao svoje poznanike ili najbliže da napuste Hrvatsku. Njih 65 ili 73 % preporučilo je nekom koga poznaje da se odseli i zaposli u inozemstvu, 18 ili 20,2 % nije niti će ikome savjetovati odlazak, a 6 ili 6,8 % izjavljuje neka svatko sam sebi bira što će i kako napraviti. Od onih koji su drugima savjetovali da napuste zemlju mogli su se čuti savjeti poput: *"bježi iz Hrvatske, bježi dok si mlad, imam radno mjesto samo dođi, ima posla koliko hoćeš, spasi djecu, doveo sam ih već 6 u svoje poduzeće, bolje će živjeti, ima tu više budućnosti, možeš napredovati, bježi dok još možeš, trebaš probati, iskoristi to što su granice otvorene, plaća je tri puta veća, svugdje je bolje nego kod nas, živi europski, srce je doma ali..."*

8. ZAKLJUČAK

Provedenim istraživanjem dobivene su vrijedne informacije o suvremenim čimbenicima odselidbe s prostora Virovitičko-podravske županije. Komparirajući povijesne spoznaje s današnjim pogledom na iseljavanje vidljivo je da se percepcije kvalitete života, čimbenika koji su potaknuli odlazak, kao i onih koji bi mogli potaknuti povratak znatno razlikuju od onih o kojima smo imali prilike slušati u našim obiteljima ili susjedstvu. U prošlom stoljeću motivi za odlazak bili su dominantno ekonomske naravi i odraz egzistencijalnih problema. Suvremeni motivi uz već navedeni sve više se prepoznaju u političkim i opće

društvenim prilikama. Sve više je društveni kapital onaj koji je i sredstvo i čimbenik za odlazak, ali i motiv za povratak. Socijalne veze poput čežnje za obitelji i emocionalna povezanost s domom i rodnim krajem imaju snažan motivacijski čimbenik za povratak i izvorom su zadovoljstva. Ali u isto vrijeme društveni kapital koji se odlikuje socijalnim vezama predstavlja i uzrok najvećeg nezadovoljstva koji se reflektira korupcijom, nezaposlenošću, postavljanjem nesposobnih osoba na vlast koji postaju razlozima za napuštanje domovine.

Rezultati istraživanja potvrđuju potrebu za žurnim djelovanjem na moralnoj kvaliteti i etičkim vrijednostima društva u kojem živimo, obvezama promjena odnosa prema društvenom kapitalu koji se ogleda u obitelji i njezinim vrijednosnim sustavima. Izvorište za to treba tražiti u odselidbi cijelih obitelji koje s djecom napuštaju Virovitičko-podravsku županiju i tako narušavaju već dobro nagrizenu demografsku sliku promatrane županije, ali Hrvatske u cijelosti.

Obrazovni potencijal dobiva refleksiju u nezadovoljstvu i nemogućnostima zapošljavanja i gradnji karijere u svojoj struci i stečenim kompetencijama. Percepcija života postaje odraz emocionalnog stanja i nemoći da se promijeni trenutno stanje na bilo kojoj razini. Dobiveni odgovori iskazuju potpuno nezadovoljstvo trenutnom situacijom u kojoj je najviše nagrizen društveni kapital zemlje pa su česte i izražene preporuke ostalima za odlazak iz domovine. Ipak postoji i mogući minimum optimizma koji se prepoznaje u ohrabrujućim pokazateljima kojima odseljeni iskazuju želju da u Hrvatskoj kupe određenu imovinu i tako ostvare moguće veze s rodnim ognjištem.

LITERATURA

1. Balta, I., Brazda, M. (1997). *Virovitičko-podravska županija, priručnik za nastavu*. Školska knjiga.
2. Boroš, M. (2015). *Demogeografski aspekti regionalnog razvoja Virovitičko-podravske županije*. Prirodoslovno-matematički fakultet Sveučilišta u Zagrebu, str. 21.
3. Calvo, R.; Zheng, Y.; Kumar, S.; Olgiati, A.; Berkman, L. (2012). Well-Being and Social Capital on Planet Earth: Cross-National Evidence from 142 Countries. *Social Capital and Subjective Well-Being*, 7(8), str. 1-10. doi: 10.1371/journal.pone.0042793
4. Deklaracija o prometnoj izoliranosti Virovitičko-podravske županije. pdf; <http://vpz-hr.s3-eu-west-1.amazonaws.com/wp-content/uploads/2013/10/23084111/02-> , pristupljeno 20.3.2023.

5. Državni zavod za statistiku. Migracija stanovništva Republike Hrvatske. Zagreb. <http://www.dzs.hr/>, pristupljeno 3.4.2023.
6. Falk, I. (2000). *Adult Learning Australia*. Adult Learning Commentary, No 28.
7. Golub, B. (2004). *Hrvatski znanstvenici u svijetu. Socijalni korijeni u prostoru i vremenu*. Institut za društvena istraživanja Sveučilišta u Zagrebu.
8. Grootaert, Ch., Van Bastelar, T. (2002). *Understanding and Measuring Social Capital: A Multi-disciplinary Tool for practitioners*. The World Bank.
9. <https://lokalni.vecernji.hr/zupanije/brza-cesta-do-zagreba-kljuc-je-gospodarskog-razvoja-zupanije-21817>, pristupljeno 20.3.2023.
10. https://www.dzs.hr/hrv/censuses/census2011/results/htm/H01_01_01/H01_01_01.html, pristupljeno 21.3.2023., str. 64
11. Ivlevs, A. (2015). Happy moves? Assessing the link between life satisfaction and emigration intentions. University of the West of England, Bristol UK and IZA in Bonn, Germany.
12. Jurić, T. (2017). Suvremeno iseljavanje Hrvata u Njemačku: karakteristike i motivi. *Migracijske i etničke teme*, 33 (3): 337-371. doi.org/10.11567/met.33.3.4
13. Mc Williams, D. (2009). *Papina djeca – nova irska elita*. Algoritam, str. 31.
14. Mikinac, J. (2020). Recentni demografski krah Slavonije pod teretom emigracije. U: Josipa Mijoč, Marin Sopta, Tanja Trošelj Miočević, (ur.), *Hrvatska izvan domovine III. Zbornik radova predstavljenih na trećem hrvatskom iseljeničkom kongresu u Osijeku*, str. 123.-134.
15. Radić, S. (1904). *Modrena kolonizacija i Slaveni*. Matica Hrvatska, str. 337.
16. Rajić, N. (2020). Obujam i obilježja posljednjeg iseljeničkog vala mladih iz Hrvatske. U: Josipa Mijoč, Marin Sopta, Tanja Trošelj Miočević, (ur.), *Hrvatska izvan domovine III. Zbornik radova predstavljenih na trećem hrvatskom iseljeničkom kongresu u Osijeku*, 79.-88. str 79.
17. Savić, Z.; Pipp, P.; Zubak, D.; Hanzl, Ž.; Pađen, Ž.; Peter, T.; Akrap, A.; Ivanda, K. (2019). *Županije – razvojna raznolikost i gospodarski potencijal*. Hrvatska gospodarska komora.
18. Skoko, B. (2020). Društvena klima u Hrvatskoj kao razlog novog vala iseljavanja. U: Josipa Mijoč, Marin Sopta, Tanja Trošelj Miočević (ur.), *Hrvatska izvan domovine III. Zbornik radova predstavljenih na trećem hrvatskom iseljeničkom kongresu u Osijeku*, 25-31, str. 27.
19. Smičiklas, T. (1903). *Dom*. br. 10.
20. Strmota, M. (2020). Populacijska politika i državna uprava u RH – teorija i praksa. U: Josipa Mijoč, Marin Sopta, Tanja Trošelj Miočević, (ur.), *Hrvatska*

izvan domovine III. Zbornik radova predstavljenih na trećem hrvatskom iseljeničkom kongresu u Osijeku Hrvatska izvan domovine III. str. 67.-68. str. 77.

21. Tarle, T. (2020). Etička pitanja odselidbe stanovništva Hrvatske. U: Josipa Mijoč, Marin Sopta, Tanja Trošelj Miočević (ur.), *Hrvatska izvan domovine III. Zbornik radova predstavljenih na trećem hrvatskom iseljeničkom kongresu u Osijeku*, 199-207, str. 206.
22. Vuletić, G., Nikić, B. Lj., Erdeši, J. (2020). Kvaliteta života i namjera mladih visokoobrazovanih za iseljavanje iz zemlje. U: Josipa Mijoč, Marin Sopta, Tanja Trošelj Miočević (ur.), *Hrvatska izvan domovine III. Zbornik radova predstavljenih na trećem hrvatskom iseljeničkom kongresu u Osijeku*, 115-122, str. 116.
23. Župarić-Iljić, D. (2017). *Iseljavanje iz Republike Hrvatske nakon ulaska u Europsku uniju*. Institut za migracije i narodnosti Zagreb.

MIGRACIJSKO I IDENTITETSKO ISKUSTVO U KNJIŽEVNOM RADU DUNJE OZANIC

Pregledni rad

Ozana Ramljak

Sveučilište Vern'
Palmotićeve 82/1
ozana.ramljak@vern.hr

Katica Jurčević

Institut za istraživanje migracija
Trg Stjepana Radića 3
katica.jurcevic@imin.hr

Sažetak

Iseljavanje je bitno obilježilo sve hrvatske prostore pa tako i prostor kontinentalne Hrvatske. U tom se kontekstu kao osobit fenomen nametnuo onaj iseljeničke literature koja je nastajala kao kreativni odgovor na osobne poticaje, ali i na kontekst koji ju je odredio obiteljskim, emotivnim, duhovnim, socijalnim, intelektualnim i kulturološkim nasljeđem transferiranim u prostor useljenja, odnosom prema novoj zemlji koja je tek trebala postati vlastitom te traganjem za krhotinama svoga života, za slikama u kojima se isprepliću za borav i sjećanje, za bojama i mirisima koji blijede i iznova nastaju, za radanjem u novome i izborima u kojima se uspostavlja i artikulira vlastiti identitet u posve novoj situaciji psihološke i fizičke bilokacije. Životna i spisateljska priča hrvatsko-argentinske književnice Dunje Ozanic nudi mogućnost proučavanja izgradnje identiteta u situaciji iseljenja iz rodnog Zagreba u daleku Argentinu uslijed povijesnih, socioloških i političkih mijena na posve osobit način, način koji unutar pojmova iskorijenjenosti iz starog, domici nog prostora i usađivanja u novi prostor koji tek treba učiniti domom, uspostavlja harmoničan model koji umjesto očekivane hibridnosti, razlomljenosti, nestabilnosti nudi ravnotežu, suglasje i izgradnju novog identiteta u zahvalnosti i prihvaćanju; model koji nudi umnažanje identiteta kao održiv koncept. U radu će se, na temelju djela *Guenchen* Dunje Ozanic, istražiti kako se gradi novi identitet na temeljima staroga u harmoniji i nekonfliktnosti te kako se književno oblikuje kao postmoderni autobiografski tekst koji vješto isprepliće poeziju i prozu, svakodnevicu i filozofiju, faksijsko i fikcijsko, vođen samosvjesnom pripovjenom instancom, stvara literarno tkivo prepuštajući čitatelju odluku o načinu na koji će mu pristupiti.

Ključne riječi: migracije, književnost, identitet, Dunja Ozanic

MIGRATION AND IDENTITY EXPERIENCE IN DUNJA OZANIC'S LITERARY WORK

Abstract

Emigration has had a strong impact on all Croatian territories, including continental Croatia. In this context, emigrant literature has emerged as a special phenomenon, arising as a creative response to personal incentives, as well as to the context that influenced it in terms of family, emotional, spiritual, social, intellectual, and cultural heritage transferred to the area of immigration. It determined the attitude towards the new country that was yet to become one's own, and the search for fragments of one's own life, for images in which forgetting and remembering intertwine, for colors and smells that fade and reappear, for birth in a new environment and decisions in which one builds and articulates one's own identity in a completely new situation of psychological and physical bilocation. The life story as well as the writing experience of the Croatian-Argentinian writer Dunja Ozanic offers the possibility to examine in a specific way the construction of identity after the emigration from her hometown Zagreb to faraway Argentina due to historical, sociological, and political changes. This way of examining establishes, within the concept of uprooting from the old, domicile space and rooting in the new environment that has yet to become a home, a harmonious model that offers balance, harmony, and the construction of a new identity in gratitude and acceptance instead of the expected hybridity, fragmentation, and instability; a model that offers the multiplication of identities as a viable concept. Using Dunja Ozanic's literary work *Guenchen*, this paper examines how a new identity is built on the foundations of the old in harmony and non-conflict, and how it is literarily shaped as a postmodern autobiographical text that deftly weaves together poetry and prose, everyday life and philosophy, fact and fiction. Guided by a self-conscious narrative, this novel gradually creates a literary fabric, leaving the reader to decide how to approach it.

Keywords: migration, literature, identity, Dunja Ozanic

1. UVOD

Iseljavanje je bitno obilježilo sve hrvatske prostore. U razdoblju od šesnaestoga do polovine devetnaestoga stoljeća u prekomorske zemlje iselilo se tri-

naest tisuća Hrvata (Holjevac, 1967: 15), a tijekom povijesti najviše je hrvatskih iseljenika udomila Argentina. Iz europskih je zemalja samo u razdoblju od 1857. do 1930. godine u Argentinu uselilo tri i pol milijuna iseljenika, što Argentinu čini najeuropskijom zemljom Latinske Amerike (Kos-Stanišić, 2009: 141). Većina Hrvata došla je u glavni grad, Buenos Aires, no mnogi su se zaustavili i u Rosariu i Acebalu (Antić, 2002:157).

Počeci useljavanja sežu u prvu polovicu 18. stoljeća, a prvi dokumentirani podatci vezani su uz hrvatskog isusovca Nikolu Plantića, koji je rođen 1720. godine u Zagrebu. Na područje tadašnje Argentine došao je 1748. godine (Čizmić, Sopta, Šakić, 2005:160). Veći broj useljenika bilježi se zatim poslije 1848. te se povećava sve do 1918. Između 1918. i 1939. godine dolazi do drugog, mnogo brojnijeg iseljeničkog vala. Za razliku od prvih useljenika koji su uglavnom došli iz Dalmacije i Hrvatskog primorja, te u manjem broju iz Slavonije, u drugom iseljeničkom valu, između Prvog i Drugog svjetskog rata, uz iseljenike iz primorskih krajeva bilježe se i iseljenici iz Banovine, Like, Korduna, Slavonije, Srijema, Hercegovine i sjeverne Bosne.

Zbog tadašnjeg povijesno-političkog konteksta matične zemlje Hrvati su u prvom i drugom valu useljavanja u Argentinu bili različito registrirani, ne samo kao Hrvati, već i kao Austrijanci, Mađari, Slaveni, Dalmatinci, Jugoslaveni.⁶⁶

Pretpostavlja se da ih je uoči Drugog svjetskog rata bilo oko 155 000 (Čizmić, Sopta, Šakić, 2005:160).

Nakon Drugog svjetskog rata, između 1945. i 1956., slijedi treći iseljenički val, obilježen političkom emigracijom. Riječ je o iseljavanjima do kojih je došlo nakon raspada Nezavisne Države Hrvatske i Bleiburške tragedije, a njihova je specifičnost i činjenica da je, za razliku od dosadašnjih useljenika koji su bili seljaci, zidari ili radnici, ovaj put bila riječ o mahom visokoobrazovanoj strukturi koju su činili odvjetnici, liječnici, inženjeri, profesori, umjetnici, svećenici, političari i drugi (Cristian Šprljan, 2005, 91-92). Neki su od njih do Argentine došli posrednim putem, preko logora u Austriji i Italiji u kojima su privremeno bili smješteni (Antić, 2002:164.)

U rješavanju njihova statusa najvažniju je ulogu imao fra Blaž Štefanić, koji je u Argentinu došao 1939. kao hrvatski misionar, a na spašavanju hrvatskih izbjeglica iz Austrije, Njemačke i Italije radio je od 1946. godine. Naposljedku je

66 Za više podataka o useljavanju Hrvata u Argentinu vidi <https://hrvatiizvanrh.gov.hr/hrvati-izvan-rh/hrvatsko-iseljenistvo/hrvatsko-iseljenistvo-u-argentini/750> (pristupljeno 22. svibnja 2023.)

predsjednik Argentine general Juan Domingo Peron odobrio ulazak u Argentinu za 35 000 Hrvata⁶⁷.

Prva skupina Hrvata došla je u Argentinu 25. siječnja 1947. brodom Andrea Gritti. Hrvati su stizali u skupinama sve do kraja 1951., kada su ranije izdane dozvole iskorištene (Antić, 2002:164-167)⁶⁸.

Sredinom 20. stoljeća doseljavanje u Argentinu jenjava. Procjenjuje se da danas između 200 000 i 500 000 stanovnika ima barem jednog hrvatskog pretka. Zbog mnogobrojnosti u odnosu na druge narode koji su u većim razmjerima naselili Argentinu, prirodnog priraštaja i korištenja novog jezika, došlo je do postupne uspješne integracije hrvatskih doseljenika u novo društvo. Pretpostavlja se da je tome bitno pridonijela rimokatolička vjera, mediteranska kultura i tradicija koju su dijelili s Argentinom (usp. Vrljičak, 2011).

Iseljavanje kao trajna odrednica hrvatske povijesti nudi niz mogućnosti pristupa i proučavanja, a kao osobit fenomen pojavljuje se onaj iseljeničke literature koja je nastajala kao kreativni odgovor na osobne poticaje, ali i na kontekst koji ju je odredio obiteljskim, emotivnim, duhovnim, socijalnim, intelektualnim i kulturološkim nasljeđem transferiranim u prostor useljenja, odnosom prema novoj zemlji koja je tek trebala postati vlastitom te traganjem za krhotinama svoga života, za slikama u kojima se isprepliću zaborav i sjećanje, za bojama i mirisima koji blijede i iznova nastaju, za rađanjem u novome i izborima u kojima se uspostavlja i artikulira vlastiti identitet u posve novoj situaciji psihološke i fizičke bilokacije.

Godine 1948. na teretnom brodu Santa Cruz u Argentinu dolazi i Dunja Ozanic⁶⁹, kao četverogodišnja djevojčica, nakon lutanja po izbjegličkim kampovima Austrije, Italije i Njemačke. Njezina životna i spisateljska priča nudi mogućnost proučavanja izgradnje identiteta u situaciji iseljenja iz rodnog Zagreba u daleku Argentinu uslijed povijesnih, socioloških i političkih mijena na posve

67 Za više podataka o povijesnom hodogramu, usp. <https://hrvatiizvanrh.gov.hr/hrvatiizvan-rh/hrvatsko-iseljenistvo/hrvatsko-iseljenistvo-u-argentini/750> (pristupljeno 22. svibnja 2023.)

68 Za više podataka o iseljavanju u Južnu Ameriku preko procesa internacije koji se provodio preko različitih europskih zemalja i uključivao je tranziciju uz pomoć uglavnom društava povezanih uz različite humanitarne udruge i institucije Katoličke Crkve v. Antić, Lj. (1984). Pregled hrvatskih iseljeničkih društava u Južnoj Americi do Prvog svjetskog rata, Radovi zavoda za hrvatsku povijest, 17(1), str. 127-128., Sinovčić, M. (1991), Hrvati u Argentini i njihov doprinos hrvatskoj kulturi, Buenos Aires, Ivan Rogić i Ivan Čizmić, Modernizacija u Hrvatskoj i hrvatska odselidba, Institut Ivo Pilar, biblioteka Studije, knjiga 14, Zgreb, 2011.

69 Iako se u rijetkoj literaturi pojavljuju dva oblika prezimena, Ozanic i Ozanic, a u publicističkim izvorima i Ožanić, autorice su odlučile koristiti oblik Ozanic, prema hrvatskom izdanju knjige Guenechen (Ozanic, 2006).

osobit način, način koji unutar pojmova iskorijenjenosti iz starog, domicilnog prostora i usađivanja u novi prostor koji tek treba učiniti domom, uspostavlja harmoničan model koji umjesto očekivane hibridnosti, razlomljenosti, nestabilnosti nudi ravnotežu, suglasje i izgradnju novog identiteta u zahvalnosti i prihvaćanju; model koji nudi umnažanje identiteta kao održiv koncept.

2. ISELJENIŠTVO, IDENTITET I SAMOODREĐENJE

Identitet shvaćen kao pojam koji u temelju ima neku vrstu istosti od koje „se sastoji esencijalno ‘biće’ identiteta“ (Martin, 2008:135), čije je buđenje posljedica svojevrsne „dekonstrukcije zajednice“ (Kaufmann, 2006:14) u fokusu je promišljanja različitih disciplina. Pitanje identiteta kao psihološko, filozofsko, ali i povijesno, društveno i kulturno pitanje⁷⁰, osobitu važnost ima u iseljeničkom kontekstu koji već po definiciji uključuje potrebu samoodređenja u promijenjenim okolnostima. Identitet u ovom kontekstu korespondira s pojmovima nestabilnosti, hibridnosti, ambivalencije, mimikrije, međukulturnosti, *trećeg prostora* (Bhabha, 2000), dislokacije kao generatora iskorijenjenosti. Identiteti su više „proizvodi označavanja razlika i isključivanja, nego što su znak jednog identičnog, prirodno konstituiranog jedinstva“ (Hall, 2006:361), te se bitno naslanjaju na, najčešće nedovoljno vjerodostojno, pamćenje koje može biti osobno ili posredovano kroz generacije⁷¹. A upravo se to pamćenje može smatrati temeljem izgradnje identiteta koji nadrasta i nadilazi prostor već i zbog same činjenice da migracijom prostor postaje „decentriran i rasprsnut na višestruke miljee“ (Fortier 2008: 239). No, iako se iseljenička pozicija ne može promišljati bez uključivanja memorije, riječ je o konstruktivnom bez čvrstog obrasca koji „se bitno naslanja na konstrukt u kojem je isprepleteno pamćenje i zaborav, na matricu koja je satkana od emocijom ili vremenom posredovane memorije naslonjene na osobno, na selektivnu platformu koja je svjesnim, ali još više nesvjesnim, odabirom stvorila naizgled stabilan sustav u nestabilnom kontekstu i učinila ga živim i potentnim elementom kreiranja sadašnjosti koja je izmjestila subjekt u novi fizički, kulturni, ekonomski, politički i duhovni prostor“ (Jurčević, Ramljak, Bota, 2020:803). Nesigurnost u od-

70 O promišljanjima o identitetu u kontekstu suvremenih humanističkih i društvenih teorija više v. u George Herbert Mead, Erving Goffman, Anselma Straussa ili Howarda Beckera, Kaufman, Kalanj, Tap, Sciolla, Akeel Bilgramij, Samuelu P. Huntington, Frederik Barthes, Hall.

71 O pojmu posredovane memorije kao temeljnom pojmu koji sudjeluje u kreiranju iseljeničkog identiteta v. u Iseljenička književnost kao književnost posredovane memorije: terminološka promišljanja (Jurčević, Ramljak, Bota, 2020)

govoru na latentno pitanje tko sam često ostaje zaustavljeno u međuprostoru između zemlje odlaska i zemlje dolaska, između prošlosti i budućnosti, između dvaju jezika, dviju stvarnosti. „Statična i esencijalna pozicija zamjenjuje se aktivnom i egzistencijalnom te samim time otvorenom višestrukosti i bitno nestabilnom.“ (Jurčević i sur., 2020:803)

No, transfer obilježen obiteljskim, emotivnim, duhovnim, socijalnim, intelektualnim i kulturološkim nasljeđem iz zemlje koja je dom u zemlju koja tek treba postati domom, traganje za krhotinama vlastite povijesti, za slikama u kojima se isprepliću zaborav i sjećanje, za bojama i mirisima koji blijede i iznova nastaju, za rađanjem u novome i izborima u kojima se uspostavlja i artikulira vlastiti identitet u posve novoj situaciji psihološke i fizičke bilokacije ne mora nužno rezultirati rasutim sudbinama i raspršenim identitetima.

Prema Metzeltinu i Wallmannu (2010:70-77), individualni identitet osobe složena je višeslojna struktura unutar koje osoba može izgraditi višestruke identitete koji koegzistiraju.

Metzeltin i Wallmann uvode pojam integrirajućeg identiteta, u kojem pojedinac, uz postojeći, razvija još jedan identitet koji integrira elemente obaju identiteta u novi, jedinstveni. Mnogi se iseljenici prepoznaju u ovoj identitetskoj matrici, a nije rijedak slučaj da se ona uspostavlja i u književnosti. Druga je mogućnost oblikovanje dualističkog identiteta koji je sličan integrirajućem, ali koji se gradi bez potpunog ispreplitanja i ujedinjenja, odnosno kao supostojanje dvaju identiteta koji usporedno egzistiraju. Dualistički često rezultira sukobima s okolinom, ali i sa samim sobom. Povoljno razrješenje bila bi transformacija dualističkoga u integrirajući, nekonfliktni identitet (usp. Metzeltin, Wallmann 2010:74f.)⁷²

Suvremeni pristup hibridizaciji identiteta u kontekstu migracija također uključuje mogućnost nastanka novih identitetskih modela koji pretpostavljaju da pojedinci u modernim društvima imaju na raspolaganju različite identitete (Müller 2011: 50) koji ne moraju biti u konfliktu.

Upravo unutar takve matrice svoj osobni i književni identitet gradi Dunja Ozanic.

72 Za pregled ključnih djela koja se bave istraživanjem identiteta od Freuda, preko Eriksona i Meada do Adorna, Habermasa, Foucaulta i Bhabhe, v. Jörisen/Zirfas (2010.).

3. DJELOVANJE DUNJE OZANIC

Rijetka literatura⁷³ koja spominje Dunju Ozanic govori o kulturnoj djelatnici, učiteljici, slikarici i književnici, autorici lirske proze *Guenechen*, objavljene u prijevodu Ariane Švigir u Zagrebu, u izdanju Mozaik knjige (2006.) te proznog djela *Ponovno rođenje* i zbirke pjesama *Samoća* koje su objavljene u Argentini. Rođena je u Zagrebu 21. svibnja 1944. godine, no s roditeljima je morala napustiti Hrvatsku te se u dobi od četiri godine, 1948., doselila u Argentinu, u Buenos Aires. Doputovala je na teretnjaku Santa Cruz, pod panamskom zastavom, na palubi broda koji se usidrio u Rio de la Plati i tu započela novi život. Osobit je trag ostavila kao promicateljica hrvatske kulture u Argentini, zauzimajući se za objavljivanje djela hrvatskih pisaca i poticanje međukulturne suradnje. Umrla je u Buenos Airesu 9. prosinca 2007. godine.

U djelu *Guenechen* progovara o vlastitoj iseljeničkoj sudbini, ali i daje glas svakoj pojedinoj iseljeničkoj poziciji, progovara o iskorijenjenosti i ukorijenjenosti, o izgradnji identiteta u potpunoj harmoniji kroz iskustvo koje je umjesto fluidnošću, nesigurnošću, rasutošću, čak i traumom rezultiralo spokojnom ravnotežom, nekonfliktnim umnažanjem identiteta, suglasjem u dvojnosti, prihvaćanjem dviju domovina u ljubavi i kršćanskoj zahvalnosti.

3.1. *Guenechen*

Guenechen je (Ozanić, 2006.) posve osebujno djelo, hibridno književno ostvarenje u kojem se isprepliću poezija i proza, strukturno sastavljeno od dvaju dijelova od kojih je prvi, napisan 1996. godine, priča o odrastanju djevojčice kojoj govori njezin anđeo promišljajući i osvješčujući sve one točke koje spajene čine život, dok drugi, napisan 1998., pripada sjećanju i iskustvu odrasle, zrele žene. *Guenechen* je poseban „jer je isječak života, jer je golo iskustvo, jer je krik zahvalnosti prema zemlji posvojiteljici i nezaboravna ljubav prema rodnoj grudi.“ (Soria, 2006:9), ali i zbog svog stila koji s lakoćom prelazi „s gotovo

73 Biografska crtica o Dunji Ozanic (s oblikom prezimena Ozanic) može se pročitati u Leksikonu hrvatskog iseljeničtva i manjina (Šakić V. i Lj. Dobrovšak (ur.) (2020). Leksikon hrvatskog iseljeničtva i manjina, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar i Hrvatska matica iseljenika), spominje ju Željka Lovrenčić (Lovrenčić, Ž. (2012). Tko tvori hispanističku croaticu. dostupno na <http://www.matica.hr/vijenac/470/Tko%20tvori%20hispanisti%C4%8Dku%20Croaticu/>, pristupljeno 25. svibnja 2023.), Vesna Kukavica u nekrologu (Kukavica, V., Matica, 58(2008) 1, 38; <http://www.culturenet.hr/default.aspx?id=14841> (pristupljeno 20. travnja 2009.), te rijetke novine (<https://www.index.hr/vijesti/clanak/preminula-knjizevnica-dunja-ozanic/367722.aspx>, pristupljeno 25. svibnja 2023.; <https://ezadar.net.hr/kultura/2610611/preminula-knjizevnica-dunja-ozanic/>, pristupljeno 25. svibnja 2023. i dr.)

novinske priče na osobno promišljanje i, u jednom skoku, u filozofske dubine“ (Soria, 2006:9).

Riječ je o ispovjednoj književnosti, autobiografskom tekstu s minimalnim brojem događaja, ali s puno boja, mirisa i misli, razmatranja pojmova koje smatra konstitutivnima u (re)konstrukciji vlastite životne priče. Jer to autobiografija i je – „retrospektivni prozni tekst kojim neka stvarna osoba pripovijeda vlastito življenje, naglašavajući svoj osobni život, a osobito povijest razvoja svoje ličnosti“ (Lejeune, 1999:202). Pa iako netipično za ovaj žanr, pripovjedač nije jedinstven, ponekad je, a ponekad nije u prvom licu, autoreferencijalnost je zagarantirana, a pripovjedač osviješten, prisutan te uvijek iznova ukazuje na vlastito postojanje, prikazujući se pouzdanim i vjerodostojnim, dok istovremeno sam ukazuje na postupak izbora, na dopisivanje, na konstrukt.

Naslov *Guenechen* riječ je na koju je autorica naišla prije nego što je započela s pisanjem svog ispovjedno-refleksivnog djela te za koju je kasnije saznala da na jeziku mapuche⁷⁴ znači najviše dobro, Bog, vrhovno božanstvo. Ugradila ju je kao simbol vlastitog odnosa prema životu i stvaranju te utkala u osobni kršćanski svjetonazor i književnost. A kao što je čest slučaj u iseljeničkoj književnosti i ona je propitivanje i izgradnju identiteta postavila u temelje svoje proze. Tako se, kao nosivo, u njezinom djelu postavlja pitanje tko sam i zašto sam tu.

„Godine tisuću devetsto četrdeset i osme, u ožujku, dana dvadeset i devetog, na teretnjaku Santa Cruz, pod panamskom zastavom, tvoja malena osoba od samo četiri godine stiže u ovaj mitski kraj: kraj što su ga u davno doba, u kojem tvoje pamćenje nije prisutno preko uspomena, ali čuva kroz vrijeme povijesne priče pročitane tijekom godina učenja, španjolski osvajači što su doplovili do ovih obala okoristili dugim i čudnovatim imenom La Trinidad y Puerto de la Santa Maria del Buen Ayre, kraj kojim je lutao Indijanac querandi.“ (Ozanic, 2006:17) I „tako je počela ljubavna priča s ovom zemljom koja već postaje tvoja domovina, jer, iako se nisi tu rodila, uranjaš u nju korijenje i ona te velikodušno prima presadnja je posve uspjela, tvoje se deblo uspravlja i raste, grane se sve više uzdižu ispunjavajući se novim izdancima i listićima...“ (Ozanic, 2006:43). Sjećanje na put koji je prošla preko Austrije, Njemačke i Italije ostalo je u tra-

74 Riječ je o jeziku Mapuche Indijanaca, koji pripada araukanskoj jezičnoj porodici. „Mapuche, najbrojnija skupina južnoamer. Indijanaca koji govore araukanskim jezikom. Obitavaju u Čileu, j od rijeke Bío-Bío. O. 250 – 300 000 pripadnika, danas ugl. nastanjenih u rezervatima. Prije dolaska španj. osvajača nisu uspjeli razviti snažniju drž. organizaciju, nego su obitavali u neovisnim skupinama po manjim naseljima. Njihov otpor Španjalcima trajao je od XVI. do XVIII. st.; najslavniji vođa bio je Lautaro (XVI. st.). U XIX. st. M. se nastoje oduprijeti čil. vlasti. Postupno su pokoreni i smješteni u rezervate.“ (<https://proleksis.lzmk.hr/35943/>, pristupljeno 27. svibnja 2023.)

govima, u pojmovima „kao Salzburg, Murzzuschlag, Udine, Fermo, Rim, Napulj, Genova...jer grad u kojem si rođena ne pamtiš, život te otrgnuo odande dok si još bila dojenče...ali znaš da je Zagreb.“ (Ozanic, 2006:45) i pitanju „Koliko si privremenih domova imala?.. ne znaš, čak se ne usuđuješ pobrojiti ih, ne jer ne znaš, nego jer ne želiš“(Ozanic, 2006:25). Sjećanja se isprepliću, njezino, obiteljsko koje postaje njezino, požutjele fotografije koje kao da imaju vlastito sjećanje, boje, mirisi, pjesme, žubor vode, majka koja „pjeva pjesme iz svoga zavičaja, koje si od tolika slušanja naučila i do danas su s tobom“ (Ozanic, 2006:39). Pamćenje je temeljni identitetski stup. Na njega se može nasloniti prihvaćanje, oko njega se može isplesti stari dom s novim domom, „mistično mjesto čežnje“⁷⁵ i stvarni prostor koji je dar prihvaćen sa zahvalnošću. „Naučila si cijeniti sjećanje... I već snatriš o danu kada ćeš doći u rodni grad, u očevo i majčino selo, i možda ćeš, iznova prolazeći tim putovima dotičući te točke na zemljovidu putnice.. u tom trajnom traganju za oživljenim sjećanjem, možda ćeš moći ponovno satakati staru povijest i onda je nikad nećeš pustiti da ode, jer premda si tako naučila živjeti, lutajući u potrazi za slobodom, mirom, kruhom... istina je da ti je uvijek nedostajala jedna karika.

Ali tvoja stara i nova povijest su ovdje, s tobom učvršćene kao to sidro koje je možda upalo u glib, i najvjerojatnije se nikad nećeš uspjeti odvojiti od svoje volje, jedino ako te otrgnu... (Ozanic, 2006: 45-46).

A povijest, bila ona opća ili osobna, određuju događaji, osobe, domovina i dom kao temeljno pripadanje, kao povezanost, kao prostor. Iskustvo, doživljaj i osjećaj prostora važna je identitetska odrednica, osobito u konstrukciji nacionalnoga identiteta u čemu se kao uvjet postavlja pretpostavka „da subjekti percipiraju važnost teritorijalne lokacije i povijesti za oblikovanje elemenata od kojih se sastoji njihov zajednički identitet“ (Martin, 2008: 136–137). U iseljeničkom konceptu, praznina između dvaju prostora, prostora iseljenja i prostora useljenja, između dva vremena, prošlog i budućeg, između kultura, ljudi, vrijednosti, može postati nestabilno polje konflikta u kojem identitet ostaje zatočen i trajno nepotpun. Ispisujući „pripovijest koja se vremenski upisuje između kraja onog strašnog Drugog svjetskog rata i posljednjih godina“ (Ozanic, 2006:13), ispisuje se osobna i opća iseljenička sudbina, dodatno obilježena društveno-povijesnim bremenom. Istovremeno se ispisuje i priča o traženju, izgradnji i oblikovanju „toga toliko žuđena identiteta“ (Ozanic, 2006:14), identiteta koji ne ostaje zagubljen u praznini, koji je uspješno može ispuniti ili barem premostiti, i koji ne treba štake da bi hodao uspravno. Njegova je harmoničnost moguća jer on urasta u argentinsko tlo, u zemlju

75 Maver. I. Savremena književnost slovenačke dijaspore u Kanadi. Sarajevske Sveske br. 45-46. prevela s engleskog Kanita Halilović na <http://sveske.ba/en/content/savremena-književnost-slovenacke-dijaspore-u-kanadi> (pristupljeno 25. svibnja 2023)

koja postaje domom, on posvaja njezine okuse, mirise i boje, ali čuva i zrak, sunce, planine, rijeke i modrinu mora zemlje predaka, čuva „trinaest stoljeća povijesti jednog prostora, nastanjena ljudima zajedničke sudbine“ (Ozanic, 2006:104). I stoga „... podijeljena nadvoje... izabireš obje, jer obje su tvoje, obje su ti dale sve što jesi, objema pripadaš...“ (Ozanic, 2006:105). Potencijalna nestabilnost subjekta time se dokida, a identitet najprije intuitivno, a zatim i posve osviješteno, umnaža.

4. ZAKLJUČAK

Dunja Ozanic u svojem je autobiografskom književnom tekstu *Guenchen* osvjedočila iseljenički život ispisan iz pozicije ljubavi i zahvalnosti prema „obećanoj zemlji Argentini“, ali odiše ujedno mističnom ljubavlju prema Hrvatskoj koju je s obitelji prisilno napustila i koju posredovanom memorijom pamti i zadržava kao konstitutivni dio sebe. U prozno tkivo ugrađujući stihove, u ispovijed refleksiju, u vlastiti glas glasove predaka, povezujući sadašnjost i prošlost, upijajući okuse, boje i mirise postaja svoga života, istinito, tužno i snažno, traži odgovore na pitanja o vlastitom identitetu i vlastitoj pripadnosti. Progovara zrelo o tradicionalnim vrijednostima, obitelji, naciji, privrženosti domu, žrtvi, samoprijegoru, religioznosti. Pozicionira se u kontekst koji ju je odredio obiteljskim, emotivnim, duhovnim, socijalnim, intelektualnim i kulturološkim nasljeđem transferiranim u prostor useljenja, odnosom prema novoj zemlji koja je odlukom, prihvaćanjem i zahvalnošću, postala vlastitom, te traganjem za krhotinama svoga života, za slikama u kojima se isprepliću zaborav i sjećanje, za bojama i mirisima koji blijede i iznova nastaju, za rađanjem u novome i izborima, uspostavlja i artikulira vlastiti identitet u posve novoj situaciji psihološke i fizičke bilokacije. Jedna od temeljnih tema iseljeničke književnosti, potraga za identitetom, tako se razrješava na posve osobit način, način koji unutar pojmova iskorištenosti iz starog, domicilnog prostora i usađivanja u novi prostor koji tek treba učiniti domom, uspostavlja harmoničan model koji umjesto očekivane hibridnosti, razlomljenosti, nestabilnosti, nudi ravnotežu, suglasje i izgradnju novog identiteta u zahvalnosti i prihvaćanju; model koji nudi umnažanje identiteta kao održiv koncept.

LITERATURA

1. Antić, Lj. (1984). Pregled hrvatskih iseljeničkih društava u Južnoj Americi do Prvog svjetskog rata, *Radovi zavoda za hrvatsku povijest*, 17(1)
2. Antić, Lj. (2002). Hrvati i Amerika, str. 157. Antić, Ljubomir, Hrvati i Amerika, Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada, Hrvatska matica iseljenika
3. Bhabha, H. (2000). *Die Verortung der Kultur*. Tübingen: Stauffenburg Verlag
4. Čizmić, I., Sopta, M. i Šakić, V. (2005). *Iseljena Hrvatska*, Zagreb: Golden marketing Tehnička knjiga
5. Hall, S. (2006). Kome treba 'identitet'?, u: Duda, D. (ur.). *Politika teorije, zbornik rasprava iz kulturalnih studija* (prir. Dean Duda), Zagreb: Disput, str. 357-374
6. Holjevac, V. (1967). *Hrvati izvan domovine*, Zagreb: Matica hrvatska
7. Jurčević, K., Ramljak, O. i Bota, I. (2020). Iseljenička književnost kao književnost posredovane memorije: terminološka promišljanja, u Perić-Kaselj, M. (ur.), *Migracije i identitet: kultura, ekonomija, država*. Zagreb: IMIN, str. 801-807
8. Kaufmann, J-C (2006.) *Iznalaženje sebe. Jedna teorija identiteta*, Zagreb: Antibarbarus
9. Kalanj, R. (2008.) Teorijsko suočavanje s izazovom identiteta, u ur. Ivan Cifrić, I. (ur.). *Relacijski identiteti. Prilozi istraživanju identiteta hrvatskog društva*, Zagreb: Hrvatsko sociološko društvo, str. 17–52
10. Kos-Stanišić, (2009). L. Latinska Amerika – povijest i politika, Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga
11. Kukavica, V. (2008). Nekrolog, Zagreb: Matica, 58(2008) 1, 38
12. Lejeune, P. (1999). Autobiografski sporazum, u: Milanja, C. (ur.). *Autor, pripovjedač, lik /zbornik/*, Osijek: Svjetla grada, str. 201-236
13. Lovrenčić, Ž. (2012). Tko tvori hispanističku Croaticu, <http://www.matica.hr/vijenac/470/Tko%20tvori%20hispanisti%C4%8Dku%20Croaticu/> (pristupljeno 25. svibnja 2023.)
14. Martin, J. (2008.) Identitet u: Atkinson, D. et.al. (ur.). *Kulturna geografija – Kritički rječnik ključnih pojmova*. Zagreb: Disput, str. 135–143.
15. Metzeltin, M., Wallmann T. (2010), *Wege zur europäischen Identität. Individuelle, nationalstaatliche und supranationale Identitätskonstrukte*, Berlin: Frank & Timme Verlag
16. Maver, I. Savremena književnost slovenačke dijaspore u Kanadi. Sarajevske Sveske br. 45-46. prevela s engleskog Kanita Halilović na <http://sveske.ba/en/content/savremena-knjizevnost-slovenacke-dijaspore-u-kanadi> (pristupljeno 25. svibnja 2023)

17. Ozanic, D. (2006). Guenechen, Zagreb: Mozaik knjiga
18. Sinovčić, M. (1991), Hrvati u Argentini i njihov doprinos hrvatskoj kulturi, Buenos Aires
19. Soria, A. (2006). Predgovor u: Ozanic, D. (2006). Guenechen, Zagreb: Mozaik knjiga
20. Rogić I., Čizmić, I. (2011). Modernizacija u Hrvatskoj i hrvatska odselidba, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar
21. Šakić V, Dobrovšak, Lj. (ur.) (2020). Leksikon hrvatskog iseljništva i manjina, Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar i Hrvatska matica iseljenika
22. Šprljan, C. (2005). Život u Córdobi u: Kukavica, V. (ur.). *Hrvatski iseljenički zbornik*. Zagreb: Hrvatska matica iseljenika, str. 86-105.
23. Vrljičak, C. (2011). Hrvati u Argentini, Buenos Aires: Krivodol Press

MREŽNE STRANICE:

1. <https://hrvatiizvanrh.gov.hr/hrvati-izvan-rh/hrvatsko-iseljenistvo/hrvatsko-iseljenistvo-u-argentini/750> (pristupljeno 22. svibnja 2023.)
2. <http://www.culturenet.hr/default.aspx?id=14841> (pristupljeno 20. travnja 2009.) <https://www.index.hr/vijesti/clanak/preminula-knjizevnica-dunja-ozanic/367722.aspx> (pristupljeno 25. svibnja 2023.)
3. <https://ezadar.net.hr/kultura/2610611/preminula-knjizevnica-dunja-ozanic/> (pristupljeno 25. svibnja 2023.)
4. <https://proleksis.lzmk.hr/35943/> (pristupljeno 27. svibnja 2023.)

STRANI RADNICI U HRVATSKOJ: PRIMJER VIROVITIČKO-PODRAVSKE ŽUPANIJE

Stručni rad

Ivana Vidak

Veleučilište u Virovitici
Matije Gupca 78
ivana.vidak@vuv.hr

Martina Kovačević

Veleučilište u Virovitici
Matije Gupca 78
martina.kovacevic@vuv.hr

Barbara Golub

Veleučilište u Virovitici
Matije Gupca 78
barbara.golub@vuv.hr

Sažetak

U radu će se analizirati tržište rada u Republici Hrvatskoj s posebnim naglaskom na stranu radnu snagu u Virovitičko-podravskoj županiji s obzirom na to da je cjelokupno hrvatsko tržište u stalnoj potrazi za novom radnom snagom. Gospodarstvo Republike Hrvatske nakon ulaska u Europsku uniju suočeno je s ogromnim odljevom radne snage, naročito u području zdravstva i graditeljstva, čime je povećana potreba za stranom, a često jeftinijom radnom snagom. Analizirane su sadašnje karakteristike hrvatskog tržišta, broj zaposlenih, broj slobodnih radnih mjesta, kao i udio nezaposlenih. Također, dat je presjek pojmova vezanih uz migracije, kao i zakonskih okvira i rad agencija za zapošljavanje. Na primjeru Virovitičko-podravске županije analizirani su konkretni pokazatelji za određeno razdoblje 2022. godine koji su uključivali: iz kojih stranih zemalja radna snaga stiže, u kojem je broju tražena, u kojem se sektoru zapošljava te na koje razdoblje. Analizom sekundarnih podataka, cilj istraživanja bio je prikazati karakteristike prosječnog stranog radnika na području Virovitičko-podravске županije (izrada profila stranog radnika). Svrha rada bila je ukazati da u prostortržišta rada Virovitičko-podravске županije ulazi nova radna snaga s drugačijim karakteristikama nego što je to domicilna i da će to u budućnosti postati sve veći izazov i za poslodavce i za radnike.

Ključne riječi: migracije, strana radna snaga, interkulturalna komunikacija, Virovitičko-podravska županija

FOREIGN WORKERS IN CROATIA: THE EXAMPLE OF VIROVITICA-PODRAVINA COUNTY

Abstract

This paper analyzes the labor market in the Republic of Croatia with special reference to the foreign workforce in Virovitica-Podravina County, as the entire Croatian labor market is constantly in search of new workers. After joining the European Union, the economy of the Republic of Croatia faced a huge outflow of labor, especially in the healthcare and construction sectors, increasing the need for foreign labor, which is often cheaper. This paper analyzes the current characteristics of the Croatian labor market, the number of the employed, the number of vacancies, and the percentage of the unemployed. In addition, an overview of the concepts related to migration is given, as well as the legal framework and the activities of employment agencies. Using Virovitica-Podravina County as an example, specific indicators in a given period are analyzed, including countries of origin of imported labor, the amount of labor needed, in which sector they are employed, and for how long. Through the analysis of secondary data, the characteristics of the average foreign labor force in Virovitica-Podravina County are studied.

Keywords: migration, foreign labor, intercultural communication, Virovitica-Podravina County

1. UVOD

U radu će se dati pregled temeljnih pojmova vezanih uz tržište rada u Republici Hrvatskoj, pojmova vezanih uz stranu radnu snagu, njihove karakteristike te pojam migracije. Poseban ćedio biti o stranoj radnoj snazi na području Virovitičko-podravске županije te će se izraditi na temelju njihovih karakteristika profil stranog radnika. Na temelju prikazanog prosječnog stranog radnika u Virovitičko-podravskoj županiji ukazuje se i na kulturološke razlike između Hrvatske i Nepala. Unutar zaključka dane su preporuke za daljnja istraživanja.

Cilj je rada utvrđivanje profila stranog radnika u Virovitičko-podravskoj županiji, a da bi se ostvario cilj, postavljena su pitanja pomoću primarnog kvantitativnog istraživanja agenciji za posredovanje pri privremenom zapošljavanju koja su se ticala demografskih pokazatelja države odakle dolaze, demografskih obilježja (spol, godine), razine obrazovanja, djelatnosti u kojoj su

zaposleni sukladno NKD-u te radnog statusa, a sve sa svrhom ukazivanja na promjene na tržištu rada.

Što se tiče već provedenih istraživanja na temu stranih radnika u Hrvatskoj, svega ih je nekoliko. Horvat (2021) u svom radu „Važnost stranih radnika za razvoj gospodarstva u Varaždinskoj županiji“ bavi se analizom stranih radnika u 2019. i 2020. godini u Varaždinskoj županiji, s naglaskom njihove inkluzije u društvo te njihovim radom u prehrambenoj, obučarskoj, tekstilnoj i farmaceutskoj industriji. Šijaković (2019) u svom radu

„Zaštita na radu i strani radnici u RH“ bavi se sigurnošću na radu stranih radnika gdje zaključuje da se radna okolina u koju dolazi strani radnik nalazi pred izazovom koji donosi integracija u već uhodano radno okruženje i koja je često obilježena nizom barijera, a da se kao najčešće barijere u integraciji stranih radnika, a iz kojih proizlazi povećani rizik za njihovo zdravlje i sigurnost na radu, navode jezične i kulturološke razlike. Autori Krišto, Kovač i Šijaković (2018) u predavanju „Sigurnost i zaštita zdravlja stranih radnika – uloga stručnjaka zaštite na radu“ govore o pravima stranih radnika i obvezama poslodavaca u području sigurnosti i zaštite zdravlja na radu te ulozi stručnjaka zaštite na radu u provedbi zakonskih obveza, a s obzirom na aktualne trendove. Starija istraživanja iz 2012. i 2013 govore o općim migracijskim temama te su tako 2012. godine Čačić-Kumpes, Gregurović i Kumpes za potrebe rada „Migracija, integracija i stavovi prema imigrantima u Hrvatskoj“ proveli istraživanje potaknuto pretpostavkom da će pristupanjem Europskoj uniji u Hrvatskoj doći do promjene migracijskog obrasca, tj. da će se postupno povećavati priljev stranih radnika, što će nametnuti pitanje njihove integracije u hrvatsko društvo. Božić, Kuzmanović i Barada (2013) su u radu „Strani radnici u Hrvatskoj: porijeklo, status, orijentacije“ istraživanjem utvrdili osnovne demografske karakteristike stranih radnika, njihovo geografsko porijeklo, način i razloge dolaska i osnovne trendove u pogledu njihove socijalne isključenosti i diskriminacije te trajnosti migracijskoga procesa te su dobiveni uvidi u društvene veze i kontakte stranih radnika u Hrvatskoj, kontakte s rođacima i prijateljima u drugim zemljama te životne planove i orijentaciju imigranata.

Iz pregleda dostupne znanstveno-stručne literature vidljiv je nedostatak proučavanja stranih radnika u Virovitičko-podravskoj županiji, kao i nepostojanje prikaza profila stranog radnika na temelju karakteristika koje su analizirane, stoga se doprinos ovog rada ogleda u prikazu profila stranog radnika u spomenutoj županiji.

2. PREGLED TRŽIŠTA RADA U REPUBLICI HRVATSKOJ I VIROVITIČKO-PODRAVSKOJ ŽUPANIJI

„Tržište rada skupni je naziv za informacije o tržištu rada kojima mogu pristupiti učenici, studenti, nezaposlene osobe ili bilo koji drugi korisnici kojima je potrebna podrška u procesu donošenja odluke o izboru karijere.“⁷⁶

„Tržište rada u konačnici je mjesto gdje se možda i najbolje može procijeniti stanje nacionalnoga gospodarstva jer je cilj svake ekonomije blagostanje njezinih građana, odnosno što viši doseg životnog standarda. Iz nekih značajki tržišta rada ujedno se može iščitati (ne)kompatibilnost s obrazovnim sustavom koji bi trebao biti instrument njegova unapređenja, odnosno unapređenja cjelokupne nacionalne ekonomije. Trenutno stanje hrvatskog tržišta rada otkriva dosta nepovoljnu strukturu, ali i nezadovoljavajuću dinamiku promjena, i kada se uspoređujemo s ostalim članicama EU-a, i kada se uspoređujemo sami sa sobom u vremenskoj dinamici. Usporedi li se aktualno stanje osnovnih značajki hrvatskoga tržišta rada sa stanjima pokazatelja tržišta rada ostalih članica Europske unije, činjenice govore da se Hrvatska nalazi među trima najlošije rangiranim članicama prema sedam osnovnih pokazatelja tržišta rada (ibid): stopi nezaposlenosti, stopi zaposlenosti, stopi aktivnosti stanovništva, udjelu dugotrajno nezaposlenih, udjelu vrlo dugotrajno nezaposlenih, prosječnom trajanju duljine radnog vijeka te stopi nezaposlenosti mladih.“⁷⁷

Prema EURES⁷⁸-ovim podacima Hrvatska je europska država srednje veličine, zemljopisno smještena na prijelazu iz srednje u jugoistočnu Europu. „Hrvatska je podijeljena na četiri NUTS regije: Panonsku Hrvatsku, Jadransku Hrvatsku, Grad Zagreb i sjevernu Hrvatsku. Prema popisu stanovništva 2021. godine, Hrvatska je imala 3.888.529 stanovnika. Na temelju ankete radne snage procjenjuje se da je u trećem kvartalu 2021. godine broj stanovnika radnedobi (starih 15 i više godina) iznosio 3.508.000, a broj zaposlenih 1.705.000. Stopa nezaposlenosti u trećem kvartalu 2021. godine iznosila je 6,3 %. U 2021. godini došlo je do snažnog gospodarskog oporavka nakon krize povezane s pandemijom. Procjenjuje se da je rast realnog BDP-a u 2021. godini iznosio oko 10 %. Prosječna neto plaća isplaćena u 2021. godini iznosila je 7 129 kuna

76 Tržište rada <https://cisok.hr/usluge-u-cisok-centrima/informacije-o-trzistu-rada/> (23.4.2023.)

77 Tržište rada u Hrvatskoj – nezaposlenost mladih, obrazovanje, radni vijek <https://www.hgk.hr/documents/trziste-rada-nezaposlenost-mladih-obrazovanje-radni-vijek-final-12201557b6ebf8a8c13.pdf> (23. 4.2023.)

78 Službene internetske stranice Europske unije https://eures.ec.europa.eu/living-and-working/labour-market-information/labour-market-information-croatia_hr (25.4.2023.)

(938 EUR), a u 2022. godini 7 653 kuna (1015,73 EUR).⁷⁹ Potrebe tržišta rada u Hrvatskoj analizira Hrvatski zavod za zapošljavanje. Tržište radaobilježeno je nedostatkom radnika u nekim zanimanjima, što je dijelom posljedica iseljavanja u druge države članice Europske unije. „Na nacionalnoj razini najviše nedostaju radnicisljedećih zanimanja:

- zidar, tesar, armirač, betonirac, zavarivač, fasader, monter građevinskih elemenata, rukovatelj građevinskim strojevima, klesar, rukovatelj kranom, stolar, radnik visokogradnje, radnik niskogradnje, monter cjevovoda, soboslikar i ličilac, krovopokrivač, vodoinstalatler, elektroinstalatler, instalater grijanja i klimatizacije, hidroizolater, monter metalnih konstrukcija, polagač keramičkih pločica, podopolagač, izolater, limar, bravar, elektromonter, električar održavanja
- vozač teretnog vozila, vozač teretnog vozila s prikolicom, automehaničar, autolakirer, autolimar
- kuhar nacionalne kuhinje, mesar, pekar, slastičar
- programer, dizajner korisničkog sučelja, sistemski administrator.

Na nacionalnoj se razini teško zapošljavaju radnici sljedećih kvalifikacija: fotograf, ekonomist, poslovni tajnik, upravni referent, grafički tehničar, ekološki tehničar, modni tehničar i hotelijersko-turistički tehničar.⁸⁰

Prema zadnjim podacima dostupnim iz 2022. godine koje je izradio Hrvatski zavod zazapošljavanje, Područnog ureda Virovitica⁸¹, prosječna stopa nezaposlenosti za Virovitičko-podravsku županiju iznosi 14,8 %, što ukazuje na tendenciju pada nezaposlenosti u odnosu na 2020. godinu kad je ona iznosila 18,1 %. Statistički gledano, žene čine 56,7 % nezaposlenih, 16 % su to osobe starosti od 55 do 59 godina te su to najčešće osobe sa završenom srednjom školom do 3 godine (31,6 %), dok je najveći postotak nezaposlenih u gradu Virovitici (25,61 %).

79 Prosječna mjesečna isplaćena neto plaća i prosječna mjesečna bruto plaća po zaposlenome u pravnim osobama Republike Hrvatske za 2022 https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2023_03_24_394.html (27.4.2023.)

80 Službene internetske stranice Europske unije https://eures.ec.europa.eu/living-and-working/labour-market-information/labour-market-information-croatia_hr (25.4.2023.)

81 Informacija o nezaposlenosti i zapošljavanju na području Virovitičko-podravske županije u 2021. <https://www.vpz.hr/wp-content/uploads/2022/05/20-INF-o-zaposljavanju-i-nezaposlenosti-HZZ.pdf>

3. POJAM MIGRACIJE I STRANE RADNE SNAGE

Prema Rogošić (2020) svijet je danas kao i kroz svoju dugu ljudsku povijest suočen s velikim migracijama ljudi koji napuštaju svoje domove i domovinu u potrazi za boljim, drukčijim ili sigurnijim životom, što ostavlja i posljedice i ima znatan utjecaj na njih kao i na sredinu u koju dolaze. „Migracije (lat. migratio: seoba) je u najširem smislu, prostorna pokretljivost stanovništva, a u užem smislu trajnija promjena mjesta stalnoga boravka pojedinaca ili društvenih skupina. Migracije su stalne ili privremene. Poseban je oblik privremene migracije sezonska migracija, u kojoj se odlazak i povratak migranata smjenjuju u, obično, godišnjim ciklusima. Redovita dnevna migracija ili tjedna migracija, odlazak iz mjesta boravka u drugo mjesto na rad, naziva se cirkulacijom. Nadalje, razlikuju se vanjske i unutarnje migracije, prema tomu jesu li unutar državnih granica ili izvan njih. Migracije mogu biti organizirane ili stihijske, dobrovoljne ili prisilne. Granični je slučaj migracije nomadski način života, u kojem društvena skupina koja se seli uopće nema stalnoga mjesta boravka. Prema broju sudionika obiteljska migracija najmanja je grupna migracija, dok su migracije plemena, naroda ili društvenih skupina (profesionalnih, vjerskih itd.) njezini širi oblici. Osnovne su sastavnice migracije imigracija ili useljivanje i emigracija ili iseljivanje. Razlika između useljivanja i iseljivanja u nekom području naziva se migracijskim saldonom, neto migracijom ili migracijskom bilancom. Ona može biti pozitivna (mehanički priraštaj stanovništva) ili negativna (mehanički pad stanovništva). Glavni su čimbenici migracija: demografski, ekonomski, politički i geografski (i njihove kombinacije). Najčešći je uzrok migracija veći nerazmjer u privrednim i demografskim prilikama između različitih područja. U području doseljivanja (migracijsko područje) redovito postoje mogućnosti unosnijega zaposlenja doseljenika nego u područjima odseljivanja (emigracijsko područje). Ako se između područja odseljivanja i doseljivanja na nekome širem području trajnije uspostave slični privredni, demografski i politički odnosi, mogu se formirati tradicionalni smjerovi najintenzivnijega migracijskoga strujanja (tzv. metanastazička strujanja). Međutim, značajnije promjene u konstelaciji čimbenika koji utječu na migracije brzo dovode do napuštanja tradicionalnih smjerova i usmjerivanja migracije u novim, povoljnim geografskim i socijalnim smjerovima. Politički čimbenici najčešći su uzrok prisilnih migracija (nacionalni, vjerski i rasni progoni, progoni političkih protivnika, međudržavno preseljivanje stanovništva, političke emigracije). Političkoga su značaja i različite organizirane migracije (kolonizacija) radi mijenjanja sastava stanovništva nekoga kraja ili radi suzbijanja depopulacije. Migracija je društveni proces praćen dinamičnim i raznolikim promjenama. Veličina društveno-kulturnog utjecaja migracija i njihovih negativnih popratnih pojava ovise o odnosu migranata i starijega stanovništva

u područjima useljivanja, jačini međusobnih kulturnih (jezičnih, nacionalnih, vjerskih) razlika koje olakšavaju, odnosno otežavaju njihovo međusobno stanje, intenzitetu društvenih veza migranata s područjem iseljivanja, kao i o načinu na koji je do migracije došlo.⁸²

Mesić (2002) navodi da je tipologije migracija teško izvesti na jedinstveni način jer postoje brojni pokušaji klasifikacije i određivanja tipova migracija čime se potvrđuje složenost i multidisciplinarnost migracijske problematike, ali jedna od najjednostavnijih i najpostojanijih univerzalnih klasifikacija je ona iz 1956. autora Wronga koji migracije dijeli na dobrovoljne i nedobrovoljne.

Što se tiče pojmova vezanih uz stranu radnu snagu, to je sva ona radna snaga koja je vanjska migracija, često organizirana i dobrovoljna (u idealnim legalnim uvjetima), a pod utjecajemsu često ekonomskih i političkih uvjeta, jer slobodno tržište rada nudi mogućnost svakom pojedincu da napusti svoje domicilno radno mjesto i uputi se u drugu državu, kulturu, pa i kontinent u potrazi za boljim radnim uvjetima.

„Državljanin treće zemlje u Hrvatskoj može raditi temeljem dozvole za boravak i rad ili potvrde o prijavi rada samo za poslove za koje je izdana i kod poslodavca s kojim je zasnovao radni odnos. Dozvole za boravak i rad mogu se izdati temeljem pozitivnog mišljenja Hrvatskog zavoda za zapošljavanje i bez mišljenja HZZ-a, kada nadležna policijska uprava, odnosno postaja za točno propisane kategorije osoba i točno utvrđene poslove može samostalno izdati dozvolu za boravak i rad.“⁸³ Sve vezano uz boravak stranaca u Republici Hrvatskoj regulirano je Zakonom o strancima (NN 133/2020).⁸⁴

4. PROFIL STRANOG RADNIKA U VIROVITIČKO-PODRAVSKOJ ŽUPANIJI

„Virovitičko-podravska županija nalazi se u kontinentalnom dijelu Republike Hrvatske na prostoru dodira središnje i istočne Hrvatske te je po svom zemljopisnom položaju poveznica Slavonije i Podravine. Prostor Županije je izdužen u obliku pravca istok-zapad. Tu na spoju Podravine i Slavonije križaju se dva važna prometna koridora: transversalni, primarnog značaja, koji je najkraća i prometno najpogodnija veza srednjeg Podunavlja i srednjeg Jadrana

82 Hrvatska enciklopedija, <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=40619> (6.4.2023.)

83 E-građani, <https://gov.hr/hr/rad-stranaca/1214> (3.4.2023.)

84 Zakon o strancima, http://digarhiv.gov.hr/arhiva/263/221605/narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2020_12_133_2520.html (3.4.2023.)

i longitudinalni, sekundarnog značaja, koji slijedi tok rijeke Drave i povezuje Republiku Hrvatsku sa zapadnim i istočnim susjedima. Prema popisu stanovništva iz 2011. godine, Virovitičko-podravska županija ima 84.836 stanovnika s prosječnom gustoćom naseljenosti od 42 stanovnika/km² od čega Hrvati čine 91,82 %, Srbi 6,076 % te svi ostali.“⁸⁵

Prema podacima dobivenim iz Policijske uprave virovitičko-podravske ukupan broj izdanih dozvola za boravak i rad stranim državljanima na području Policijske uprave virovitičko-podravske s pripadajućim policijskim postajama (PP Slatina i Orahovica) u 2021. godini je 449 i u 2022. godine 644, što je porast za 195 dozvola.

Strani radnici na području Virovitičko-podravske županije zaposleni su na sezonskim poslovima, građevini, poljoprivredi i industrijskoj proizvodnji i dolaze iz trećih zemalja Kosovo, BiH, Srbija, Kina, Crna Gora, Sjeverna Makedonija, Turska, Nepal, Ukrajina, Albanija, Bangladeš, Indija, Šri Lanka, Vijetnam, Bjelorusija.

Agencija za posredovanje pri privremenom zapošljavanju u Hrvatskoj ima 459⁸⁶ dok je jedina područja Virovitičko-podravske županije koja se nalazi u evidenciji Ministarstva rada agencija TH KONZALTING j.d.o.o.⁸⁷ sa sjedištem u Virovitici, koja vrši usluge ustupanja radnika, posredovanja pri zapošljavanju i administraciju zapošljavanja za poljoprivredne djelatnosti, drvenu industriju, građevinu i industriju, turizam i ugostiteljstvo i proizvodni sektore agencija ima četvero zaposlenih.

4.1. *Prikaz rezultata istraživanja*

Za potrebe rada zatraženi su podaci od agencije TH KONZALTING o stranim radnicima te su dobiveni za 2022. godinu za područje Virovitičko-podravske županije. Glavni cilj bio je na temelju ustupljenih podataka od spomenute agencije izraditi profil stranog radnika u Virovitičko-podravskoj županiji na temelju obilježja koje posjeduju. Dani podaci bili su analizirani u sljedećim kategorijama: države odakle dolaze, po demografskim obilježjima (spol, godine), razini obrazovanja, djelatnosti u kojoj su zaposleni sukladno NKD-u te radnom statusu.

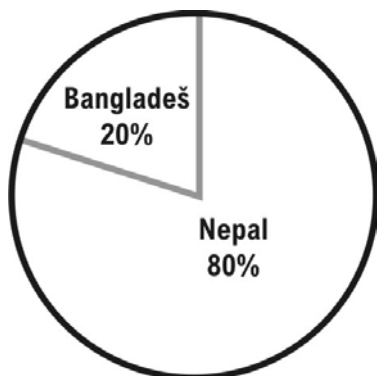
85 Službene stranice Virovitičko-podravske županije <https://www.vpz.hr/o-zupaniji/prostorne-posebnosti/> (30.3.2023.)

86 Ministarstvo rada i mirovinskog sustava Republike Hrvatske <http://apzp.mrms.hr/Home/Agencije> (23.4.2023.)

87 TH-konzalting <https://thkonzalting.hr/> (12.4.2023.)

Od ukupnog broja stranih radnika koje navedena agencija ima u svojoj evidenciji za 2022. godinu i Virovitičko-podravsku županiju, njih 80 % dolazi iz Nepala, a 20 % iz Bangladeša (graf 1).

Graf 1. Država porijekla



Izvor: autorice prema dostupnim podacima

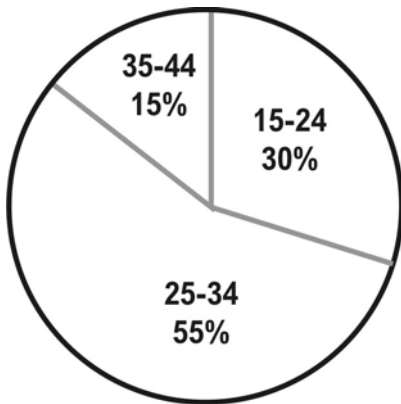
Što se tiče spola stranih radnika, iz grafa 2 vidljivo je da je najviše muškaraca (95 %) dok je žena svega 5 %, a što se tiče dobi radnika 55 % su starosti od 25 do 34 godine, 30 % 15 do 24 godine te 15 % 35 do 44 godine (graf 3).

Graf 2. Spol stranih radnika/ca



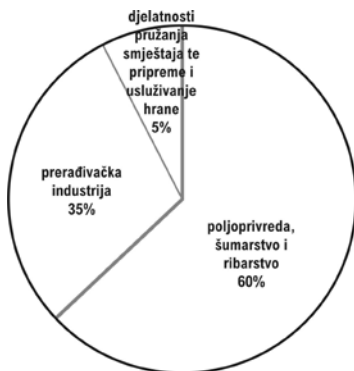
Izvor: autorice prema dostupnim podacima

Graf 3. Dob stranih radnika



U evidenciji je vidljivo da su strani radnici zaposleni u tri djelatnosti (graf 4), iz kojih te djelatnosti proizlaze iz Odluke o nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti 2007. – NKD 2007.⁸⁸, a to su A – poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo (60 %), I – djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (5 %) i C – prerađivačka industrija (35 %)

Graf 4. Djelatnost zaposlenja prema NKD



Izvor: autorice prema dostupnim podacima

Što se tiče razine obrazovanja ona je u evidenciji vođena kao „nepoznato“ čime se ne može utvrditi kvalifikacija zastupljenih radnika, što bi možda za potrebe daljnjih istraživanja bio bitan podatak. Svi su radnici zaposleni na puno

88 Odluka o nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti 2007. – NKD 2007, https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_06_58_1870.html (21.4.2023.)

radno vrijeme, ali na određeni rok zbog same naravi statusa stranih radnika reguliranog Zakon o strancima, ali i zadovoljstvom poslodavca zaposlenom radnom snagom.

Ako bi se na temelju podataka izradio profil stranog radnika u Virovitičkoj-podravskoj županiji (Slika 2) u 2022. godini on bi imao sljedeće karakteristike, a to su da je to osoba muškog spola, dolazi iz Nepala, dobi između 25 do 34 godine, nepoznatog obrazovanja, zaposlen na određeno na puno radno vrijeme u djelatnostima iz područja poljoprivrede, šumarstva i ribarstva.

Slika 2. Profil stranog radnika u Virovitičko-podravskoj županiji



Izvor: izrada autorica

Što se pak tiče interkulturalne komunikacije, svakako i u tom smjeru ima mjesta za istraživanje jer ako će se usporediti nepalska i hrvatska kultura, nailazi se na brojne kulturološke razlike. Nepal je država u južnoj Aziji, smještena na Himalaji. Ova zemlja bez izlaza na more ima populaciju od oko 26 milijuna ljudi, lokalna je kultura spoj ili doticaj hinduizam i budizma, a osim glavnih religija, može se susresti islam, i čak i pravoslavlje.¹⁴ Prehrana kao jedan dio kulturnog mozaika čini također razliku jer riječ je o azijskoj kuhinji (glavni prehrambeni proizvodi su riža, leća, pšenica i svježe povrće), koja se uvelike

razlikuje od hrvatske (gdje prednjače sve vrste mesa, peradi, mliječnih proizvoda pa tek onda povrća), a velike su razlike i u odnosu muškarac-žena (u Nepalu još vlada patrijarhat, žene su većinom bez osnovnih prava, rano stupaju u brak), čime se zapravo može zaključiti da je kulturni šok koji Nepalci dožive u Hrvatskoj velik i zaslužuje razmatranja.

5. ZAKLJUČAK

Hrvatsko tržište rada zasigurno je danas pred mnogim izazovima, naročito po pitanju osiguravanja kvalitetne, a kvalificirane radne snage. To se također odražava i na prostor Virovitičko-podravske županije koja je po pitanju nezaposlenosti u samom vrhu na državnoj razini. Domicilno stanovništvo ne želi više raditi za malu plaću, naročito u djelatnostima poput poljoprivrede ili građevine, koje su same po sebi okarakterizirane kao djelatnosti teškogfizičkog rada, čime poslodavci onda popunjavaju to uvozom radne snage iz trećih zemalja, u ovom slučaju iz Nepala i Bangladeša. S obzirom na prosječne plaće u svojim zemljama (Nepal oko 250 eura) plaću koju zarade u Hrvatskoj vide kao priliku za poboljšanje života u svojoj zemlji, no ono s čime se često susreću su nekorektan odnos poslodavaca prema njima, ai dožive određeni kulturni šok i nailaze na razne predrasude domicilnog stanovništva.⁸⁹

Za potrebe daljnjeg istraživanja trebalo bi utvrditi koji oblik kulturnog šoka dožive strani radnici, koji su njihovi stavovi i mišljenja o hrvatskom tržištu rada iz perspektive stranog radnika, koji su njihovi planovi za daljnju budućnost. Također, važna analiza bi mogla biti vezana uz usporedbu hrvatskog i nepalskog obrazovnog sustava radi lakšeg utvrđivanja kvalifikacija koje nudi nepalsko tržište rada.

LITERATURA

1. Božić, S., Kuzmanović, B. i Barada, V. (2013). Strani radnici u Hrvatskoj: porijeklo, status, orijentacije. *Migracijske i etničke teme*, 29 (3), 367-404., <https://doi.org/10.11567/met.29.3.3>
2. Čačić-Kumpes, J., Gregurović, S. i Kumpes, J. (2012). Migracija, integracija i stavovi prema imigrantima u Hrvatskoj. *Revija za sociologiju*, 42 (3), 305-336.

89 Kultura Nepala, <https://hr.womanuntamed.com/culture-of-nepal/> (15.3.2023.)

3. Državni zavod za statistiku (2023) <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/57987> (25.4.2023.)
4. E-građani (2023) <https://gov.hr/hr/rad-stranaca/1214> (3.4.2023.)
5. Horvat, D.M. (2021). Važnost stranih radnika za razvoj gospodarstva u Varaždinskoj županiji. *Radovi Zavoda za znanstveni rad Varaždin*, (32), 79-93. <https://doi.org/10.21857/mnlqgc5l2y>
6. Hrvatska enciklopedija (2023) <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=40619>(6.4.2023.)
7. Hrvatski zavod za zapošljavanje (2023) <http://trzisterada.hzz.hr/Counties/Index/10> https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_06_58_1870.html (2.4.2023.)
8. Informacija o nezaposlenosti i zapošljavanju na području Virovitičko-podravske županije u 2021. <https://www.vpz.hr/wp-content/uploads/2022/05/20-INF-o-zaposljavanju-i-nezaposlenosti-HZZ.pdf> (6.7.2023.)
9. Krišto, I., Kovač, C., Šijaković, A.,(2018.), “Sigurnost i zaštita zdravlja stranih radnika
10. uloga stručnjaka zaštite na radu”, 13th International conference management and safety, conference theme: project management and safety program cycle: modern management concepts and safety
11. Kultura Nepala (2023) <https://hr.womanuntamed.com/culture-of-nepal/> (16.4.2023.)
12. Mesić, M. (2002). Međunarodne migracije: tokovi i teorije. Zagreb: Filozofski fakultet.
13. Ministarstvo rada i mirovinskog sustava Republike Hrvatske (2023) <http://apzp.mrms.hr/Home/Agencije> (23.4.2023.)
14. Odluka o nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti 2007. – NKD 2007. (2023) https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2007_06_58_1870.html (21.4.2023.)
15. Prosječna mjesečna isplaćena neto plaća i prosječna mjesečna bruto plaća po zaposlenome u pravnim osobama Republike Hrvatske za 2022. (2023) https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2023_03_24_394.html (27.4.2023.)
16. Rogošić, N. (2020): Iskustvo emigracije i etika Paula Tillich, u: Migracije, ekonomija i poslovna etika, ur. Ivan Koprek. Zagreb: Filozofsko-teološki institut Družbe Isusove, str.117-141.
17. Službene internetske stranice Europske unije (2023) https://eures.ec.europa.eu/living-and-working/labour-market-information/labour-market-information-croatia_hr (25.4.2023.)

18. Službene internetske stranice Virovitičko-podravske županije (2023) <https://www.vpz.hr/o-zupaniji/prostorne-posebnosti/> (30.3.2023.)
19. Šijaković, A. (2019). Zaštita na radu i strani radnici u RH. *Sigurnost*, 61 (4), 391-394.
20. TH-konzalting (2023) <https://thkonzalting.hr/> (12.4.2023.)
21. Tržište rada (2023) <https://cisok.hr/usluge-u-cisok-centrima/informacije-o-trzistu-rada/>(23.4.2023.)
22. Tržište rada u Hrvatskoj – nezaposlenost mladih, obrazovanje, radni vijek (2023) <https://www.hgk.hr/documents/trziste-rada-nezaposlenost-mladih-obrazovanje-radni-vijek-final-12201557b6ebf8a8c13.pdf> (23.4.2023.)
23. Zakon o strancima (2023)http://digarhiv.gov.hr/arhiva/263/221605/narodenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2020_12_133_2520.html (3.4.2023.)

II. DRUŠTVO

II. SOCIETY

POKAZATELJI RAZVIJENOSTI ZAPADNE SLAVONIJE

Prethodno priopćenje

Neven Garača

Veleučilište u Virovitici
Matije Gupca 78, 33000 Virovitica
neven.garaca@vuv.hr

Zrna Garača

Javna ustanova Lokalna razvojna agencija
Grada Pakraca „PAK-RA“
Trg bana J. Jelačića 18, 34550 Pakrac
zrna.garaca@pakrac.hr

Denis Relota

Javna ustanova Lokalna razvojna agencija
Grada Pakraca „PAK-RA“
Trg bana J. Jelačića 18, 34550 Pakrac
denis.relota@pakrac.hr

Sažetak

Zapadna Slavonija kao povijesna i geografska cjelina spominje se od 14. stoljeća. No do današnjih dana ovaj prostor nije sasvim geografski definiran jer se granice zapadne Slavonije moraju promatrati na sve četiri strane svijeta i vrlo su rastezljive. Stoga je svrha rada definirati geografsko područje zapadne Slavonije, dati osvrt na njezino regionalno i teritorijalno ustrojstvo i odabranim pokazateljima dati prikaz razvijenosti ovog područja. Provedeno je sekundarno istraživanje i prikupljeni su podaci o indeksu razvijenosti i kretanju broja stanovnika. Pored navedenog u radu se koriste empirijske metode promatranja i usporedbe. Cilj je istraživanja utvrditi razvijenost ovog područja Republike Hrvatske i prokomentirati pokazatelje i s ostalim dijelovima Republike Hrvatske i unutar promatranog područja zapadne Slavonije. Daljnja istraživanja mogu se odvijati u smjeru dublje i detaljnije analize statističkih podataka, kao i analize odabranih poslovnih slučajeva.

Ključne riječi: zapadna Slavonija, teritorijalno ustrojstvo, razvijenost

DEVELOPMENT INDICATORS OF WESTERN SLAVIA

Abstract

Western Slavonia as a historical and geographical whole has been mentioned since the 14th century. But until today, this area is not completely geographically defined, because the borders of Western Slavonia must be observed on all four sides of the world and are very flexible. The purpose of the work is therefore to define the geographical area of Western Slavonia, to give an overview of its regional and territorial organization and to give an overview of the development of this area with selected indicators. Secondary research was conducted and data were collected development index and population trends. In addition to the above, the paper uses empirical methods of observation and comparison. The goal of the research is to determine the development of this area of the Republic of Croatia and to comment on the indicators both with other parts of the Republic of Croatia and within the observed area of Western Slavonia. Further research can be carried out in the direction of deeper and more detailed analysis of statistical data as well as analysis of selected business cases.

Keywords: Western Slavonia, territorial organization, development.

1. UVOD

Zapadna Slavonija predstavlja povijesnu, kulturološku, društveno-gospodarsku cjelinu koja u administrativno-teritorijalnom ustroju Republike Hrvatske nije uvažavana kao homogena cjelina. Tako je i današnja zapadna Slavonija administrativno podijeljena u 5 županija, 8 gradova i 17 općina. Na temelju povijesnog pogleda, u radu se definira područje i teritorijalno ustrojstvo zapadne Slavonije i na temelju toga promatra njezin regionalni razvoj. Kao pokazatelji razvoja korišteni su povijesni podatci o indeksu razvijenosti kao dijelu razvojne politike uvedene Zakonom o regionalnom razvoju RH, a indeks razvijenosti predstavlja prvu službenu metodu klasifikacije hrvatskih administrativnih jedinica. Kako danas ljudi predstavljaju temeljni kapital i preduvjet, ali i ograničenje razvoja nekog područja, daje se uvid u kretanje broja stanovnika kao najvažniji demografski podatak. Obradeni su podatci popisa stanovništva iz 2001., 2011., i 2021. godine.

2. POVIJESNI POGLED

Ime Slavonija potječe od srednjovjekovnog latinskog imena *S(c)lavonia* koje je označavalo zemlju nastanjenu Slavenima, a tim se imenom nazivala i rana hrvatska država na istočnoj obali Jadrana. Kada se u 12. stoljeću čitav prostor između Drave i Jadrana našao pod vlašću ugarsko-hrvatskih kraljeva, počelo je postupno razlikovanje Hrvatske od Slavonije. Imena Hrvatska i Dalmacija ostala su ograničena na dinarsko i primorsko područje, a pod imenom „čitava Slavonija“ obuhvaćena su u 13. stoljeću područja u središnjem Posavlju i međurječju Drave i Save (Andrić, 2023). Marković (2002) navodi da je ime *Sclavonia* nastalo u srednjem vijeku nakon doseljenja Madžara u Panonsku nizinu kada su panonski Slaveni iz Kocevlje kneževine stigli u savsko-dravsko međurječje i od onda je panonska Hrvatska dobila svoje drugo ime – Slavonija, koje se u latinskim ispravama pisalo *Sclavonia*. Za daljnju povijest ovog kraja osobit značaj imala su turska osvajanja na račun slavonskih i hrvatskih krajeva. Do 1552. godine, padom Virovitice, Turci su pokorili cijelo donje međurječje Drave i Save te se za sljedećih 130 godina ustalila granica u Poilovlju te u Podravini između Virovitice i Đurđevca. Na zapadnoj strani „ljute granice“ ustrojen je obrambeni pojas Slavonske krajine. Okončanjem rata za oslobođanje habsburških zemalja od Turaka mirom u Srijemskim Karlovcima, ime Slavonija posve se ustalilo za cijelo međurječje koje je dotad pripadalo Osmanskom carstvu. Ta se novovjekovna Slavonija naziva i Donjom Slavonijom, kako bi ju se razlikovalo od stare ili Gornje Slavonije u zapadnom međurječju. Prostorni okvir novovjekovne pokrajine Slavonije, zacrtan rijekama Dravom, Dunavom, Savom i Ilovom, baština je osmanske vladavine nad tim područjima (Andrić, 2023). Jedno od najuočljivijih obilježja osmanske vlasti velika je pokretljivost ljudi i promjenljivost odnosa među njima, a u savsko-dravskom-dunavskom međurječju nadopunjuju se utjecaji i za budimski i za bosanski ejalet⁹⁰. Najveći dio zapadne Slavonije neprekidno je pripadao bosanskom sandžaku. Pakrački je sandžak pripadao Bosanskom ejaletu, a vojna nadležnost bosanskog paše pružala se do Drave i obuhvaćala je Viroviticu (Maočanin, 2001). Važno je obilježje turskog razdoblja i naseljavanje zapadne Slavonije pravoslavnim stanovništvom, članova obitelji martologa⁹¹. U tom pravoslavnom stanovništvu određeni udio imali su i Vlasi, starobalkanski stočari romanskog podrijetla, a proces slavenizacije Vlaha bio je u tijeku. Dokaz tome je i to da je ovaj kraj dobio naziv Mala Vlaška, kao i još dugo upotrebljavan izraz „vlaški“ (Crkvenčić, Pepeonik 1993).

90 Pokrajina, upravna jedinica u Osmanskom carstvu.

91 Martolozi, pripadnici vojnih postrojbi koje su Osmanlije ustrojile u pograničnim područjima svoje države (enciklopedija.hr)

U Prvome svjetskom ratu Slavonci su bili mobilizirani u osječke vojne jedinice u austrougarskoj vojsci i upućivani na sve frontove, a sudjelovali su i u borbama u Srbiji i Galiciji. Ove jedinice prolazile su pravu katarzu zbog velikog broja ranjenika dovezenih s galicijskog i bukovinskog bojišta, a mnogi su i nakon sklapanja mira s Rusijom ostali u ruskom zarobljeništvu u logorima Sibira jer Haška konvencija nije zahtijevala da se ratni zarobljenici kod sklapanja mira puste na slobodu. S približavanjem kraja rata učestalo je dezerterstvo i nemoral, a u Slavoniji (a posebno zapadnoj zbog konfiguracije terena op.a.) bilo je mnogo razbojnika i „hajduka“ koji su po drumovima pljačkali i provodili dane u šumi. Slavonski su vojnici početak rata doživjeli u jednoj, a završetak rata u drugoj državi. Austro-Ugarska, Država Slovenaca, Hrvata i Srba i na kraju Kraljevina Srba, Hrvata i Slovenaca (Balta 2005).

Tijekom Drugog svjetskog rata zapadna Slavonija bila je iznimno višenacionalno obojena: Hrvatima, Srbima, Mađarima, Česima, Nijemcima, Talijanima i ostalima (Crkvenčić, Pepeonik 1993). Željeznički i cestovni pravci na području zapadne Slavonije bili su jedni od ključnih elemenata njezinog operativnog značaja. Stvaranjem prvih partizanskih brigada dolazi i do formiranja operativnih zona svake brigade. Te operativne zone obuhvaćale su područja „žila kucavica“ koja su bila ključna za pravilno funkcioniranje upravnog i vojnog aparata Nezavisne Države Hrvatske. Glavne operacije vođene su na željezničkoj pruzi Zagreb – Beograd i na području pruge koja je spajala Banovu Jarugu, Pakrac, Daruvar i Viroviticu. Uz ove pravce djelovalo se i na suzbijanju okupacijskih snaga na području cestovnih pravaca Okučani – Pakrac – Đulovac – Virovitica, Slavonska Požega – Kamensko – Pakrac, Kamensko – Voćin – Virovitica (Krnić 1978). Od kraja 1942. do kraja 1944. godine na području zapadne Slavonije osnovano je deset partizanskih brigada i tri divizije. Ove brigade osnivane su u Budićima, Mijaćima, Orljavcu, Bučju (današnja Požeško-slavonska županija op.a.) i kod Grubišnog Polja (Matas 2017. prema Kavgić 1990 i Pravdić, Redžić 1976).

U Domovinskom ratu zapadna Slavonija imala je važnu ulogu u obrani Republike Hrvatske. Zbog svog zemljopisnog položaja i etničkog sastava stanovništva predstavljala je poseban cilj agresora. Presijecanje Hrvatske u pravcu Nova Gradiška – Virovitica značilo bi odvajanje ovog dijela Hrvatske od ostatka zemlje, što bi bilo presudno za pad cijele Slavonije, u čemu je sudjelovao Banjalučki korpus JNA i pobunjeno domicilno srpsko stanovništvo. Zapadnoslavonsko bojište obuhvaćalo je područje općina Novska, Nova Gradiška, Pakrac, Grubišno Polje i Daruvar te djelomice i područja općina Virovitica i Slatina. Prvi oružani sukob bio je napad na policijsku postaju u Pakracu u ožujku 1991. godine⁹². U početku rujna bili su okupirani Okučani i prekinut je promet auto-

92 Neki povjesničari ovaj događaj smatraju početkom Domovinskog rata jer je uz dosadašnje barikade i ostale provokacije ovo bio prvi izravni i oružani sukob uz intervenciju JNA.

cestom Zagreb – Lipovac (Hrvatska enciklopedija). U vojnoj operaciji Otkos 10 u studenom 1991., koja je ujedno bila i jedna od prvih oslobodilačkih akcija u Domovinskom ratu, oslobođena je grubišnopoljska općina, a u prosincu i Bi-logora, Papuk i najveći dio Psunja (Hrvatska enciklopedija). Škvorc (2009) zemljopisno u prostor zapadne Slavonije ubraja tadašnje općine Novu Gradišku, Pakrac, Slatinu, Viroviticu, Daruvar i Novsku. U kolovožu 1991. Srbi su proglasili Srpsku autonomnu oblast Zapadnu Slavoniju i uključili je u SAO Krajinu. Vojno-redarstvenom akcijom Bljesak početkom svibnja 1995. oslobođen je cijeli okupirani prostor zapadne Slavonije.

3. DEFINIRANJE PODRUČJA I TERITORIJALNO USTROJSTVO

U geografskom smislu pojam zapadne Slavonije nije do danas sasvim definiran. Ipak na temelju prethodnog povijesnog pogleda može se zaključiti da je Slavonija omeđena rijekama Savom i Dravom, a zapadna granica Slavonije poklapa se s tokom rijeke Ilove (Marković 2002). U istraživanjima povijesti većina autora (Škiljan 2009, Škvorc 2009, Crkvenčić, Pepeonik 1993, Hrvatska enciklopedija) definira područje zapadne Slavonije „bivšim općinama“⁹³ Nova Gradiška, Novska, Pakrac, Daruvar, Grubišno Polje, Slatina, Virovitica. Ponekad se i područje općina Orahovica i Požega ubrajaju u zapadnu Slavoniju, ali mišljenja smo da su Orahovica i Požega već dio središnje Slavonije i ne pripadaju području zapadne Slavonije.

U vremenu društvenog preobražaja i državnog osamostaljenja Hrvatske, trebalo je transformirati društveno-gospodarski sistem i afirmirati koncept tržišne privrede, a usporedno razviti i novi koncept državne uprave i samouprave (Žuljić 2001). Isto tako jedan od glavnih razloga preustroja Hrvatske bilo je nezadovoljstvo prethodnim velikim zajednicama općina i „velikim općinama“ iz razdoblja socijalizma koje nisu pridonosile ravnomjernom razvoju Hrvatske (Klarić 2016, prema Feletar 2015). Prolazeći kroz nekoliko faza ovo područje danas uređeno je Zakonom o područjima županija, gradova i općina u Republici Hrvatskoj (NN 86/2006.). Uvažavajući sve prethodno u tablici 1 daje se administrativno-teritorijalni ustroj zapadne Slavonije. Naselja Banova Jaruga, Jamarica, Janja Lipa i Međurić teritorijalno pripadaju u zapadnu Slavoniju, ali su administrativno dio grada Kutine, tako da nisu obuhvaćena ovom podjelom.

93 Misli se na teritorijalno ustrojstvo u socijalističkom periodu, a zatečeno uspostavom neovisne RH.

Tablica 1. Administrativno-teritorijalni ustroj zapadne Slavonije

VIROVITIČKO-PODRAVSKA	km²
općina Lukač	83,23
grad Slatina	156,00
općina Sopje	117,80
općina Suhopolje	166,70
grad Virovitica	178,50
općina Voćin	296,10
UKUPNO:	998,33
BJELOVARSKO-BILOGORSKA	
grad Daruvar	64,00
općina Dežanovac	99,85
općina Đulovac	19,61
grad Grubišno Polje	269,00
općina Končanica	83,61
općina Sirač	144,90
UKUPNO:	680,97
POŽEŠKO-SLAVONSKA	
grad Lipik	212,00
grad Pakrac	358,10
UKUPNO:	570,10
SISAČKO-MOSLAVAČKA	
općina Jasenovac	161,90
općina Lipovljani	114,40
grad Novska	318,00
UKUPNO:	594,30
BRODSKO-POSAVSKA	
općina Cernik	130,00
općina Dragalić	59,00
općina Gornji Bogićeveci	44,06
grad Nova Gradiška	49,58
općina Okučani	159,61
općina Rešetari	59,42
općina Stara Gradiška	77,11
općina Vrbje	80,00
UKUPNO:	658,78
SVEUKUPNO:	3 502,48

Izvor: obrada autora prema Zakonu o područjima županija, gradova i općine u RH

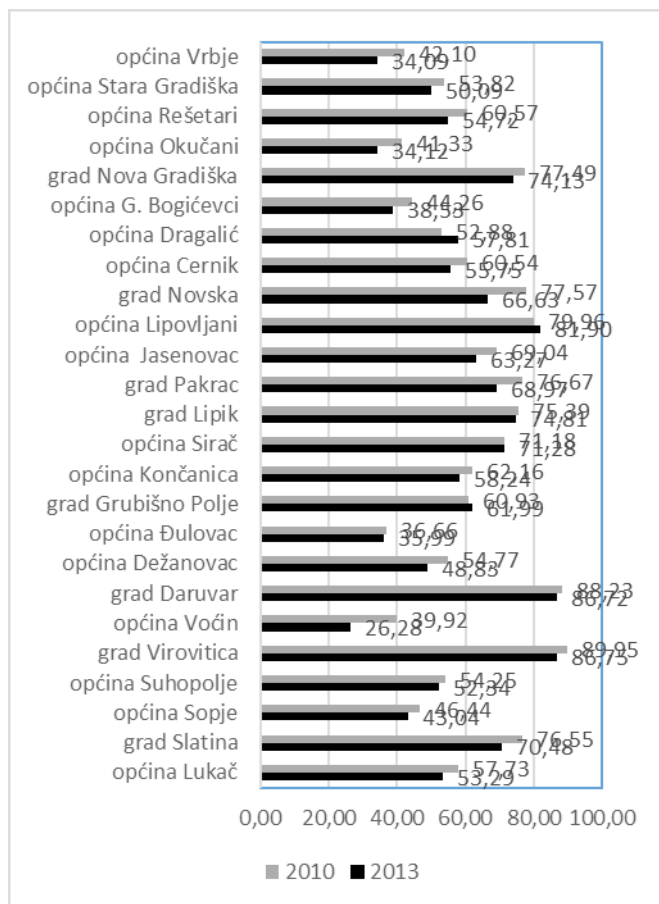
Područje zapadne Slavonije ima svoju povijest, kulturu, geografska obilježja, kolektivnu memoriju, društveno-ekonomske odnose. Usprkos tomu ni u socijalističkoj Hrvatskoj ni u demokratskoj Hrvatskoj nije promatrana u administrativno-teritorijalnom smislu kao više ili manje homogena cjelina ili nekoliko cjelina čije bi karakteristike trebalo uvažavati prilikom administrativno-teritorijalnog ustroja. Kao što se iz tablice 1 vidi ovo područje podijeljeno je u 5 županija, 8 gradova i 17 općina. Jedino županijsko središte u zapadnoj Slavoniji je Virovitica. Ostala sjedišta županija su Bjelovar, Požega, Sisak i Slavonski Brod, među kojima su Sisak i Slavonski Brod najudaljeniji u teritorijalnom smislu. Najviše površine zapadne Slavonije nalazi se u Virovitičko-podravskoj županiji, a sveukupna površina teritorija zapadne Slavonije čini 6,19 % teritorija Republike Hrvatske i predstavlja središnji dio kontinentalne Hrvatske. U pogledu administrativnih jedinica najveću površinu ima grad Pakrac 358, a najmanju općina Đulovac 19,61 km².

4. INDEKS RAZVIJENOSTI

Uspješnost društvenog i gospodarskog razvitka konzekvenca su društveno-političkog ustroja države i iz danog sistema izvedene teritorijalne organizacije države u kojoj važnu ulogu ima hijerarhijski razvedena mreža gradova kao središta okupljanja funkcija različite razine značenja i različitog gravitacijskog domašaja (Žuljić 2001). Tako i u Republici Hrvatskoj sve više jača svijest o ulozi regionalnog razvoja i potrebi definiranja koherentne regionalne razvojne politike, a najviše poradi porasta produbljivanja društveno-gospodarskih razlika i mogućnosti razvoja u različitim dijelovima zemlje. Do donošenja Zakona o regionalnom razvoju RH 2009. godine područje regionalnog razvoja uređivano je fragmentiranim pravnim propisima koji su uređivali pitanja razvoja pojedinih područja, npr. Zakon o područjima posebne državne skrbi, Zakon o brdsko-planinskim područjima (Tolušić 2012). Indeks razvijenosti dio je razvojne politike uvedene Zakonom o regionalnom razvoju RH i definiran je kao kompozitni pokazatelj koji se računa kao ponderirani prosjek više osnovnih društveno-gospodarskih pokazatelja radi mjerenja stupnja razvijenosti jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave (JLS). Prve vrijednosti indeksa donesene su 2010., a nakon toga u prosincu 2013. druge. Indeks razvijenosti predstavlja prvu službenu metodu klasifikacije svih hrvatskih administrativnih jedinica i predstavlja temelj regionalne razvojne politike (Marcelić 2015). Izmjenama i dopunama zakona od 13. prosinca 2017. unaprijeđen je pravni okvir i postupak ocjenjivanja JLS-a prema stupnju razvijenosti, a ustanovljen je i novi model izračuna indeksa razvijenosti (razvoj.gov.hr) koji je prema novoj metodologi-

ji objavljen za 2018. godinu, a njegova obaveza objavljivanja produžena je sa svake tri na svakih pet godina, tako da će novi indeks biti objavljen za 2023. godinu. Zbog toga je u grafičkom prikazu 1 usporedno prikazan indeks za 2010. i 2013. godinu, a u tablici 2 indeks razvijenosti za 2018. godinu samostalno.

Grafički prikaz 1. Indeks razvijenosti 2010. – 2013.



Izvor: razvoj.gov.hr, obrada autori

Indeks razvijenosti izražen je u postotku, što znači da ako on iznosi 100 %, da je JLS prosječno razvijena i predstavlja hrvatski prosjek razvoja, ako je ispod 100 % to znači da je ispod prosjeka, a ako je iznad tada je iznadprosječno razvijena. Kao što pokazuju vrijednosti indeksa razvijenosti prikazane u grafičkom prikazu ni jedna JLS zapadne Slavonije nije u to vrijeme prosječno razvijena JLS, nego su sve ispodprosječno razvijene. Prosjeku su se najviše približili gra-

dovi Virovitica i Daruvar i općina Lipovljani. Sve JLS, osim općine Lipovljani i grada Grubišno Polje, bilježe pad vrijednosti indeksa razvijenosti 2013. u odnosu na 2010. godinu. Jedino su općine Lipovljani i Grubišno Polje zabilježile mali rast, ali ipak rast. Najveći pad indeksa razvijenosti u ovom razdoblju ima Voćin koji ujedno ima i najmanji indeks razvijenosti. Uz njega Vrbje, Okučani, Đulovac, Gornji Bogićevci imaju indeks manji od 40 %.

Tablica 2. Indeks razvijenosti 2018. godine – JLS

RB	JLS	INDEKS RAZVIJENOSTI	RAZVOJNA SKUPINA
1.	općina Đulovac	86,73	1
2.	općina Okučani	87,42	1
3.	općina Vrbje	87,96	1
4.	općina G. Bogićevci	88,41	1
5.	općina Voćin	88,95	1
6.	općina Sopje	89,39	1
7.	općina Stara Gradiška	90,52	1
8.	općina Dežanovac	91,38	1
9.	općina Suhopolje	91,76	1
10.	općina Lukač	92,03	1
11.	općina Jasenovac	92,67	1
12.	općina Končanica	92,96	2
13.	općina Dragalić	93,37	2
14.	općina Rešetari	93,71	2
15.	općina Cernik	93,78	2
16.	općina Sirač	95,16	2
17.	grad Grubišno Polje	95,32	2
18.	grad Lipik	97,71	3
19.	grad Slatina	97,83	4
20.	grad Novska	98,04	4
21.	grad Pakrac	98,37	4
22.	grad Nova Gradiška	99,37	4
23.	općina Lipovljani	99,68	4
24.	grad Daruvar	102,10	5
25.	grad Virovitica	102,69	6

Izvor. razvoj.gov.hr, obrada autori

Kao što je navedeno promjene vrijednosti indeksa razvijenosti prema novoj metodologiji moći će se uspoređivati tek kad se objavi indeks razvijenosti za 2023. Ipak iz ovih dostupnih vrijednosti indeksa razvijenosti za JLS zapadne Slavonije za 2018. godinu vidljivo je da gradovi imaju veći indeks razvijenosti od općina. Ponovno je općina Lipovljani izuzetak i ima veći indeks razvijenosti i od gradova Nove Gradiške, Pakraca, Novske, Slatine, Lipika i Grubišnog Polja. Samo su gradovi Daruvar i Virovitica dosegнули (čak i nešto iznad) veličinu indeksa 100 %, što znači da su prosječno ili nešto malo iznadprosječno razvijeni gradovi RH. Treba napomenuti da je Virovitica ujedno i jedino županijsko središte u zapadnoj Slavoniji. Prema ovoj novoj metodologiji jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave razvrstavaju se u 8 razvojnih skupina, od kojih je prva najniža, a osma najviša. Čak 68 % JLS-a zapadne Slavonije razvrstava se u prvu ili drugu najmanju razvojnu skupinu. Šest JLS-a ili 24 % razvrstano je u skupine od treće do četvrte. Daruvar je u petoj razvojnoj skupini, a samo Virovitica u šestoj (8 %). U sedmoj ili osmoj nema ni jednog grada ili općine.

Prema novoj metodologiji i vrijednostima indeksa razvijenosti županije su razvrstane u četiri razvojne skupine, s tim da je prva skupina najnerazvijenija, a četvrta skupina najrazvijenije županije u RH. U tablici 3 daje se prikaz najnerazvijenijih županija u RH.

Tablica 3. Indeks razvijenosti 2018. – županije

RB.	ŽUPANIJA	RAZVOJNA SKUPINA	INDEKS RAZVIJENOSTI
15.	Požeško-slavonska	2	93,94
16.	Brodsko-posavska	1	93,44
17.	Bjelovarsko-bilogorska	1	92,97
18.	Ličko-senjska	1	92,38
19.	Vukovarsko-srijemska	1	91,99
20.	Sisačko-moslavačka	1	91,70
21.	Virovitičko-podravska	1	90,66

Izvor: razvoj.gov.hr, obrada autori

Kao što se iz tablice 3 vidi, jedino Požeško-slavonska županije nije u najnižoj razvojnoj skupini, već je u drugoj skupini s nešto većim indeksom razvijenosti.

Sve su ostale županije kojima teritorijalno pripadaju općine i gradovi zapadne Slavonije najnerazvijenije županije RH.

Tablica 4. Indeks razvijenosti 2018. – županijska središta

RB	JLS	INDEKS RAZVIJENOSTI	RAZVOJNA SKUPINA
1.	Požega	103,06	6
2.	Bjelovar	103,01	6
3.	Sisak	102,91	6
4.	Virovitica	102,69	6
5.	Slavonski Brod	102,67	6

Izvor: razvoj.gov.hr, obrada autori

Županijska središta kojima administrativno i teritorijalno gravitira zapadna Slavonija u tablici 4 pokazuju iznadprosječan indeks razvijenosti i svrstani su u visoku šestu skupinu razvoja, što govori o neravnomjernom regionalnom razvoju centara županija u odnosu na ostale jedinice lokalne samouprave. Njegač (1991) ukazuje na pojavu regionalne doktrine regionalnog planiranja pri čemu se ističe uloga gradova koji svojim razvojnim impulsima mogu utjecati na cijelu regiju. Proizlazi da su do sada na razvoj ovih regija (županija) djelovale jedino centripetalne sile pritjecanjem radne snage, kapitala i robe iz periferije, dok je djelovanje centrifugalnih sila odaslanih iz centara izostalo.

5. KRETANJE BROJA STANOVNIKA

U društvima 20. i 21. stoljeća ljudski faktor afirmira se kao dominirajući čimbenik gospodarskog rasta. Prvobitni pojam radne snage u fizičkom smislu i ljudskog kapitala postupno se zamjenjuje pojmom intelektualnog kapitala koji opisuje ukupnost ljudskih sposobnosti u akumuliranom ljudskom znanju. Istodobno, ljudsko znanje, iskustvo, vještine i opće intelektualne sposobnosti postaju temeljni preduvjet, ali i temeljni limit ukupnog gospodarskog razvitka. Dinamiku i strukturu populacijskih gibanja oblikuju razni faktori, ali uku-

pan broj stanovnika neke države ili regije najvažniji je demografski podatak. Popis stanovništva 2001. godine u Republici Hrvatskoj proveden je metodom prisutnog stanovništva sukladno naputcima Europske ekonomske komisije i statističkih ureda Europske unije i Ujedinjenih nacija (Čavrak, ur. 2011).

Smanjenje broja stanovnika zapadne Slavonije, prema istraživanjima Crkvenčića i Pepeonika (1993), započelo je još 1961. godine, ali kao posljedica de- agrarizacije, a riječ je o demografskom pojmu izazvanom gospodarskim razlo- zima. U 30-godišnjem razdoblju od 1961. do 1991. popisima utvrđen broj sta- novništva smanjen je za 18 408 osoba, odnosno 11,7 %. Ovo je rezultat negativne migracijske bilance, odnosno više iseljenih nad brojem useljenih.

Za potrebe ovoga rada obrađeni su podaci popisa stanovništva iz 2001., 2011. i 2021. godine. Agresija i ratna razaranja zapadne Slavonije koja su za- počela 1991. godine, sigurno je, imali su izuzetne posljedice na kretanje broja stanovništva. S obzirom na to da je vojno-redarstvenom akcijom Bljesak, koja je trajala od 1. do 4. svibnja 1995. godine, oslobođena zapadna Slavonija, a iste godine u Oluji je oslobođen i ostali teritorij paradržave Srpske Krajine i grada Knina, vojne operacije i vojna djelovanja na ovom su području prestala. Mirna reintegracija hrvatskog Podunavlja završila je 15. siječnja 1998. godine. Stoga se čini primjerenim kao početnu godinu praćenja kretanja broja stanovnika promatrati 2001., šest godina nakon oslobađanja zapadne Slavonije i tri godine nakon završetka rata u Republici Hrvatskoj.

Tablica 5. Kretanje broja stanovnika od 2001. do 2021.

JLS	2001.	2011.	2021.	2021./2001.	%
općina Lukač	4276	3634	2759	-1517	-35
grad Slatina	14819	13686	11503	-3316	-22
općina Sopje	2750	2320	942	-1808	-65
općina Suhopolje	7524	6683	5267	-2257	-30
grad Virovitica	22618	21291	19302	-3316	-15
općina Voćin	2421	2382	1896	-525	-22
grad Daruvar	13243	11633	10105	-3138	-24
općina Dežanovac	3355	2715	1978	-1377	-41
općina Đulovac	3640	3245	2772	-868	-24
grad Grubišno Polje	7523	6478	5367	-2156	-29
općina Končanica	2824	2360	1805	-1019	-36
općina Sirač	2546	2218	1796	-750	-29

grad Lipik	6674	6170	5127	-1547	-23
grad Pakrac	8855	8460	7086	-1769	-20
općina Jasenovac	2391	1997	1559	-832	-35
općina Lipovljani	4101	3455	2807	-1294	-32
grad Novska	14313	13518	11137	-3176	-22
općina Cernik	4235	3640	2964	-1271	-30
općina Dragalić	1282	1361	1058	-224	-17
općina Gornji Bogičevci	2319	1975	1428	-891	-38
grad Nova Gradiška	15833	14229	11690	-4143	-26
općina Okučani	4224	3447	2323	-1901	-45
općina Rešetari	5171	4753	3852	-1319	-25
općina Stara Gradiška	1717	1363	911	-806	-47
općina Vrbje	2906	2215	1691	-1215	-42
UKUPNO	161560	145228	119125	-42435	-26,27

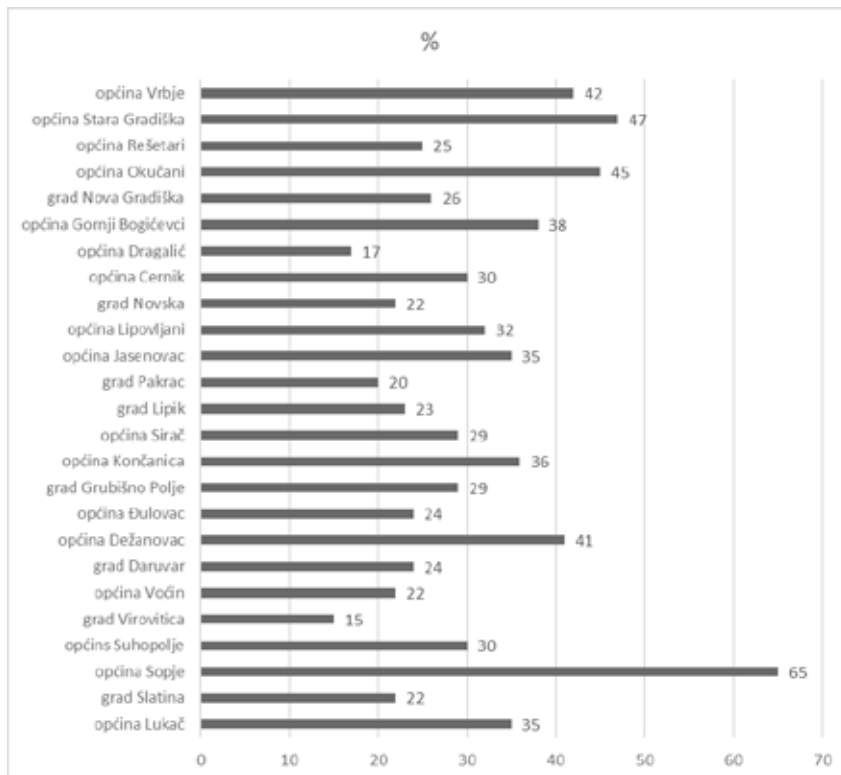
Izvor: dsz.gov.hr, obrada autori

Prema popisu stanovništva iz 2001. i 2011. godine, u 2011. broj stanovništva smanjen je za 16 332 stanovnika, a prema popisu stanovnika u 2021. godini u odnosu na popis iz 2011. godine broj stanovništva smanjen je za 26 103 stanovnika, što u promatranom periodu od 2001. do 2021. predstavlja smanjenje stanovništva za 42 435 stanovnika u apsolutnom iznosu, a u relativnom iznosu broj stanovnika smanjen je za 26,27%. Kako relativna promjena stanovništva u Republici Hrvatskoj od 2001. do 2021. iznosi -12,37%⁹⁴, vidljivo je da je relativno smanjenje broja stanovništva zapadne Slavonije dvostruko iznad prosjeka RH. Iz popisa stanovništva 2001. godine u 2021. godini „nestali“ su najveći gradovi zapadne Slavonije 2001. godine, Virovitica i Nova Gradiška i općina Lipovljani.

Promatrano pojedinačno najveće smanjenje broja stanovništva u apsolutnom iznosu imaju i najveći gradovi: Virovitica, Nova Gradiška i Daruvar, no relativna promjena smanjenja broja stanovništva, prikazano u grafičkom prikazu 2, daje drugačiju sliku.

94 Obrada autora prema podacima DSZ-a

Grafički prikaz 2. Postotno smanjenje broja stanovnika po JLS-u, popis 2001. do popis 2021.



Izvor: dsz.gov.hr, obrada autori

Iz grafičkog prikaza 2 vidljivo je da svi gradovi i općine imaju veće relativno smanjenje broja stanovništva u promatranom periodu od prosjeka Republike Hrvatske koji iznosi $-12,37\%$. Najveće relativno smanjenje broja stanovništva imaju općine kao manje administrativne cjeline. Najmanja relativna smanjenja broja stanovništva imaju najveći gradovi: Virovitica -15% , Pakrac -20% , Slatina i Novska -22% , Lipik -23% . Izuzetci su od ovog trenda grad Nova Gradiška gdje je evidentirano najveće relativno smanjenje broja stanovništva u gradu od -26% i općina Dragalić čije je relativno smanjenje broja stanovništva manje i od većine gradova -17% . Valja primijetiti da je jedino općina Dragalić imala povećanje apsolutnog broja stanovništva u popisu iz 2011. u odnosu na popis 2001. (tablica 5). Najveće relativno smanjenje broja stanovništva imale su općine: Sopje -65% , Stara Gradiška -47% , Okučani -45% , Vrbje -42% , Dežanovac -41% .

Usprkos prikazanim pokazateljima zapadna Slavonija ima potencijala, ne samo za zaustavljanje ovih trendova, nego i za daljnji iskorak u razvoju. Tradicionalni resursi kojima zapadna Slavonija raspolaže su: drveno bogatstvo, nemetalne mineralne sirovine (građevni kamen i šljunak, kvarcni pijesak, grafit), energetske mineralne sirovine (prirodni plin, geotermalne vode). Kako bi se ovi, ali i drugi resursi bolje iskoristavali potrebna je intervencija države u: novi administrativno-teritorijalni ustroj, ograničavanje izvoza proizvoda niže dodane vrijednosti, poticaje razvoja zdravstvenog turizma, revitalizaciju javnog prijevoza (pruga Banova Jaruga – Virovitica), poticanju razvoja prilagođene fiskalne politike. Ovo su samo neke od mogućih mjera i smjerova razvoja, a za daljnje promišljanje koncepata razvojnih politika ovog područja potrebne su detaljnije rasprave i istraživanja koja prelaze okvire ovog rada.

6. ZAKLJUČAK

Na temelju povijesnog pogleda može se zaključiti da je Slavonija omeđena rijekama Savom i Dravom, a zapadna granica Slavonije poklapa se s tokom rijeke Ilove. Zapadna Slavonija definira se područjem općina zatečenih osamostaljenjem Republike Hrvatske 1991. godine: Nova Gradiška, Novska, Pakrac, Daruvar, Grubišno Polje, Slatina i Virovitica. Novim teritorijalnim ustrojem iz 2006. godine ovo područje čini 8 gradova i 17 općina administrativno podijeljeno u pet županija.

Podatci o indeksu razvijenosti iz 2010. i 2013. godine pokazuju da sve JLS zaostaju za prosjekom razvoja ostalih JLS-a Republike Hrvatske. Indeks razvijenosti u 2013. godini čak je i manji nego onaj iz 2010. godine, uz zanemarive izuzetke triju JLS-a. Na temelju indeksa razvijenosti iz 2018. godine 68 % JLS-a zapadne Slavonije razvrstano je u dvije najniže razvojne skupine. Isto tako na temelju ovog pokazatelja i županije kojima administrativno pripada ovo područje razvrstane su u najnižu razvojnu skupinu. Valja zaključiti da administrativna sjedišta županija imaju natprosječan indeks razvijenosti i sva pripadaju u visoku šestu razvojnu skupinu, što ukazuje na djelovanje centripetalnih sila razvoja, dok su centrifugalni efekti izostali.

U pogledu kretanja broja stanovnika prema popisima stanovništva iz 2001., 2011., i 2021. godine podatci su poražavajući. U ovom periodu broj stanovništva smanjen je za 42 435 stanovnika. Tako da su iz zapadne Slavonije „nestali“ od 2001. do 2021. gradovi Virovitica, Nova Gradiška i općina Lipovljani. Relativna promjena broja stanovnika u zapadnoj Slavoniji u promatranom periodu je -26,27 %, dvostruko veća nego na razini Republike Hrvatske koja iznosi

– 12,37 %.

Zapadna Slavonija ima resursa i potencijala kojima se može pokrenuti razvoj ovog područja. O konceptima razvoja ovog područja potrebno je provesti detaljnije analize i istraživanja koja prelaze okvire ovog rada, ali svakako predstavljaju motiv i izazov.

LITERATURA

1. Andrić, S. *Slavonija – Hrvatski institut za povijest*, preuzeto s: hips.hr/slavonija/ (4. 6. 2023.)
2. Balta, I. (2005). *Slavonija i slavonske jedinice u Prvome svjetskom ratu*, Polemos, vol. 8., br. 1-2, str. 205-219.
3. Crkvenčić, I., Pepeonik, Z., (1993). *Zapadna Slavonija – razvoj narodnosnog sastava*, Društvena istraživanja, vol. 2., br. 4-5, str. 335-364.
4. *Domovinski rat. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. preuzeto s: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=15884> (13. 6. 2023.)
5. Državni zavod za statistiku, preuzeto s: <https://dzs.gov.hr/popisi-stanovnistva/421> (26. 6. 2023.)
6. Čavrak, V. (2011). *Gospodarstvo Hrvatske*, ur. Čavrak V., Politička kultura, Zagreb.
7. Indeks razvijenosti, preuzeto s: <https://razvoj.gov.hr/o-ministarstvu/regionalni-razvoj/indeks-razvijenosti/112> (13. 6. 2023.)
8. Klarić, Z. (2016). *Geografski aspekti teritorijalnog ustroja Hrvatske i usporedba s drugim europskim zemljama*, Hrvatski geografski glasnik, vol. 78., br. 2. str. 49 – 75.
9. Krnić, Z. (1978). *Slavonija 1941*. MOO SUBNOR, Zajednice općina Osijek.
10. Marčelić, S. (2015). *Kritička analiza hrvatskog indeksa razvijenosti: tri tipa razvoja i njihov regionalni položaj*, Revija za socijalnu politiku, vol. 22., br 3. str 309-333.
11. Maočanin, N. (2001). *Slavonija i Srijem u razdoblju osmanske vladavine*, Hrvatski institut za povijest, Podružnica za povijest Slavonije, Srijema i Baranje, Slavonski Brod.
12. Marković, M. (2002). *Slavonija, povijest naselja i podrijetlo stanovništva*, Golden marketing, Zagreb.
13. Mataz, D. (2017). *Drugi svjetski rat u Zapadnoj Slavoniji*, završni rad, preuzeto s: <file:///C:/Users/TVIN PC/Desktop/ZAPADNA%20SLAVONIJA/2%20SV%20RAT%20SLAV.pdf> (12. 6. 2023.).

14. Njegač, D. (1991). *Neki pokazatelji polariziranog razvoja Hrvatskog zagorja*, Radovi, vol. 26., br. 26. str. 79-98.
15. Škijan, F. (2009). *Graditeljska baština Zapadne Slavonije nestala u 19. i 20. stoljeću*, Scrinia Slavonica, vol. 9., br. 1. str 183-220.
16. Škvorc, Đ. (2009). *Zapadna Slavonija uoči i u Domovinskom ratu do studenoga 1991. godine*, Cris, vol. XI, br. 1/2009. str. 116-125.
17. Tolušić, E. (2011). *Regionalni razvoj Republike Hrvatske s posebnim osvrtom na Virovitičko-podravsku županiju*, Praktični menadžment, vol. II br. 2. str. 92-97.
18. Zakon o područjima županija, gradova i općina u Republici Hrvatskoj, preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/437/Zakon-o-podru%C4%8Djima-%C5%BEupanija%2C-gradova-i-op%C4%87ina-u-Republici-Hrvatskoj> (19. 6. 2023.).
19. Žuljić, S. (2001). *Regionalno i teritorijalno ustrojstvo Hrvatske u razdoblju između godina 1945. – 2000*. Ekonomski pregled, vol. 52. br.1-2., str 3 -28.

DOSTUPNOST SOCIJALNIH USLUGA ZA STARIJE OSOBE U REPUBLICI HRVATSKOJ: ANALIZA PO ŽUPANIJAMA I REGIJAMA

Pregledni rad

Danijel Knežević

Visoko učilište Algebra
Gradišćanska ul. 24
10000 Zagreb
danijel.knezevic@algebra.hr

Maja Has

Visoko učilište Algebra
Gradišćanska ul. 24
10000 Zagreb
maja.has@algebra.hr

Vinko Miličević

Grad Zagreb
Trg Stjepana Radića 1
10000 Zagreb
Vinko.Milicevic@zagreb.hr

Sažetak

Starenje stanovništva jedan je od najznačajnijih trendova s kojim se suvremena društva diljem svijeta susreću, a koji nije zaobišao ni Republiku Hrvatsku, zbog čega raste potreba za socijalnim uslugama za starije osobe. Međutim, dostupnost socijalnih usluga za starije osobe u Republici Hrvatskoj nije jednaka u svim županijama i regijama zbog čega je cilj rada prikazati dostupnost socijalnih usluga za starije osobe po županijama i po regijama (Jadranska i Kontinentalna Hrvatska) u Republici Hrvatskoj. Podatci za empirijski dio rada prikupljeni su iz Nacionalnog plana razvoja socijalnih usluga za razdoblje od 2021. do 2027. godine Ministarstva rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike. Rezultati ukazuju na postojanje razlika u dostupnosti socijalnih usluga za starije osobe u Republici Hrvatskoj, skupno po županijama i po promatranim regijama (Jadranska i Kontinentalna Hrvatska). Rezultati analize mogu poslužiti kao temelj za razvoj socijalnih politika za starije osobe usmjerenih na povećanje broja socijalnih usluga za starije osobe u županijama i regijama Republike Hrvatske na kojima nisu dostatne kako bi se smanjile razlike u odnosu na druga područja Republike Hrvatske.

Ključne riječi: socijalne usluge, starije osobe, Republika Hrvatska

AVAILABILITY OF SOCIAL SERVICES FOR THE ELDERLY IN THE REPUBLIC OF CROATIA: ANALYSIS BY COUNTIES AND REGIONS

Abstract

Population aging is one of the most significant trends facing modern societies worldwide. This trend has not left the Republic of Croatia unscathed, which is why the need for social services for the elderly is growing. However, the availability of social services for the elderly in the Republic of Croatia is not the same in all counties and regions, which is why the aim of the paper is to present the availability of social services for the elderly by counties and regions (Adriatic and Continental Croatia) in the Republic of Croatia. The data for the empirical part of the paper comes from the National Plan for the Development of Social Services for the period from 2021 to 2027 of the Ministry of Labour, Pension System, Family and Social Policy. The results indicate the existence of differences in the availability of social services for the elderly in the Republic of Croatia, both overall by county and by observed region (Adriatic and Continental Croatia). The results of the analysis can serve as a basis for the development of social policies for the elderly aimed at increasing the number of social services for the elderly in the counties and regions of the Republic of Croatia where they are insufficient in order to reduce the disparities compared to other areas of the Republic of Croatia.

Keywords: social services, elderly people, Republic of Croatia

1. UVOD

Društveni fenomen starenja stanovništva posljedica je djelovanja nekoliko čimbenika. U postojećoj literaturi moguće je identificirati dvije temeljne determinante starenja stanovništva, a one su „starenje odozgo“ te „starenje odozdo“. „Starenje odozgo“ odnosi se na produženje ljudske životne dobi, dok „starenje odozdo“ proizlazi iz smanjenih stopa fertiliteta i sve manjeg broja djece i mladih koji će u budućnosti činiti radno aktivnu populaciju (Puljiz, 2016). Također, starenju stanovništva pridonose i druge društvene, demografske i ekonomske promjene poput smanjenja smrtnosti djece, napretka u javnom zdravstvu i medicini, povećane svijesti o dobrobitima zdravog načina života, promjena radnih obrazaca i veće usmjerenosti na tercijarna zanimanja i migracija stanovništva (European Union, 2020; Eurostat, 2023).

Projekcije Eurostata (2023) predviđaju kako će populacija osoba starijih od 65 ili više godina porasti s 90,5 milijuna, koliko je bilo evidentirano početkom 2019. godine, na 129,8 milijuna do 2050. godine. U istom razdoblju predviđa se da će se broj stanovnika u dobi od 75 do 84 godine povećati za 56,1 % dok će se broj stanovnika u dobi od 65 do 74 godine povećati za 16,6 %. I u Republici Hrvatskoj moguće je identificirati trend kontinuiranog starenja stanovništva. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (2022) prosječna starost ukupnog stanovništva Republike Hrvatske u 2021. godini iznosila je 44,3 godine (muškarci 42,5 godina, žene 45,9 godina), a ove brojke svrstavaju hrvatsko stanovništvo među najstarije nacije Europe. Jedan je od pokazatelja starosti stanovništva i indeks starenja koji pokazuje postotni udio osoba starijih od 60 godina u odnosu na broj stanovnika u dobi od 0 do uključujući 19 godina života. Indeks starenja veći od 40 % ukazuje kako je stanovništvo određene zemlje zašlo u proces starenja (CERANEO, 2016). U 2021. godini indeks starenja iznosio je 155,6 %, 2011. godine 115,7 % dok je 1971. godine iznosio 47,2 % (DZS, 2022). Navedene brojke, na europskoj i nacionalnoj razini, ukazuju na zaključak kako starenje stanovništva i njegove implikacije na društvo, zdravstvo, mirovinski sustav i gospodarstvo predstavljaju ozbiljne teme i izazove kojima treba aktivno upravljati.

Važnost zaštite osoba starije životne dobi kao ranjive skupine proizlazi iz Ustava Republike Hrvatske i nekoliko zakona koji definiraju njihovu ranjivost. U Ustavu (Narodne novine, 05/14) je istaknuto da slabim, nemoćnim i drugim, zbog nezaposlenosti ili nesposobnosti za rad, nezbrinutim osobama država osigurava pravo na pomoć za podmirenje osnovnih životnih potreba (Grad Zagreb, 2020). Ustavom se naglašava i dužnost svih da štite nemoćne i starije osobe te da su djeca dužna brinuti se za stare i nemoćne roditelje (Narodne novine, 05/14). Zakon o socijalnoj skrbi (Narodne novine, 119/22) osobe starije životne dobi definira kao osobe koje su navršile 65 i više godina života, a starije i nemoćne osobe prepoznaje kao posebno osjetljivu kategoriju korisnika. Obiteljski zakon (Narodne novine, 47/20) propisuje obvezu uzdržavanja roditelja od strane punoljetnog djeteta, u situacijama kada roditelj nije sposoban za rad, a nema dovoljno sredstava za život ili ih ne može ostvariti iz svoje imovine. Zakon o zaštiti od nasilja u obitelji (Narodne novine, 114/22) propisuje da osobe starije životne dobi kao žrtve nasilja u obitelji uživaju posebnu zaštitu, a da su tijela koja postupaju povodom nasilja u obitelji dužna poštovati dostojanstvo osobe starije životne dobi kao žrtve nasilja te poštivati posebnosti koje proizlaze iz njezine dobi (Grad Zagreb, 2020).

Dostupnost socijalnih usluga za starije osobe u Republici Hrvatskoj je, s obzirom na trenutne potrebe za socijalnim uslugama za starije osobe, nedovoljna, s time da će potrebe za socijalnim uslugama za starije osobe u budućnost

biti sve veće s obzirom na trend starenja stanovništva (Svjetska banka, 2019). Slično smatraju i Knezić i Opačić (2021) koje navode kako za starije osobe postoji široka rasprostranjenost najvećeg broja socijalnih usluga u odnosu na druge kategorije stanovnika (primjerice djeca, mladi, obitelji i drugi), postojeće socijalne usluge prema mišljenju stručnjaka i predstavnika lokalne samouprave i dalje ne zadovoljavaju potrebe starijih osoba (osim usluge pomoći u obavljanju svakodnevnih aktivnosti). O važnosti istraživanja dostupnosti socijalnih usluga za starije osobe u Republici Hrvatskoj po županijama i regijama govori činjenica da je jedan od strateških ciljeva Vlade Republike Hrvatske smanjivanje regionalnih nejednakosti u pristupu socijalnim uslugama (Svjetska banka, 2019).

Različiti su razlozi zašto je u Republici Hrvatskoj došlo do nejednakosti u ponudi socijalnih usluga u različitim županijama i regijama. Jedan od razloga nejednakačnosti ponude socijalnih usluga unutar Republike Hrvatske proizlazi iz institucionalnog sustava iz prošlosti u kojemu su se domovi socijalne skrbi osnivali prema dostupnosti zgrada u vlasništvu države koje bi bile adekvatne za smještanje većeg broja osoba, a ne prema potrebama lokalne zajednice (posljedica navedenoga je da se, primjerice, u Krapinsko-zagorskoj županiji nalaze čak četiri državna doma koja su ostala kao naslijeđe) (Svjetska banka, 2019). Drugi je razlog nedostupnost ustanova za pružanje usluga socijalne skrbi za starije osobe na određenim područjima pa se, primjerice, udomiteljstvo razvijalo uglavnom u ruralnim krajevima gdje nema ustanova za pružanje usluga socijalne skrbi za starije osobe, a treći razlog odnosi se na djelovanje nevladinih organizacija na određenim područjima pa je tako razvoj izvaninstitucionalnih usluga u nekim područjima, primjerice u Osječko-baranjskoj županiji, bio potaknut djelovanjem nevladinih organizacija (Svjetska banka, 2019).

Cilj je rada istražiti dostupnost socijalnih usluga po županijama i regijama (Jadranska i Kontinentalna Hrvatska) u Republici Hrvatskoj. Prema MROSP (n.d) socijalne usluge koje mogu ostvariti starije osobe su: prva socijalna usluga (odnosi se na informiranje korisnika o socijalnim uslugama i pružateljima socijalnih usluga za starije osobe i dr.), savjetovanje i pomaganje (odnosi se na sustavnu stručnu pomoć kod prevladavanja poteškoća koje ometaju svakodnevno funkcioniranje pojedinca ili obitelji), pomoć u kući (odnosi se na pomoć kod prehrane i obavljanja kućanskih poslova starijih osoba i dr.), boravak (odnosi se na cjelodnevno ili poludnevno zadovoljenje životnih potreba korisnika), smještaj (odnosi se na privremeni ili dugotrajni smještaj u koji je uključeno stanovanje, prehrana, njega starijih osoba i dr.), organizirano stanovanje (odnosi se na cjelodnevno osiguravanje osnovnih životnih i drugih potreba – socijalnih, radnih, kulturnih i dr.) starijih osoba uz pomoć stručne ili druge osobe (stalnu ili privremenu). U empirijskom dijelu rada, zbog do-

stupnosti podataka, u analizu dostupnosti socijalnih usluga za starije osobe prema županijama i regijama uključene su socijalne usluge za starije osobe: pomoć u kući, smještaj, boravak, organizirano stanovanje.

U radu su postavljena dva istraživačka pitanja: Postoje li razlike u dostupnosti socijalnih usluga među županijama u Republici Hrvatskoj? Postoje li razlike u dostupnosti socijalnih usluga između županija Jadranske Hrvatske i Kontinentalne Hrvatske? Analiza je provedena na temelju sekundarnih izvora, odnosno podataka iz Nacionalnog plana razvoja socijalnih usluga za razdoblje od 2021. do 2027. godine Ministarstva rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike. Rad je sadržajno podijeljen u šest poglavlja. U uvodu je prikazana važnost teme starenja stanovništva i aktivnog promišljanja o dostupnosti socijalnih usluga za starije osobe u Republici Hrvatskoj. Drugo poglavlje odnosi se na starenje stanovništva u kontekstu socijalnog okruženja. Treće poglavlje predstavlja zakonodavni okvir sustava socijalne skrbi za starije osobe u Republici Hrvatskoj. U četvrtom poglavlju prikazan je pregled dosadašnjih istraživanja dostupnosti socijalnih usluga za starije osobe u Republici Hrvatskoj. U petom poglavlju prikazana je empirijska analiza i rasprava dostupnosti socijalnih usluga za starije osobe po županijama i regijama u Republici Hrvatskoj, a šesto poglavlje predstavlja zaključak u kojem su sažeto prikazane temeljne spoznaje rada.

2. STARIJE STANOVNIŠTVO U KONTEKSTU SOCIJALNOG OKRUŽENJA

Brojne društvene i ekonomske promjene utjecale su na neposredno socijalno okruženje starijih naraštaja (Jedvaj, Štambuk & Rusac, 2014). Na životnu i obiteljsku situaciju starijih osoba utjecale su promjene koje su se dogodile u strukturi i oblicima obitelji (Šućur, 2000). Početkom dvadesetog stoljeća starije su osobe predstavljale glavu obitelji, a briga za njih doživljavala se kao dužnost. Za razliku od nekadašnjih vremena, u današnje se vrijeme starije osobe veoma često doživljava kao ovisne članove obitelji, a gotovo da i ne postoje tradicionalne obiteljske i socijalne mreže koje su pružale sigurnost ostarjelim članovima društva (Šućur, 2000). Oslabljena je i uloga obitelji koja je nekada bila glavni izvor potpore i pomoći starijim članovima dok su dio inicijativa usmjerenih potpori starijim osobama preuzele institucije i lokalne zajednice, državne i privatne ustanove, crkvene organizacije i neprofitne udruge (Jedvaj, Štambuk & Rusac, 2014). Jednako tako, sve veća zaposlenost žena, migracije stanovništva, pomicanje dobi umirovljenja te promjena sustava vrijednosti u kontekstu odgovornosti skrbi za starije osobe, društvene su promjene koje dovede i do većeg manjka skrbi za starije osobe i upućuju na zaključak kako će

sve više starijih osoba u budućnosti trebati dugotrajnu skrb (Dobrotić, 2016). Iz tog je razloga aktivno djelovanje u području dostupnosti socijalnih usluga za starije osobe jedan od važnih zadataka svih relevantnih institucija posvećenim unaprjeđenju socijalne politike.

Trendovi rasta udjela starijih osoba u ukupnom stanovništvu i sve veća važnost skupine starijih osoba u svim područjima života impliciraju zahtjeve za promjenom i pristupima prema starijim osobama. Trenutna situacija po pitanju dostupnosti socijalnih usluga i infrastrukture postavlja pitanja održivosti, dostupnosti i primjerenosti postojećih oblika skrbi za buduće generacije starijih osoba. Laklija, Rusac i Žganec (2008) ističu kako starije osobe ne doživljavaju sebe kao odvojenu populacijsku skupinu već se smatraju integralnim dijelom zajednice u kojoj aktivnim uključivanjem žive, rade i stvaraju. Nadalje, Jedvaj, Štambuk i Rusac (2014) ističu kako starije osobe već danas imaju više slobodnog vremena, više neovisnosti i sigurnosti, a nove generacije starijih osoba bit će zdravije i boljeg obrazovanja, a time će i u budućnosti očekivati dostojnu starost i bolje uvjete života. Navedene promjene mogu poslužiti kao osnova podrške konceptu aktivnog starenja. Osnovna je svrha aktivnog starenja proširiti i obogatiti paletu mogućnosti koje su dostupne starijim osobama da one mogu ostvariti puni potencijal svojih sposobnosti i prenijeti svoje akumulirano znanje i iskustvo na mlađe generacije (European Commission, 2012). Podršku konceptu aktivnog starenja uputila je i Svjetska zdravstvena organizacija kada je u kolovozu 2020. godine usvojila dokument Akcijskog plana „Desetljeće zdravog starenja 2020. – 2030.“ (Nastavni zavod za javno zdravstvo dr. Andrija Štampar). Jedan od četiriju ključnih gerontoloških izazova koji su obuhvaćeni Akcijskim planom za sljedeće desetljeće zdravog starenja je osiguranje dostupnosti dugotrajne skrbi za starije osobe (WHO, 2020), što je poziv na zajedničko djelovanje i usklađenu suradnju svih relevantnih aktera koji su usmjereni zaštititi zdravlje i unaprjeđenju kvalitete života osoba starije životne dobi.

3. DOSADAŠNJA ISTRAŽIVANJA DOSTUPNOSTI SOCIJALNIH USLUGA ZA STARIJE OSOBE U REPUBLICI HRVATSKOJ

Dosadašnja istraživanja dostupnosti socijalnih usluga za starije osobe u Republici Hrvatskoj prikazana su kronološki.

Babić (2017.) je na temelju usporedbe socijalnih programa u četiri odabrana grada (Zagreb, Rijeka, Virovitica i Županja) došao do zaključka da je dostupnost institucionalne skrbi za starije osobe u Republici Hrvatskoj u velikoj

mjeri ovisna o mjestu stanovanja te socioekonomskom statusu starijih osoba ili članova njihovih obitelji.

Matković (2018.) je, pak, na temelju analize sustava socijalne skrbi u četiri grada u Republici Hrvatskoj (Zagreb, Split, Rijeka i Osijek) došla do zaključka kako je starijim osobama u Gradu Zagrebu dostupan veći broj socijalnih prava, kao i veći broj smještajnih kapaciteta u javnim, odnosno županijskim domovima, u odnosu na starije osobe u Splitu, Rijeci i Osijeku.

Svjetska banka (2019.) je u okviru analitičke podloge za Nacionalnu razvojnu strategiju Republike Hrvatske do 2030. godine, s ciljem planiranja potrebnih usluga na regionalnoj razini (NUTS3), analizirala dostupnost socijalnih usluga na županijskoj razini u Republici Hrvatskoj, kao i proces transformacije institucionalne skrbi i napredak u razvoju usluga u zajednici. Analiza ukazuje na to da se potrebe za socijalnim uslugama i dostupnost socijalnih usluga razlikuju po karakteristikama i specifičnostima županija, pri čemu se navodi kako je najveći izazov organizirati socijalne usluge u županijama gdje živi pretežno staro stanovništvo s najvećim potrebama za socijalnom skrbi, poput Šibensko-kninske i Ličko-senjske županije.

Knezić i Opačić (2021) su na uzorku od 395 jedinica lokalne samouprave, od čega su 284 općine i 112 gradova, istraživale razlike u dostupnosti socijalnih usluga za starije osobe: između ruralnih i urbanih mjesta, s obzirom na veličinu grada, odnosno s obzirom na broj stanovnika, s obzirom na regionalnu pripadnost jedinica lokalne samouprave i u potpomognutim područjima i područjima koja su po indeksu razvijenosti iznad prosjeka Republike Hrvatske. Kada se promatra razlika u dostupnosti socijalnih usluga za starije osobe između ruralnih i urbanih mjesta u Republici Hrvatskoj, za većinu socijalnih usluga za starije osobe postoje značajne razlike u dostupnosti između ruralnih i urbanih sredina, dok za manji dio socijalnih usluga za starije osobe ne postoje statistički značajne razlike u dostupnosti između ruralnih i urbanih sredina, što upućuje na to da su socijalne usluge za starije osobe dostupnije starijim osobama u urbanim sredinama, odnosno da je vjerojatnije da će starijoj osobi koja živi u urbanoj sredini biti dostupna socijalna usluga u odnosu na stariju osobu koje žive u ruralnoj sredini. Promatrajući dostupnost socijalnih usluga za starije osobe s obzirom na veličinu grada, odnosno broj stanovnika, zaključuju da što je veći grad, odnosno što je veći broj stanovnika, veća je i vjerojatnost da će starijim osobama biti dostupne socijalne usluge. Rezultati koji se tiču regionalne dostupnosti socijalnih usluga za starije osobe ukazuju na to da se dostupnost usluga razlikuje s obzirom na regionalnu pripadnost jedinica lokalne samouprave tako da starije osobe imaju najmanje dostupne usluge u jedinicama lokalne samouprave u Panonskoj Hrvatskoj, dok su usluge za starije osobe najdostupnije u jedinicama lokalne samouprave u Sjevernoj

Hrvatskoj i Gradu Zagrebu. Rezultati dostupnosti usluga za starije osobe u potpomognutim područjima i područjima koja su po indeksu razvijenosti iznad prosjeka Republike Hrvatske ukazuju na to da iako su u potpomognutim područjima veći udjeli starije populacije u odnosu na područja koja su po indeksu razvijenosti iznad prosjeka Republike Hrvatske, zbog nepovoljnih demografskih trendova, rjeđe su dostupne socijalne usluge za starije osobe.

4. EMPIRIJSKA ANALIZA I RASPRAVA DOSTUPNOSTI SOCIJALNIH USLUGA ZA STARIJE OSOBE PO ŽUPANIJAMA I REGIJAMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Empirijska analiza dostupnosti socijalnih usluga za starije osobe po županijama i regijama u Republici Hrvatskoj temelji se na podacima prikupljenim iz Nacionalnog plana razvoja socijalnih usluga za razdoblje od 2021. do 2027. godine Ministarstva rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike.

U tablici 1 prikazana je dostupnost socijalnih usluga za starije osobe po županijama u Republici Hrvatskoj.

Tablica 1. Dostupnost socijalnih usluga za starije osobe po županijama

Županija	Pomoć u kući	Boravak	Smještaj	Organizirano stanovanje
Zagrebačka	+	+	+	+
Krapinsko-zagorska	+	-	+	+
Sisačko-moslavačka	+	+	+	-
Karlovačka	+	-	+	-
Varaždinska	+	+	+	-
Koprivničko-križevačka	+	-	+	-
Bjelovarsko-bilogorska	+	+	+	+
Primorsko-goranska	+	+	+	+
Ličko-senjska	+	+	+	-
Virovitičko-podravska	+	+	+	-
Požeško-slavonska	+	-	+	-
Brodsko-posavska	+	-	+	-
Zadarska	+	-	+	+
Osječko-baranjska	+	+	+	+
Šibensko-kninska	+	+	+	+

Vukovarsko-srijemska	+	+	+	-
Splitsko-dalmatinska	+	+	+	-
Istarska	+	+	+	+
Dubrovačko-neretvanska	+	+	+	+
Međimurska	+	+	+	-
Grad Zagreb	+	+	+	+

Izrada: autori prema MROSP (2021.)

Iz tablice je vidljivo da su socijalne usluge pomoći u kući i smještaja za starije osobe dostupne u svim županijama u Republici Hrvatskoj. Socijalna usluga boravka za starije osobe nije dostupna u šest županija u Republici Hrvatskoj (Krapinsko-zagorska, Karlovačka, Koprivničko-križevačka, Požeško-slavonska, Brodsko-posavska i Zadarska), dok socijalna usluga organiziranog stanovanja za starije osobe nije dostupna u jedanaest županija u Republici Hrvatskoj (Sisačko-moslavačka, Karlovačka, Varaždinska, Koprivničko-križevačka, Ličko-senjska, Virovitičko-podravska, Požeško-slavonska, Brodsko-posavska, Vukovarsko-srijemska, Splitsko-dalmatinska, Međimurska). Na temelju navedenoga može se zaključiti da postoje razlike u dostupnosti socijalnih usluga za starije osobe po županijama u Republici Hrvatskoj.

Rezultati su u skladu s analizom Svjetske banke (2019) koja ukazuje na to da se potrebe za socijalnim uslugama i dostupnost socijalnih usluga razlikuju s obzirom na karakteristike i specifičnosti županija.

U tablici 2 prikazana je dostupnost socijalnih usluga za starije osobe u županijama Jadranske Hrvatske.

Tablica 2. Dostupnost socijalnih usluga za starije osobe u županijama Jadranske Hrvatske

Županija	Pomoć u kući	Boravak	Smještaj	Organizirano stanovanje
Primorsko-goranska	+	+	+	+
Ličko-senjska	+	+	+	-
Zadarska	+	-	+	+
Šibensko-kninska	+	+	+	+
Splitsko-dalmatinska	+	+	+	-
Istarska	+	+	+	+

Dubrovačko-neretvanska	+	+	+	+
UKUPNO (%)	7/7 (100)	6/7 (86)	7/7 (100)	5/7 (71)

Izrada: autori prema MROSP (2021.)

Iz tablice je vidljivo da su socijalne usluge pomoći u kući i smještaja za starije osobe dostupne u svim županijama Jadranske Hrvatske, dok je socijalna usluga boravka za starije osobe dostupna u 6 od 7 županija, a socijalna usluga organiziranog stanovanja za starije osobe u 5 od 7 županija.

U tablici 3 prikazana je dostupnost socijalnih usluga za starije osobe po županijama Kontinentalne Hrvatske.

Tablica 3. Dostupnost socijalnih usluga za starije osobe po županijama Kontinentalne Hrvatske

Županija	Pomoć u kući	Boravak	Smještaj	Organizirano stanovanje
Zagrebačka	+	+	+	+
Krapinsko-zagorska	+	-	+	+
Sisačko-moslavačka	+	+	+	-
Karlovačka	+	-	+	-
Varaždinska	+	+	+	-
Koprivničko-križevačka	+	-	+	-
Bjelovarsko-bilogorska	+	+	+	+
Virovitičko-podravska	+	+	+	-
Požeško-slavonska	+	-	+	-
Brodsko-posavska	+	-	+	-
Osječko-baranjska	+	+	+	+
Vukovarsko-srijemska	+	+	+	-
Međimurska	+	+	+	-
Grad Zagreb	+	+	+	+
UKUPNO (%)	14/14 (100)	9/14 (64)	14/14 (100)	5/14 (36)

Izrada: autori prema MROSP (2021.)

Iz tablice je vidljivo da su socijalne usluge pomoći u kući i smještaja za starije osobe dostupne u svim županijama Kontinentalne Hrvatske, dok je socijalna

usluga za starije osobe boravak dostupna u 9 od 14 županija, a socijalna usluga organiziranog stanovanja u 5 od 14 županija.

Na temelju podataka iz tablica može se zaključiti kako postoje razlike u dostupnosti socijalnih usluga za starije osobe po županijama Jadranske i Kontinentalne Hrvatske s time da su socijalne usluge za starije osobe relativno dostupnije u županijama Jadranske Hrvatske.

Rezultati su u skladu s Knezić i Opačić (2021) koje ukazuju na razlike u dostupnosti socijalnih usluga za starije osobe s obzirom na regionalnu pripadnost jedinica lokalne samouprave, s time da su starijim osobama u jedinicama lokalne samouprave u Panonskoj Hrvatskoj najmanje dostupne socijalne usluge, dok su starijim osobama u jedinicama lokalne samouprave u Sjevernoj Hrvatskoj i Gradu Zagrebu najdostupnije socijalne usluge. Iako su Knezić i Opačić (2021) promatrale razlike u dostupnosti socijalnih usluga za starije osobe prema NUTS 2 klasifikaciji regija, a ne prema podjeli na Jadransku i Kontinentalnu Hrvatsku, rezultati ukazuju na postojanje različite regionalne dostupnosti socijalnih usluga za starije osobe u Republici Hrvatskoj.

5. ZAKLJUČAK

Ovim radom naglašena je važnost zaštite osoba starije životne dobi, ali i potreba za većom dostupnosti socijalnih usluga za starije osobe s obzirom na rastuće potrebe. Socijalne usluge za starije osobe koje su analizirane u okviru empirijskog dijela rada, po županijama skupno i odvojeno po regijama (Jadranska i Kontinentalna Hrvatska) su: pomoć u kući, boravak, smještaj i organizirano stanovanje. Rezultati ukazuju na to da postoje razlike u dostupnosti socijalnih usluga po županijama u Republici Hrvatskoj jer su u samo 6 županija dostupne sve promatrane socijalne usluge za starije osobe (Zagrebačka, Bjelovarsko-bilogorska, Primorsko-goranska, Istarska, Dubrovačko-neretvanska i Grad Zagreb). Osim toga, rezultati ukazuju na to da su socijalne usluge za starije osobe relativno dostupnije u županijama Jadranske Hrvatske u odnosu na relativnu dostupnost socijalnih usluga za starije osobe u županijama Kontinentalne Hrvatske. Naime, socijalne usluge pomoći u kući i smještaja dostupne su u svim županijama Republike Hrvatske (i onima u Jadranskoj i onima u Kontinentalnoj Hrvatskoj). Međutim, razlika postoji u dostupnosti socijalnih usluga boravka i organiziranog stanovanja s obzirom na pripadnost pojedinoj županiji, kao i na regionalnu pripadnost pojedine županije, jer socijalna usluga boravka za starije osobe nije dostupna u šest županija u Republici Hrvatskoj, dok socijalna usluga organiziranog stanovanja za starije osobe nije dostupna u jedanaest županija u Republici Hrvatskoj. Nadalje, u 86 % županija Jadranskoj

ske Hrvatske dostupna je socijalna usluga boravka za starije osobe, za razliku od 64 % županija Kontinentalne Hrvatske. U 71 % županija Jadranske Hrvatske dostupna je socijalna usluga organiziranog stanovanja za starije osobe, za razliku od 36 % županija Kontinentalne Hrvatske. Radom su proširene dosadašnje spoznaje o regionalnoj dostupnosti socijalnih usluga u Republici Hrvatskoj.

LITERATURA

1. Babić, Z. (2017.) Decentralizacija socijalne skrbi i socijalne nejednakosti: slučaj Hrvatske, *Revija za socijalnu politiku*, god. 25, br. 1, str. 25-48
2. CERANEO (2016). *Socijalna slika Grada Zagreba za 2015. „Odgovori na izazove starenja stanovništva“*. Zagreb: CERANEO – Centar za razvoj neprofitnih organizacija & Socijalno vijeće Grada Zagreba
3. Dobrotić, I. (2016). Razvoj i poteškoće sustava skrbi za starije osobe u Republici Hrvatskoj. *Društvena istraživanja*, 25 (1), p. 21-42.
4. Državni zavod za statistiku (2022). Procjena stanovništva Republike Hrvatske u 2021. [available at: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29032>, access February 25, 2023]
5. European Commission (2012). *Demography, Active Ageing and Pensions – Volume 3: Social Europe guide*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
6. European Union (2020). *Ageing Europe: LOOKING AT THE LIVES OF OLDER PEOPLE IN THE EU*. Luxembourg: Publications Office of the European Union
7. Eurostat (2023). Population structure and ageing [available at: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Population_structure_and_ageing access February 26, 2023]
8. Grad Zagreb (2020). Zagrebačka strategija za unapređenje kvalitete života osoba starije životne dobi za razdoblje od 2020. do 2024. Zagreb: Gradski ured za socijalnu zaštitu i osobe s invaliditetom
9. Jedvaj, S., Štambuk, A. & Rusac, S. (2014). Demografsko starenje stanovništva i skrb za starije osobe u Hrvatskoj. *Socijalne teme*, 1 (1), p. 135-154.
10. Knezić, D. i Opačić, A. (2021) Dostupnost socijalnih usluga u Republici Hrvatskoj. Zagreb: Rehabilitacijski centar za stres i traumu / Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
11. Laklija, M., Rusac, S. & Žganec, N. (2008). Trendovi u skrbi za osobe starije životne dobi u Republici Hrvatskoj i u zemljama Europske Unije. *Revija za socijalnu politiku*, 15 (2), p. 171-188.
12. Narodne novine (n.d., a) Obiteljski zakon. NN 103/15, 98/19, 47/20

13. Matković, M. (2018.). Sustav socijalne skrbi Republike Hrvatske - Studija slučaja četiri grada: Zagreb, Split, Rijeka i Osijek
14. MROSP (n.d.) Katalog prava u sustavu socijalne skrbi za starije osobe
15. MROSP (2021.) Nacionalni plan razvoja socijalnih usluga za razdoblje od 2021. do 2027. godine (prijedlog)
16. Narodne novine (n.d., b) Ustav Republike Hrvatske. NN 56/90, 135/97, 08/98, 113/00, 124/00, 28/01, 41/01, 55/01, 76/10, 85/10, 05/14
17. Narodne novine (n.d., c) Zakon o socijalnoj skrbi. NN 18/22, 46/22, 119/22
18. Narodne novine (n.d., d) Zakon o zaštiti od nasilja u obitelji. NN 70/17, 126/19, 84/21, 114/22
19. Nastavni zavod za javno zdravstvo dr. Andrija Štampar (2020). Međunarodni dan starijih osoba - 1. listopada 2020. [available at: <https://stampar.hr/hr/novosti/međunarodni-dan-starijih-osoba-1-listopada-2020>, access February 23, 2023]
20. Puljiz, V. (2016). Starenje stanovništva – izazov socijalne politike. *Revija za socijalnu politiku*, 23 (1), p. 81-98.
21. Svjetska banka (2019). Analitička podloga za Nacionalnu razvojnu strategiju Republike Hrvatske do 2030. godine: Regionalna dostupnost socijalnih usluga u Hrvatskoj
22. Šućur, Z. (2000). Bračna i obiteljska situacija starih slijepih osoba u Hrvatskoj. *Društvena istraživanja*, 9 (4-5 (48-49)), p. 663-686.
23. WorldHealthOrganization(2020).*Decade of Healthy Ageing: Baseline Report*. [available at: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240017900>, access February 22, 2023]

PROMICANJE DRUŠTVENIH VRIJEDNOSTI PREKO MEDIJA NA PRIMJERU RADIJA

Prethodno priopćenje

Silvija Londero Šimleša

Media servis global
Avenija Većeslava Holjevca 29
10000 Zagreb
silvija.londero.simlesa@mediaservis.hr

Sažetak

Radijsko tržište u Hrvatskoj neprestano se mijenja. Mijenja se i uloga medija u javnome prostoru, kao i utjecaj koji mediji imaju na svoju publiku. Dakako, postoje razlike između javnih i komercijalnih medija u utjecaju na publiku i programskom sadržaju koji emitiraju. Komercijalne radijske postaje imaju djelomičnu obvezu u programskom sadržaju komunicirati o temama od javnog interesa, no češće biraju teme od interesa javnosti jer komercijalni udio radija na tržištu najčešće ovisi o samoj slušanosti radijskog programa. Stoga je i promicanje vrijednosti i tema od javnog interesa preko medija svojstvenije javnim medijima, dok komercijalni mediji imaju širu slobodu pri odabiru tema koje odgovaraju njihovom formatu i programskim osnovama.

U ovom preglednom radu definirat ćemo društvene vrijednosti i vrijednosti demokracije te analizirati kako i u kojoj mjeri mediji utječu na oblikovanje mišljenja publike, s naglaskom na pregled radijskog tržišta na području kontinentalne Hrvatske. Nadalje, ispitat ćemo na koje sve načine mediji ostvaruju povjerenje svoje publike, kao i koji elementi utječu na stupanj tog povjerenja. Također, u radu ćemo analizirati zakonske odredbe regulatora u Hrvatskoj koje se odnose na programske sadržaje radijskih postaja, s ciljem da se utvrdi promiču li i u kojoj mjeri radijske postaje u Hrvatskoj društvene vrijednosti i teme od javnog interesa.

Ključne riječi: *radio, društvene vrijednosti, povjerenje u medije, javni interes*

PROMOTION OF SOCIAL VALUES THROUGH THE MEDIA, FOR EXAMPLE RADIO

Abstract

The radio market in Croatia is constantly changing. The role of the media in the public sphere is also very changeable, as is the influence that the media has on its audience. Of course, there are differences between public and commercial media in terms of influence on the audience and the program content they broadcast. Commercial radio stations are obligated in part to provide the content of public interest, but more often they choose content that is interesting to the public because radio's commercial share of the market usually depends on the audience's ratings of the radio program itself. Therefore, the communication about the values and content of public interest through the media is more characteristic of the public media, while the commercial media have greater freedom in choosing content that fits their format.

In this review paper, we will define social values and the values of democracy and analyze how and to what extent the media influence the formation of public opinion, focusing on an overview of the radio market in the continental part of Croatia. Furthermore, we will explore the concept of trust in the media as well as which elements influence the level of this trust. We will also provide an overview of the legal provisions of the regulatory authority in Croatia that relate to the content of radio in order to determine whether and to what extent radio stations in Croatia promote social values and content of public interest.

Keywords: *radio, social values, trust in media, public interest*

1. UVOD

Zbog svoje brze i relativno nezahtjevne prilagodljivosti, radio gotovo s lakoćom prati sve učestalije promjene na medijskom tržištu. Na fluidnoj i nepredvidljivoj medijskoj karti radio je ostao fleksibilan sudionik te održava programski i poslovni balans koji odgovara na potrebe stalno promjenjivog tržišta. Nove navike slušatelja posljedica su tehnološkog napretka, inovacija i revolucija. Sadržaj koji je već poznat slušatelju sadrži novu perspektivu i dodanu vrijednost već primljenoj informaciji, a publici nudi odgovore na pitanja i rješenja na postavljene probleme. Publika je aktivna i sudjeluje u kreiranju

sadržaja, a radio odavno više nije medij jednosmjerne komunikacije pasivnih konzumenata. Današnja publika želi sudjelovati, a taj novi smjer podrazumijeva komunikaciju sa slušateljem koji želi čuti važne informacije i osjećati se povezano i korisno unutar zajednice.

Iz godine u godinu radio je biran kao medij od najvećeg povjerenja publike što dovoljno govori i o utjecaju kojeg ima na slušatelje. Sadržaj koji emitira ključan je u formiranju mišljenja publike, a teme od društvenog interesa koje promoviraju društvene vrijednosti češće su na javnim nego na komercijalnim radijskim postajama. No, promjenom društvene svijesti mijenja se i javni diskurs kojeg sve češće i u eteru radijskih komercijalnih postaja čine teme koje na pozitivan način utječu na zajednicu.

2. DRUŠTVENE VRIJEDNOSTI I VRIJEDNOSTI DEMOKRACIJE

Bez društvenih vrijednosti teško da bi bilo uređenog društva. Vrijednosti su „temelj društvenih norma koje određuju podjednako društvene odnose i individualno ponašanje“ (Maldini, 2011, str. 148). Prema Maldiniju (2011), društvene vrijednosti uređuju međusobne odnose kao temelj funkcioniranja sustava, a na individualnoj razini predstavljaju usmjerenje djelovanja pojedinca u svakodnevnom životu. Ako su „proširene među populacijom i prihvaćene od većine članova društvene zajednice, vrijednosti i norme su u funkciji društvene kohezije i stabilnosti“ (Maldini, 2011, str. 148). Kada postupamo u skladu s njima, one „daju smisao našem djelovanju i izvor su zadovoljstva“ (Maldini, 2011, str. 151).

S društvenog stajališta „vrijednosti se očituju kao javno proklamirane društvene norme, te kao stvarno vrijedeći postulati i široko prihvaćena načela i vjerovanja na osnovi kojih se ravnaju individualna i kolektivna ponašanja te društveni odnosi“ (Maldini, 2011, str. 151). Taj je odnos međusobno recipročan jer na individualnoj razini pojedinac „na osnovi vrijednosti prosuđuje društvo i usmjerava svoje ponašanje, a istodobno društvo svojim vrijednosnim normama utječe na pojedinca i na njegove stavove“ (Maldini, 2011, str. 151). Kao dio kolektivne svijesti, društvene vrijednosti su „osnova društvenih norma i služe kao idealna osnova za reguliranje individualnog, skupnog i općedruštvenog ponašanja“ (Maldini, 2011, str. 155). Stoga možemo reći kako vrijednosti određuju čovjeka u individualnom i u društvenom smislu jer je „njima prožet čitav čovjekov svijet, njegovo sveukupno djelovanje, svaka individualna odluka, akcija, te stil života njegove zajednice kao izraz sveukupnog postojanja i djelovanja“ (Maldini, 2011, str. 156).

Skup osnovnih vrijednosti, normi i stavova nazivamo vrijednosnim orijentacijama. One su „ključni elementi u ukupnom sustavu ljudskoga vjerovanja te kao takve integriraju i upravljaju nizom specifičnih ljudskih stavova“ (Rokeach 1973, prema Vujčić 2002, str. 245). Samopouzdana građanin je demokratski građanin (Vujčić, 2002), a temeljne vrijednosti demokracije možemo kategorizirati kroz nekoliko osnovnih elemenata: politička tolerancija, sloboda, demokratske norme, ljudska prava, pravo na različitost, sloboda medija i sloboda izbora. Maldini zaključuje kako „uvjerenost građana da su vrijednosti demokracije te koje omogućuju njihovu slobodu, autonomiju, različitost, jednakost i građanska prava čini te vrijednosti i njihovim individualnim vrijednostima“ (Maldini, 2005, str. 83), bez čega demokratski poredak ne bi bio moguć.

3. UTJECAJ MEDIJA NA PUBLIKU

S razvojem modernih medija povezuje se i raskid veza s tradicionalnom medijskom kulturom jer „tehnologija i znanost Zapada sada više nisu njegovo isključivo vlasništvo, te posvuda uništavaju i mijenjaju tradicionalna društva i kulture“ (Almond i Verba, 2000, str. 17). Street naglašava kako je „moderno društvo masovno društvo u kojem bi se novi oblici komunikacija mogli iskoristiti za manipulaciju i kontrolu cijelih društava“ te dodaje da je ono „obilježeno prekidanjem tradicionalnih veza između obitelji i zajednice“ (Street, 2003, str. 71). Razvoj demokracije doveo je do „vrijednosnog razvoja, vrijednosne modernizacije, građana u demokratskim zemljama. Istraživanja pokazuju da se pojavljuju nove vrijednosne orijentacije, postmaterijalističke i postmodernističke, ali da te nove vrijednosti ne istiskuju značajnije stare vrijednosti“ (Vujčić, 2002, str. 18). Prema tome, „masovni mediji predstavljaju središnji živčani sustav društva, presudan informacijski kanal koji treperi bez stanke i omogućuje neprekidnu socijalizaciju – širi informacije, vrijednosti i mišljenja“ (Hiebert, 1991, prema Skoko, 2011, str. 365). A bez djelovanja „starih veza i vrijednosti, masa se mogla lako goniti i usmjeravati poput stada ovaca“ (Street, 2003, str. 71). Street kao primjer navodi radio dramu Orsona Wellesa *Rat svjetova*, događaj koji je obilježilo stvaranje panike zbog prenošenja netočne informacije, a zapravo radio drame o slijetanju Marsovaca, te dodaje kako razmjera koji je poprimio događaj „potvrđuje moć uvjeravanja masovnih medija“ (Street, 2003, str. 71). Shingler i Wieringa (2000) pojašnjavaju kako se 1990-ih udio u oglašavanju na medijskom tržištu povećao jedino na radiju jer su oglašivači shvatili da slušatelji oglasni prostor percipiraju kao sadržaj koji neće mnogo utjecati na njihovo mišljenje, dok s druge strane takva vrsta sadržaja na izravniji način ulazi u njihovu podsvijest. Još za vrijeme Drugog svjetskog rata prepoznata je

dostupnost i utjecaj radija u širenju propagande jer se zbog brzine i utjecaja nametnuo kao medij za informiranje te je zloupotreblijan kao moćan politički instrument (Mučalo, 2010). Nadalje, „ako ljudi ne vjeruju onome što vide, čuju ili čitaju, teško je razumjeti kako sadržaj masovnih medija može utjecati na njih. Smatramo li nešto nevjerojatnim ili izvor nepouzdanim nastojat ćemo to odbaciti – samo što ta pretpostavka nije tako rezolutna kakvom se može činiti“ (Street, 2003, str. 72), a svoj utjecaj mediji ostvaruju stvaranjem realistične slike svijeta koja mijenja naše percepcije i postupke. U demokratskim društvima od građanina se očekuje da „poštuje zakone, da bude lojalan, ali od njega se također očekuje i da odigra svoju ulogu u stvaranju odluka,“ (Almond i Verba, 2000, str. 124). Građani žele „aktivno pridonositi utvrđivanju političkih programa i preferencija, pravednosti u ekstrakciji i alokaciji društvenih resursa te sudjelovati u ostvarivanju ljudskih prava i ukupnoga društvenog i individualnog djelovanja“ (Vujčić 2002, str. 17).

Prijem i percepcija informacije ovisit će o uvjetima i okolnostima u kojima se sadržaj konzumira, pa i o tome tko taj sadržaj konzumira. Potter (2011) pojašnjava kako u tom procesu medijski konzumenti poruke obrađuju svjesno ili nesvjesno, određuju im smisao i donose odluke. Tako „medijske poruke utječu na naše shvaćanje svijeta, no kako ćemo mi to shvaćanje interpretirati ili djelovati u skladu s njim, ovisi o društvenom položaju i iskustvu“ (Garnham, 2000, prema Street, 2003, str. 83). Giles (2011) nadalje napominje kako publika ne konzumira uvijek medijski sadržaj na način na koji autori medijskog sadržaja to od nje očekuju. Isto tako, treba uzeti u obzir i kako je svako prenošenje značenja znatno kompliciranije od izravnoga linearnog prenošenja nekog sadržaja (Corner, 1995, prema Street, 2003). Street dodaje kako „značenje nije neka transparentna značajka teksta nego proizvod interpretacije čitatelja i gledatelja,“ (Street, 2003, str. 83). Prema Bourdieu (1992), svaki govor određuje društveni kontekst u kojemu je on izgovoren, a svaka poruka poprima značenje ovisno o percepciji jezičnog habitusa primatelja poruke. Informacija nikada nije neutralna, ona je poslana neutralno, no potpuno značenje diskursa ostvaruje se tek u njegovu odnosu s tržištem, a svaka riječ i svaki izričaj može u nekom trenutku poprimiti dva oprečna smisla, ovisno o načinu kako će ga shvatiti pošiljalatelj i primatelj (Bourdieu, 1992).

Dnevni narativ u javnom prostoru određen je medijskim sadržajem kojeg konzumiramo. Javnosti se nudi sadržaj koji postaje tema rasprave, a „medijska zastupljenost oblikuje percepciju javnosti o relativnoj važnosti određenih pitanja u odnosu na neka druga“ (Verčić i Vučković, 2010, str. 45). Mediji su postali „toliko moćni da u komercijalnom i političkom interesu počinju kreirati društvene tokove, umjesto da služe javnosti“ (Skoko, 2004, str. 94).

4. POVJERENJE PUBLIKE U MEDIJE

Povjerenje je često korišten pojam koji u svakodnevnoj uporabi poprima različita značenja. Maldini (2008) pojašnjava kako osnovno određenje povjerenja znači imati određeno znanje o onima u koje imamo povjerenje. Dodaje da kao pojedinci pretpostavljamo da oni u koje imamo povjerenja „dijele naše temeljne vrijednosti, te da će stoga u odgovarajućim situacijama očekivano i predvidivo djelovati“ (Maldini, 2008, str. 183). Stoga povjerenje povezujemo s nečim poznatim, prihvatljivim, predvidljivim i očekivanim.

U kontekstu povjerenja u medije, očekivano se najviše vjeruje informacijama emitiranim u sklopu informativnog programa jer su „informativni mediji najistaknutiji instrumenti za širenje poruka u društvu“ (Larsson, 2009, str. 133). Urednički sadržaj kod publike stvara jači dojam vjerodostojnosti jer „publicitet koji se javlja u obliku vijesti, a ne u obliku oglasa, nosi implicitnu vjerodostojnost uredničkog teksta, odnosno doživljava se kao neovisan, neutralan novinarski izvor“ (Verčić i Vučković, 2010, str. 46). Na percepciju informacija kod publike utječu i uvjeti u kojima se mediji konzumiraju. Prema Streetu, „vjerodostojnost nije jednostavno pitanje istine nego konvencija uvjerljivosti unutar određenog žanra“ (Street, 2003, str. 72) na koju također utječe i percepcija publike o nepristranosti izvora informacije, kao i mediju koji se konzumira. Street (2003) dodaje kako je vjerodostojnost rezultat spoja povijesti, stila i prakse, ali i predrasuda. Nastavlja kako se „potencijal i sama priroda medijskog utjecaja mijenjaju od publike do publike“ (Street, 2003, str. 82). Također naglašava međusobno ovisan odnos medija i publike jer „nije da publike jednostavno postoje niti da se ponašaju kao strojevi za guranje medija. Njih treba stvoriti i ustrojiti i u tom se procesu pretpostavlja njihov odnos prema onome što vide, čuju i čitaju.“ (Street, 2003, str. 82). Primjerice, za javnu je televiziju publika javnost koju treba informirati, obrazovati i zabaviti, a komercijalna gledatelje ustrojava kao potrošače (Street, 2003).

Radio je medij od najvećeg povjerenja publike u Europi, a komercijalni radio tjedno dopire do 85 % europskih državljana. Tijekom *lockdowna*, uzrokovanog pandemijom koronavirusa, porasla je konzumacija radija. Radio se, zbog pravovremenog informiranja, ali i zabave, tada počeo slušati u većoj mjeri, a porasla je i konzumacija radija putem društvenih mreža. Istraživanja Europske radiodifuzijske unije iz godine u godinu pokazuju kako je radio već sedam godina medij kojemu publika najviše vjeruje, ali se i ta stopa povjerenja iz godine u godinu povećava⁹⁵. Radio je odavno napustio ulogu medija koji nije dovoljno

95 Trust in media, dostupno na: https://www.ebu.ch/publications/research/login_only/report/trust-in-media (12.04.2023.)

pouzdan da slušatelju pruži potpunu informaciju i koji s publikom komunicira koristeći isključivo jednosmjernan komunikacijski kanal. Danas je sinonim za dvosmjernu komunikaciju u kojoj slušatelj aktivno sudjeluje kreiranjem sadržaja. Takvu je komunikaciju pokrenuo prvi na medijskom tržištu, a ona je omogućila sudjelovanje slušatelju u stvaranju programa (Mučalo, 2002). Zahvaljujući razvoju i modernoj tehnologiji „radio prestaje biti jedan veliki megafon koji širi uniformne informacije i postaje elektronički forum, tribina na kojoj se stječu pitanja i odgovori, aktivni polilog mnogih građana” (Sapunar, 2000, str. 207). Iako je radio prvenstveno medij zabave, pa je prosječno 70 % programa glazbenog, dok ostatak otpada na govorni sadržaj (Sapunar 1994), prema Tomiću (2017) ciljane publike do kojih radio može doprijeti u usporedbi s ostalim medijima puno su šire, a zbog svoje specifičnosti radijski medij pruža brojne mogućnosti za prenošenje poruke – informativni program, najava događaja, aktualnost, *talk-show* emisije, urednički komentari, zabavni program i lokalni događaji.

5. RAZLIKE U PROGRAMSKOM SADRŽAJU JAVNIH I KOMERCIJALNIH RADIJSKIH POSTAJA

Na hrvatskom radijskom tržištu program emitira 11 radijskih kanala javnog servisa, od čega su tri radijske postaje s nacionalnom koncesijom i osam postaja županijskih ili regionalnih koncesija. Neprofitnih radijskih postaja ima 15, a 131 program su komercijalne radijske postaje nacionalnih, regionalnih, županijskih ili lokalnih koncesija⁹⁶.

U istraživanju Analiza radijskog tržišta, koje je za potrebe Agencije za elektroničke medije 2015. godine provela agencija za istraživanje tržišta Ipsos, definirane su određene razlike u percepciji javnih i komercijalnih radijskih postaja kod publike i načina na koji one prenose teme koje reflektiraju društvene vrijednosti. Projekt je obuhvatio dvije istraživačke metode: kvalitativnu metodu – seriju dubinskih intervjua s 20 ispitanika opće stručne javnosti i radijske stručne javnosti te kvantitativnu metodu – metodu ankete na uzorku od 1.920 ispitanika.

Istraživanje je pokazalo da radijske postaje javnog servisa kod slušatelja ostvaruju pozitivniji opći dojam od komercijalnih radijskih postaja, a također i u područjima „neovisnosti od politike i gospodarstvenika, otvorenosti za ko-

96 Knjiga pružatelja medijskih usluga radija, dostupno na <https://pmu.e-mediji.hr/Public/PregledRadioNakladnici.aspx> (13.04.2023.)

munikaciju sa slušateljima, udjelu lokalnog sadržaja, kao i sudjelovanju lokalne zajednice⁹⁷. Komercijalne radijske postaje bolje su u kvaliteti kod obrade tema iz područja lokalne politike, ljudskih prava, civilnog društva i estrade. Istraživanje je također pokazalo želju slušatelja da se na javnim radijskim postajama poveća udio tema o lokalnim politikama, lokalnim i globalnim ekonomijama, kulturnoj baštini, ekologiji i zdravlju.

Zakon o elektroničkim medijima⁹⁸ dijelom definira područje objave programskog sadržaja radijskih postaja, odnosno neka ograničenja prilikom plasiranja sadržaja u eter bez obzira radi li se o profitnim ili neprofitnim radijskim postajama. Zakon tako definira teme od javnog interesa kao ostvarivanje prava na javno informiranje svih građana, ostvarivanje prava nacionalnih manjina, ostvarivanje ljudskih prava i političkih prava građana te unapređivanje pravne i socijalne države te civilnog društva, teme koje se odnose na djecu i mlade ili djecu s teškoćama u razvoju i osobe s invaliditetom, ostvarivanje ravnopravnosti muškaraca i žena, očuvanje hrvatskog nacionalnog i kulturnog identiteta, poticanje kulturnog i umjetničkog stvaralaštva, kulturu javnog dijaloga, razvoj obrazovanja, znanosti, umjetnosti i sporta, zaštitu prirode, okoliša i ljudskog zdravlja te poticanje medijske pismenosti. Zakon o elektroničkim medijima također definira zabranu poticanja širenja mržnje ili diskriminacije po raznim osnovama. Nalaže i kako u radijskim programima treba objavljivati točne informacije, poštovati ljudska prava i temeljne slobode, pridonositi slobodnom oblikovanju mišljenja, svestranom i objektivnom informiranju slušatelja i gledatelja, kao i njihovoj izobrazbi i zabavi, promicati hrvatske kulturne stečevine i poticati slušatelje na sudjelovanje u kulturnom životu, promicati međunarodno razumijevanje i osjećaj javnosti za pravdu, braniti demokratske slobode, služiti zaštiti okoliša, poticati ravnopravnost žena i muškaraca, promicati ravnopravnost pripadnika nacionalnih manjina te promicati ravnopravnost osoba s invaliditetom i djece s teškoćama u razvoju.

6. ANALIZA RADIJSKOG TRŽIŠTA NA PROSTORU KONTINENTALNE HRVATSKE

Na području kontinentalne Hrvatske djeluje većina hrvatskih radijskih nakladnika zbog veličine prostora koju zauzima, odnosno većeg koncesijskog po-

97 Analiza radijskog tržišta, dostupno na <https://www.aem.hr/wp-content/uploads/2018/11/Analiza-radijskog-tr%C5%BEi%C5%A1ta.pdf> (13.04.2023.), str. 53

98 Zakon o elektroničkim medijima, dostupno na https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_10_111_1942.html (18.04.2023.)

dručja. Kada izuzmemo nacionalne radijske koncesionare, na području kontinentalne Hrvatske program emitira 96 radijskih programa⁹⁹.

Analiza radijskog tržišta dijelom je prikazala stav slušatelja prema temama od društveno korisnog sadržaja na radijskim postajama na nekoliko područja – nacionalne radijske postaje, sjeverna Hrvatska, Zagreb i Zagrebačka županija, Slavonija, Lika, Pokuplje i Banovina te Dalmacija, Istra i Primorje.

Kod analize radijskih postaja na području sjeverne Hrvatske slušatelji su najnižim ocjenama ocijenili neovisnost od politike i neovisnost od gospodarstvenika. Publika želi više govornog sadržaja na teme zdravlja, lokalne politike i ekonomije te ljudskih prava. Teme za koje smatraju da ih treba biti manje su vanjska politika i sport. Istraživanje se odnosilo na radijske postaje Hrvatski radio Čakovec, Krugoval 93.1, Podravski radio, Radio 1, Radio 105, Radio BBR, Radio Daruvar, Radio Drava, Radio Grubišno Polje, Radio Hrvatsko Zagorje, Radio Ivanec, Radio Koprivnica, Radio Križevci, Radio Ludbreg, Radio Max, Radio Megaton, Radio Stubica, Radio Terezija, Radio Varaždin, Radio Zabok, Radio Zlatar, Studio M i Super Radio¹⁰⁰.

Slušatelji radijskih postaja u Gradu Zagrebu i Zagrebačkoj županiji većinom su zadovoljni programima radijskih postaja. Tri četvrtine ispitanika nije izrazilo želju ni za povećanjem ni smanjenjem udjela pojedinih tema. Ostali smatraju kako bi trebalo emitirati više tema vezanih uz zdravlje i ljudska prava, a manje tema iz područja nacionalne politike, estrade, lokalne i vanjske politike. Istraživanje je obuhvatilo radijske postaje Antena Zagreb, Enter Zagreb, HR-Sljeme, Radio 101, Radio Ivanić-Grad, Radio Kaj i Soundset Plavi¹⁰¹.

Analiza programa radijskih postaja na području Slavonije pokazala je kako su radijske postaje najniže ocjene dobile za neovisnost od politike i gospodarstvenika. Većina slušatelja nije izrazila preferencije za promjenu tema društveno korisnog značaja, osim manjeg dijela povećanja udjela zdravstvenih tema i tema ljudskih prava. Istraživanje se odnosilo na radijske postaje Gradski radio Osijek, Gradski radio Slatina, Gradski radio Virovitica, HR-Osijek, Hrvatski radio Vukovar, Pitomi radio, Radio Baranja, Radio Brod, Radio Đakovo, Radio Dunav, Radio Našice, Radio Nova Gradiška, Radio Orahovica, Radio Plus, Radio postaja Vinkovci, Radio Slavonija, Radio Vallis Aurea, Radio Županija, Slavonski Radio, Soundset Požega, Županijski radio Virovitica¹⁰².

99 Knjiga pružatelja medijskih usluga radija, dostupno na <https://pmu.e-mediji.hr/Public/PregledRadioNakladnici.aspx> (28.06.2023.)

100 Analiza radijskog tržišta, dostupno na <https://www.aem.hr/wp-content/uploads/2018/11/Analiza-radijskog-tr%C5%BEi%C5%Alta.pdf> (28.06.2023.), str. 24.-27.

101 Analiza radijskog tržišta, dostupno na <https://www.aem.hr/wp-content/uploads/2018/11/Analiza-radijskog-tr%C5%BEi%C5%Alta.pdf> (28.06.2023.), str. 28.-31.

102 Analiza radijskog tržišta, dostupno na <https://www.aem.hr/wp-content/uploads/2018/11/>

Kod radijskih postaja na području Like, Pokuplja i Banovine također je najlošije ocijenjena neovisnost radio postaja, i od politike i od gospodarstvenika. Većina slušatelja nije izrazila potrebu za povećanjem ni smanjenjem udjela pojedinih tema u govornom sadržaju. Nešto malo veći interes izrazili su za povećanjem udjela tema zdravlja. Istraživanje je obuhvatilo radijske postaje Hrvatski radio Karlovac, Hrvatski radio Otočac, Petrinjski radio, Radio Banovina, Radio Moslavina, Radio Mrežnica, Radio Ogulin, Radio Quirinus, Radio Senj, Totalni FM radio Sisak, Trend radio te Županijski radio Gospić¹⁰³.

7. ZAKLJUČAK I PREPORUKE ZA DALJNJA ISTRAŽIVANJA

Masovni mediji koriste se kao platforma za zabavu, ali i informiranje javnosti. Radijski medij prvenstveno je medij zabave, no prema postojećoj zakonskoj regulativi obavezan je objavljivati određeni postotak informativnog programa, odnosno programskog sadržaja tema od javnog interesa. Percepcija publike jest kako se javni i komercijalni mediji razlikuju u načinu obrade tema pa je tako dojam slušatelja da je javni servis neovisniji od komercijalnih radijskih postaja.

Utjecaj medija na publiku, osim o odabiru i obradi tema, ovisi i o drugim brojnim faktorima. Važno je u kojim okolnostima publika prima određenu informaciju. Ranije prikupljena saznanja i iskustva o određenoj temi također će utjecati na način kako će publika prihvatiti određenu temu i interpretirati ju. Radio je medij od najvećeg povjerenja publike već gotovo cijelo desetljeće, a na stupanj povjerenja najčešće utječe naša percepcija o tome koliko dobro poznajemo sam medij, ali i materiju o kojoj se govori.

Kao preporuku za daljnja istraživanja ove teme predlažemo ispitati u kojem omjeru javne, a u kojemu komercijalne radijske postaje na području kontinentalne Hrvatske promiču društvene vrijednosti i vrijednosti demokracije u interpretaciji dnevno političkih događaja i tema te poštuju li navedene odredbe Zakona o elektroničkim medijima koje se na njih odnose. Predlaže se provesti analizu programskog sadržaja jednog od programa Hrvatskoga radija i jedne komercijalne radijske postaje na ovom području u periodu od tjedan dana. Dodatno se predlaže provesti dubinski intervju s odgovornim osobama radijskih postaja različitih javnih i komercijalnih koncesija – nacionalne, regionalne, županijske i lokalne, kako bi utvrdili kakav je stav prema očuvanju društvenih

Analiza-radijskog-tr%C5%BEi%C5%A1ta.pdf (28.06.2023.), str. 34.-37.

103 Analiza radijskog tržišta, dostupno na <https://www.aem.hr/wp-content/uploads/2018/11/Analiza-radijskog-tr%C5%BEi%C5%A1ta.pdf> (28.06.2023.), str. 38.-40.

vrijednosti i tema od javnog interesa kroz programske sadržaje radijskih postaja različitih koncesija.

LITERATURA

Knjige:

1. Almond G., Verba S. (2000). *Civilna kultura*. Zagreb: Politička kultura
2. Bourdieu P., (1992). *Što znači govoriti*. Zagreb: Naprijed
3. Giles, D. (2011). *Psihologija medija*. Beograd: Clio.
4. Maldini, P. (2011). *Politička kultura i demokratska tranzicija u Hrvatskoj*. Dubrovnik: Sveučilište u Dubrovniku.
5. Mučalo, M. (2002). *Radio u Hrvatskoj. Povijesno-pravni razvoj radija u Hrvatskoj*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.
6. Mučalo, M. (2010). *Radio. Medij 20. stoljeća*. Zagreb: AGM.
7. Potter, W. J. (2011). *Medijska pismenost*. Beograd: Clio.
8. Sapunar, M. (1994). *Radio jučer, danas, sutra*. Varaždin-Zagreb: Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Zavod za znanstveni rad i Savjet za kazalište, film, radio i televiziju.
9. Shingler, M., Wieringa, C. (2000). *On Air*. Beograd: Biblioteka Multimedia, CLIO
10. Street, J. (2003). *Masovni mediji, politika i demokracija*. Zagreb, Fakultet političkih znanosti
11. Tomić, Z. (2017). *Politički odnosi s javnošću*. Zagreb – Sarajevo: Synopsis.
12. Vujčić, V. (2002). *Politička kultura demokracije*. Osijek-Zagreb-Split, PAN LIBER

Članci:

1. Larsson, L. (2009). Nordicom Review. *PR and the Media A Collaborative Relationship?* 30 (2009) 1: 131-147.
2. Maldini, P. (2005). Anali Hrvatskog politološkog društva : časopis za politologiju. *Demokratizacija i vrijednosne orijentacije u hrvatskom društvu*. Vol. 2, No. 1: 81-103
3. Maldini, P. (2008). Politička misao. *Političko poujerenje i demokratska konsolidacija*. Vol. XLV, br. 1: 179–199

4. Larsson, L. (2009). *Nordicom Review. PR and the Media A Collaborative Relationship?* 30 (2009) 1: 131-147.
5. Sapunar, M. (2000). *Radio u 21. stoljeću*. *Politička misao*, God. XXXVII, Br. 1, 2000., str. 205-210.
6. Skoko, B. (2004): *Politička misao*. Odnosi s javnošću kao doprinos demokratizaciji i profesionalizaciji *procesa javnoga komuniciranja*. Vol XLI, (2004.), br. 1, str. 92-101.
7. Skoko, B. (2011). *Hrvatski medijski trendovi 1991.-2011.*, XIX (2011), 3 (30); 363-379.
8. Tkalac Verčić, A. i Vučković Đ. (2010). *Tržište. Utjecaj odnosa s medijima na ponašanje javnosti: usporedba uredničkih sadržaja i oglašavanja*. UDK 659.4:659., Vol. XXII, br. 1: 43-55.

Internetski izvori:

1. AER Policy Priorities 2020-2024, preuzeto s: <https://www.aereurope.org/aer-policy-priorities-2020-2024/> (13.04.2023.)
2. Analiza radijskog tržišta, preuzeto s: <https://www.aem.hr/wp-content/uploads/2018/11/Analiza-radijskog-tr%C5%BEi%C5%Alta.pdf> (13.04.2023.)
3. EBU: Trust in media; preuzeto s: https://www.ebu.ch/publications/research/login_only/report/trust-in-media (12.04.2023.)
4. Knjiga pružatelja medijskih usluga radija, preuzeto s <https://pmu.e-mediji.hr/Public/PregledRadioNakladnici.aspx> (13.04.2023.; 28.06.2023.)
5. Zakon o elektroničkim medijima, preuzeto s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_10_111_1942.html (18.04.2023.)

NAČINI PROVOĐENJA SLOBODNOG VREMENA MLADIH U VUKOVARSKO-SRIJEMSKOJ ŽUPANIJI: PROCJENA ZADOVOLJSTVA KVALITETOM I PREFERIRANI SADRŽAJI

Izvorni znanstveni rad

Krešimir Peračković

Institut društvenih znanosti Ivo Pilar
Marulićev trg 19
Zagreb
kreso.perackovic@pilar.hr

Mateo Žanić

Institut društvenih znanosti Ivo Pilar
Marulićev trg 19
Zagreb
mateo.zanic@pilar.hr

Geran-Marko Miletić

Institut društvenih znanosti Ivo Pilar
Marulićev trg 19
Zagreb
geran.marko.miletic@pilar.hr

Sažetak

U ovom radu prikazani su rezultati empirijskog istraživanja o procjenama kvalitete i preferiranim sadržajima slobodnog vremena mladih u Vukovarsko-srijemskoj županiji. Polazi se od sociološkog pristupa konceptu *slobodnog vremena* prema kojem se ono često izjednačuje s pojmom *dokolica* te se najčešće i definira kao vrijeme preostalo *nakon plaćenoga rada*, odnosno u slučaju populacije mladih kao *izvanškolsko* i *neradno*. Sadržaji koji sačinjavaju tri temeljne funkcije slobodnog vremena prema sociološkoj literaturi *odmor*, *zabava* i *rekreacija*, mijenjali su se u prostoru i vremenu pod utjecajem različitih čimbenika, no u posljednjih tridesetak godina mijenjaju se ili proširuju već i same funkcije. Tako npr. odmor i zabava mogu uključivati pasivni i aktivni oblik sudjelovanja, dok rekreacija više nije svedena samo na fizički oblik već uključuje i elemente samoostvarenja, osobnog razvoja i duhovnih praksi,

a pojavljuju se aktivnosti orijentirane prema drugima, kao npr. volontiranje. Također, područje dokolice sve se više komercijalizira te se sadržaji nude kao vrsta robe, tj. usluge na tržištu u obliku tzv. industrije zabave ili ekonomije doživljaja (engl. *experience economy*). Stoga ćemo se, prije prikaza rezultata, najprije osvrnuti na temeljne značajke suvremenih teorija slobodnog vremena u sociologiji, a potom dati i kraći pregled spoznaja iz novijih istraživanja o slobodnom vremenu mladih u Hrvatskoj. Polazeći od navedenog, osnovni je cilj rada dobiti uvid u strukturu i obilježja korištenja slobodnog vremena mladih tijekom pandemije bolesti COVID-19. Uz opće zadovoljstvo mladih načinom korištenja slobodnog vremena, analizom želimo utvrditi i učestalost obavljanja pojedinih aktivnosti te identificirati probleme koji su negativno utjecali na kvalitetu korištenja slobodnog vremena. Također želimo istražiti postoje li i razlike u stavovima o navedenim aspektima korištenja slobodnog vremena s obzirom na osnovna demografska i socioekonomska obilježja ispitanika. U radu smo analizirali podatke prikupljene anketnim istraživanjem provedenim tijekom jeseni 2021. godine na stratificiranom probabilističkom uzorku (N=522) učenika trećih i četvrtih razreda srednjih škola s područja Vukovarsko-srijemske županije.

Ključne riječi: mladi, slobodno vrijeme, dokolica, Vukovarsko-srijemska županija

HOW YOUNG PEOPLE IN VUKOVAR-SRIJEM COUNTY SPEND THEIR FREE TIME: EVALUATION OF SATISFACTION WITH THE QUALITY AND THE PREFERRED CONTENT

Abstract

In this paper, we present the results of an empirical research on the quality evaluation and young people's preferred contents for spending free time in Vukovar-Srijem County. The starting point is a sociological approach to the concept of free time, which is often equated with the term leisure time and is usually defined as the time remaining after paid work, i.e., in the case of the youth population, as extracurricular and non-working time. The three basic functions of free time, according to sociological literature, are rest, entertainment, and recreation. These functions have changed over time under the influence of various factors, but in the last thirty years, the functions have transformed or expanded. For example, rest and entertainment may include passive and active forms of participation, while recreation is no longer limited to the physical form, but also includes elements of self-realization, personal development, and spiritual practices, as well as activities directed toward others, such as volunteering, are emerging. Moreover, the field of leisure is becoming increasingly commercialized, and its contents are offered as a kind of commodity, i.e., services on the market in the form of the so-called entertainment industry or experience economy. Therefore, before presenting the results, we will first review the fundamental features of contemporary theories of free time in sociology and then give a brief overview of the results of recent research on the free time of young people in Croatia. Based on the above, the main objective of the paper is to gain insight into the structure and characteristics of how young people spent free time during the COVID pandemic. In addition to the general satisfaction of young people with the way they spend their free time, we also want to determine the frequency of engaging in certain activities and identify problems that negatively affect the quality of spending free time. In addition, we want to investigate whether there are differences in attitudes toward the aforementioned aspects of spending free time in relation to the basic demographic and socioeconomic characteristics of the respondents. In this paper, we analyzed data from a survey conducted in the fall of 2021 among a stratified probabilistic sample (N=522) of third and fourth grade students of high schools in the Vukovar-Srijem County.

Key Words: youth, free time, leisure time, Vukovar-Srijem County

1. UVOD

Istraživanja o različitim društvenim temama i problemima vezanim uz populaciju mladih, uključujući i slobodno vrijeme, pozicionirala su se unutar različitih znanstvenih disciplina u području društvenih znanosti, od psihologije, pedagogije, sociologije i antropologije pa do suvremenih informacijskih i komunikacijskih znanosti, stoga i nije moguće dati neki relevantan i kratak pregled dosadašnjih spoznaja, pa bi i za ovo područje bila adekvatnija bibliografija radova. Također, i u samoj sociologiji različite sociološke poddiscipline fokusirale su se na različite aspekte života mladih, primjerice, supkulture mladih (Perasović, 2001), životni stilovi (Tomić-Koludrović i Leburić, 2002), religiozni identitet (Mandarić, 2000), izazovi obrazovanja (Ferić, Milas i Rihter, 2010), stavovi i vrijednosti (Gvozdanović i sur., 2019), kulturni kapital (Tonković, Krollo i Marčelić, 2020), migrantske aspiracije (Miletić, Žanić i Peračковиć 2021) itd. Međutim, potrebno je naglasiti kako je temeljno polazište, kada govorimo o mladima, zapravo demografska činjenica da je riječ o određenoj dobnoj skupini koja se opet dijeli na dvije podskupine: adolescente¹⁰⁴ i mlađu zrelu dob¹⁰⁵, pa bi prema toj razdiobi mladi u razdoblju srednje škole svakako bili svrstani u adolescente, a npr. studenti u mlađu zrelu dob. Skupina koja je bila u fokusu interesa našeg istraživanja spada u ovu prvu, adolescentsku dob, no nadalje u radu za njih koristimo izraz *mladi* imajući u vidu specifičnosti njihove srednjoškolske dobi. Upravo to razdoblje srednje škole, osobito završni razredi, za mlade je vrlo kritično vrijeme kada se dovršava i mentalno sazrijevanje, razvija samopoštovanje, samostalnost i osobnost te dolazi do zamaha u razvoju intelektualnih sposobnosti i učenja, kao i do prvih profesionalnih aspiracija. Opterećenja koje im nameće izrazito kompetitivni obrazovni sustav (primjerice krypto-darvinističkim pojmom *izvršnost*), kao i očekivanja roditelja da ostvare što veća postignuća i bolje ocjene, prvenstveno kako bi ostvarili upis na željeni fakultet ili pak postali konkurentniji na tržištu rada, često kod njih stvaraju znatan psihički pritisak s kojim se sve više mladih teško nosi i što ih nerijetko dovodi i do ozbiljnijih kriza i poremećaja (Dodig-Ćurković, 2017). Stoga vrijeme

104 Prema psihološkom rječniku adolescencija ili mladenaštvo je dob čovjekova psihičkoga i tjelesnoga razvoja koja nastupa nakon završenoga puberteta (oko petnaeste godine) i traje do početka zrelosti (u ranim dvadesetim godinama života). Adolescenti su već postigli spolnu zrelost i tjelesnu razvijenost, međutim, još se razvijaju emocionalno i intelektualno te još uvijek stječu profesionalna znanja i vještine (Petz, ur., 1992, 3). Međutim, u svakodnevici je uvrješeni izraz *tinejdžeri* koji uključuje i nešto duže razdoblje, polazeći od 13. godine.

105 Prema klasifikaciji u literaturi iz razvojne psihologije mlada zrela dob ili mlada odrasla dob (engl. *early adulthood*) definira se kao period između 18. i 30. godine života, koji započinje završetkom školovanja, dobivanjem stalnoga zaposlenja i sklapanjem braka (Vander Zenden, 1993.).

izvan tih nametnutih obaveza, odnosno ono slobodno vrijeme koje primarno podrazumijeva čistu dokolicu (više o pojmovima u narednom poglavlju), bilo da su srednjoškolske ili studentske dobi, ima ujedno izrazito važnu psihološku funkciju rasterećenja od tih pritisaka prema *izvorsni(ji)m postignućima*, te postaje prostor slobode i autentičnih osobnih izbora onih sadržaja kojima slobodno vrijeme žele sami ispuniti. Upravo ta činjenica stoji i u pozadini povećanog interesa za istraživanjima načina na koji mladi provode slobodno vrijeme, na što ukazuje spektar znanstvenih radova iz više različitih disciplina, također zapažen i u domaćim publikacijama¹⁰⁶.

Istraživanje čiji su rezultati prikazani u ovom radu¹⁰⁷ omeđeno je s dvjema bitnim odrednicama koje se tiču i specifičnog prostornog i specifičnog povijesnog okvira. Naime, riječ je o mladima iz Vukovarsko-srijemske županije, dakle dijela Republike Hrvatske koji nakon Domovinskog rata nije uspio ostvariti priželjkivani gospodarski napredak, što je rezultiralo time da među stanovnicima postoji određeno nezadovoljstvo stanjem u županiji (Živić (ur), 2022). Kao jedan od vidljivih rezultata nezadovoljstva može se navesti i značajan pad broja stanovnika zabilježen u posljednjem popisnom razdoblju, a zanimljivo je da stanovnici županije među prioritetima pri osmišljavanju lokalnog razvoja ističu uzimanje u obzir interesa mladih stanovnika. S druge strane istraživanjem se pitalo mlade kako su proveli slobodno vrijeme u razdoblju koje je još uvijek bilo obilježeno nizom ograničenja vezanih uz pandemiju bolesti COVID-19. Riječ je dakle o istraživanju provedenom nad pandemijskom generacijom, dakle mladima kojima se u vrlo kratkom roku sve promijenilo: od školskih obaveza koje su se odvijale virtualno, preko uvođenja ograničenja vezanih uz slobodne aktivnosti poput sporta, rekreacije ili npr. glazbenih škola, pa do same dokolice koja je za mlade uvijek značajno obilježena izlascima i druženjima koja su također bila dugo ograničena. U međuvremenu, dok je naš projekt bio u tijeku, objavljen je priličan broj radova iz drugih zemalja koji ukazuju na slične spoznaje. Naime, tijekom pandemije svakodnevnica mladih bila je u stal-

106 Sustavna istraživanja o slobodnom vremenu kod nas postoje već od 70-ih godina prošlog stoljeća, čemu svjedoči i jedna od prvih knjiga na tu temu od T. Martinić *Slobodno vrijeme i suvremeno društvo* u kojoj autorica ističe da se slobodno vrijeme ne može promatrati izvan šireg društvenog konteksta već čak i u relaciji i interakciji s globalnim društvenim sistemom i s rastućim potrošačkim društvom, jer je ono nije nepromjenjiva prirodna datost već promjenjiva povijesna kategorija (Martinić, 1977).

107 U radu će biti prikazani rezultati istraživanja provedenog u sklopu projekta Instituta društvenih znanosti "Ivo Pilar" pod nazivom "Od lokalnih do virtualnih zajednica - Društveni odnosi mladih u uvjetima nametnutog prostornog distanciranja", koji je trajao od 2020-2022. Jedan od temeljnih ciljeva navedenog projekta bio je istražiti iskustva mladih u vrijeme ograničenog kretanja i prostornog distanciranja, njihove načine provođenja radnog (online učenje i rad) i slobodnog vremena i iskustva povećanih virtualnih društvenih interakcija zbog nametnutih okolnosti.

nim previranjima, praćenim promjenama u rutinama i navikama povezanim sa svakodnevnim životom, prekidima u protoku informacija i komunikacijskih obrazaca između okruženja te intenzivnim i naglim promjenama pravila i propisa (Ettekal i Agans, 2020). Izbor sadržaja slobodnog vremena donesen u takvim stresnim okolnostima može otkriti puno o strategijama suočavanja i načinima reagiranja mladih na radikalne promjene i samoaktualizaciju (Van Leeuwen i sur. 2020). Osim toga, pandemija je paradoksalno utjecala na slobodno vrijeme mladih jer su mogućnosti slobodnog vremena na otvorenom i slobodnog vremena *licem u lice* bile ograničene unatoč pokušaju prilagodbe mnogih izvanškolskih programa digitalnom okruženju, premda su upravo takva ograničenja možda omogućila mladima više slobodnog vremena nego ikad (Young, 2020). U svakom slučaju, pandemija bolesti COVID-19 stvorila je značajne nedostatke u slobodnom vremenu mladih, osobito ograničenje dostupnosti dotadašnjih aktivnosti, pa čak i nemogućnost sudjelovanja u nekim sadržajima koji su se prije odvijali bilo u javnim bilo u privatnim prostorima (Woodrow, Moore, 2021).

Stoga je glavni cilj ovoga rada bio dobiti uvid u načine provođenja slobodnog vremena mladih tijekom pandemije bolesti COVID-19. Osim pitanja o zadovoljstvu sadržajima i percepcijom kvalitete slobodnog vremena, istraživanjem se također željela ispitati učestalost obavljanja pojedinih aktivnosti te su se željeli identificirati problemi koji su eventualno negativno mogli utjecati na procijenjenu kvalitetu korištenja slobodnog vremena. Ujedno se htjelo istražiti postoje li razlike u stavovima o navedenim aspektima korištenja slobodnog vremena s obzirom na osnovna demografska i socioekonomska obilježja ispitanika. U radu se analiziraju podatci prikupljeni anketnim istraživanjem provedenim tijekom jeseni 2021. godine na stratificiranom probabilističkom uzorku (N=522) učenika trećih i četvrtih razreda srednjih škola s područja Vukovarsko-srijemske županije. No prije prikaza rezultata empirijskog istraživanja dan je osvrt na temeljne značajke suvremenih teorija slobodnog vremena u sociologiji, a potom i kraći pregled spoznaja iz novijih istraživanja o slobodnom vremenu mladih u Hrvatskoj.

2. OSVRT NA SUVREMENE TEORIJE SLOBODNOG VREMENA U SOCIOLOGIJI

Iako je još krajem 19. stoljeća američki sociolog Thorsten Veblen objavio svoju knjigu *Teorija dokoličarske klase*, što je danas već klasično djelo na temu

slobodnog vremena¹⁰⁸ (Veblen, 1966), u prvom dijelu 20. stoljeća u sociologiji, kao ni u drugim društvenim i humanističkim znanostima, nije postojao značajniji interes za istraživanjima slobodnog vremena. Od samoga nastanka i razvoja industrijskoga društva, osobito u 19. i 20. stoljeću, rad i industrijska proizvodnja gotovo su dominirali u sociologiji, dok su, primjerice, slobodno vrijeme, kao i potrošnja, premda je riječ o završnome činu u kojemu proizvodnja ostvaruje svoju svrhu, bili potpuno marginalizirani (Peračković, 2013). Slobodno vrijeme kao sociološki pojam često se izjednačuje s pojmom *dokolica* te se najčešće definira kao vrijeme preostalo nakon plaćenoga rada i nakon obaveza (Haralambos, Holborn, 2002), međutim, postoje i brojne kritike te definicije jer isključuje osobe čiji rad nije plaćen, kao npr. kućanica, nezaposlenih, djece i mladih koji se još školuju te starijih i umirovljenih osoba koje više ne ulaze u demografski kontingent radno aktivnih. U odnosu na početak prošlog stoljeća količina vremena koju ljudi provedu na poslu u stalnom je opadanju, čime se povećavao udio slobodnog vremena koje se najčešće s obzirom na dnevnu i tjednu satnicu provodilo kod kuće (Roberts, 2004). Ono što je najopćenitija značajka slobodnog vremena jest to da postoje značajne kulturne, povijesne, geografske, spolne, dobne i klasne ili statusne razlike u obrascima provođenja slobodnoga vremena. Primjerice, muškarci češće slobodno vrijeme provode izvan kuće, a žene bez obzira jesu li zaposlene, imaju manje slobodnoga vremena upravo zbog kućanskih poslova. Obrazovaniji te stručnjaci i menadžeri provode više vremena u svim vrstama dokolice, što je djelomično odraz njihovih financijskih mogućnosti, a skupine mladih i starijih imaju više slobodnoga vremena nego ostale dobne skupine i životi tih dviju skupina upravo su najviše i organizirani oko dokolice (Abercrombie, Hill i Turner, 2008). Važno je također istaknuti da s povećanjem prihoda na Zapadu, mnoga kućanstva imaju više raspoloživog novca za osobne želje svih pojedinaca vezane uz slobodno vrijeme, što je također povezano s rastom industrije zabave s vrlo širokim spektrom ponude. Na temelju tih procesa neki suvremeni autori potvrđuju Veblenovu tezu da je stvoreno *dokoličarsko* i *potrošačko* društvo u kojemu se osobni identitet sve više oblikuje prema aktivnostima osobe u slobodnom vremenu, a ne prema radu, vrsti posla, radnom mjestu i zanimanju koji postaju sve manje bitni, osim kao puki izvor prihoda.

U razdoblju nakon Drugog svjetskog rata, kada Europske zemlje počinju ostvarivati snažan ekonomski rast, dolazi i do porasta interesa za istraživanje slobodnog vremena. U Francuskoj tako već pedesetih godina 20. stoljeća znanstvenici posvećuju pažnju temi slobodnog vremena koje se tada uglav-

108 U toj knjizi Veblen prikazuje svoju kritičku analizu životnih stilova viših društvenih slojeva u SAD-u, s fokusom na tzv. upadljivu potrošnju i dokoličarenje, koji su ujedno i pokazatelji višeg društvenog statusa (Veblen, 2008).

nom povezuje s temom rada (Pronovost, 2000). Osobito je značajan doprinos ovim istraživanjima dao J. Dumazediere koji je tijekom 1960-ih bio vjerojatno najutjecajniji autor u ovom području istraživanja. Dosta interesa pobudilo je njegovo izdvajanje odmora, zabave i osobnog razvoja kao ključnih funkcija dokolice. U kasnijim radovima Dumazediere prvenstveno se fokusirao na samoostvarenje kao osnovno obilježje dokolice, što ga je vodilo k tome da napravi distinkciju između dokolice, polu-dokolice i slobodnog vremena (Veal, 2019).

Sedamdesetih godina prošlog stoljeća važne radove o slobodnom vremenu piše Stanley Parker.¹⁰⁹ Kao tri temeljne funkcije slobodnog vremena u sociološkoj literaturi tada se navode *odmor, zabava i rekreacija*, no u posljednjih tridesetak godina javljali su se različiti pokušaji mijenjanja ili proširivanja tih temeljnih funkcija. Tako npr. odmor i zabava mogu uključivati i pasivni i aktivni oblik sudjelovanja aktera¹¹⁰, dok rekreacija više nije svedena samo na fizički oblik već uključuje i elemente kultiviranja i razvoja ličnosti¹¹¹, samoostvare-

109 Parker ponajprije razlikuje pet temeljnih aspekata svakodnevnog ljudskog života: 1) rad – vrijeme provedeno na plaćenom zaposlenju; 2) radne obveze – vrijeme koje provodimo na radnom mjestu, a tu pripada i vrijeme koje trošimo na putovanje na posao i s posla; 3) neradne obveze – aktivnosti kao što su kućanski poslovi i briga o djeci; 4) fiziološke obveze – spavanje, jelo, pranje, ostale potrebe; 5) slobodno vrijeme. On je uočio da su aktivnosti u slobodno vrijeme uvjetovane različitim faktorima povezanim s načinom na koji čovjek radi te razlikuje tri obrasca odnosa između rada i slobodnog vremena: 1) obrazac proširenja – rad se proširuje na dokolicu i nema jasne granice među njim; vrijeme za dokolicu je kratko i služi osobnom razvoju kako bi se još više doprinijelo radnim zadaćama; ovaj obrazac povezuje s poslovima koji pružaju visok stupanj autonomije, zadovoljstva i zaokupljenosti poslom; 2) obrazac neutralnosti – ovdje je razlika između rada i dokolice jasno izražena; obrazac povezuje sa zanimanjima srednjeg do nižeg stupnja autonomije koja zahtijevaju samo elementarne sposobnosti; 3) obrazac suprotnosti – rad se izrazito razlikuje od dokolice, aktivnosti su u ova dva područja vrlo različita, a dokolica je središnji interes u životu; povezuje se s poslovima niskog stupnja autonomije koji zahtijevaju upotrebu ograničenog raspona sposobnosti (Haralambos i Holborn, 2002).

110 Kačavenda-Radić dokolicu promatra kao nužan preduvjet za stvaralaštvo, a proučavajući čovjekovo ponašanje u dokolici, uočava dva tipa ponašanja: neproduktivno, potrošačko i produktivno, djelatno. U neproduktivnom dominira zabava, ne razvijaju se ljudski potencijali, čovjek se emocionalno ne potvrđuje, a krajnji je rezultat praznina umjesto ispunjenosti. Za razliku od navedenog, produktivno ponašanje karakterizira djelatno, kritičko ponašanje, čovjeka koji stvara umjetnička djela i sebe samoga kao integralno biće (Kačavenda-Radić, 1992).

111 Previšić razmatra slobodno vrijeme kao prostor i mogućnost interakcije u procesima individualizacije, socijalizacije i inkulturacije. Terminom „samoaktualizacije” označava se stupanj osobne emancipacije, osobnih postignuća i zadovoljstva osobnog stvaranja. To je za pojedinca prostor u kojem on istražuje vlastite potencijale i/ili u kojem „nadoknađuje” sve ono što je prema njegovoj subjektivnoj i/ili objektivnoj prosudbi bilo nužno ostvariti da bi se u potpunosti osjećao cjelovitim i kompetentnim (Previšić, 2000).

nja, osobnog razvoja i duhovnih praksi, a pojavljuju se aktivnosti orijentirane prema drugima, kao npr. volontiranje. Također, područje dokolice sve se više komercijalizira te se sadržaji nude kao vrsta robe, tj. usluge na tržištu u obliku tzv. industrije zabave ili ekonomije iskustva i doživljaja (engl. *experience economy*). Ne ulazeći ovom prilikom u kronološki i temeljitiji pregled radova, svakako bi trebalo istaknuti najvažnijeg autora iz naredne faze u razvoju socioloških teorija slobodnog vremena, osobito mladih, Kena Roberta, koji uočava pomak prema određenoj *pluralističkoj perspektivi* (Roberts, 2004). Naime, zadnjih 20-ak godina 20. stoljeća, koje nerijetko nazivamo i razdoblje početka postmodernih i postindustrijskih društvenih procesa, dogodile su se radikalne promjene u kulturi koje se očituju u pluralizmu društvenih vrijednosti, a kod mladih u pluralizmu stavova¹¹², kao i supkultura te životnih stilova¹¹³. Osim toga, nova informatička tehnologija dovela je i do nove, četvrte industrijske revolucije koja je zahvaljujući informatičkoj tehnologiji dovela do radikalnih promjena u sferi rada, koju pak nazivamo postindustrijskim društvom. A u tim okolnostima *rad* (osim kao čimbenik financijske sigurnosti) više nije u središtu zbivanja, već upravo vrijeme *nakon*, koje sad postaje i prostor nove komercijalizacije i marketizacije, što će i dovesti do nove kategorije, tj. do *potrošačkog društva*. Stoga Roberts proučava dokolicu iz te nove perspektive te uočava svojim istraživanjima postojanje jedne šire lepeze obrazaca korištenja slobodnog vremena dostupnih pojedincima što sad postaje pitanjem slobode izbora. Drugim riječima, Parkerove tri temeljne funkcije slobodnog vremena proširile su se i djelom transformirale jer ljudi, osobito mladi, sve više odabiru određene

112 Jedna od najnovijih sveobuhvatnih studija u Hrvatskoj je Istraživanje mladih u Hrvatskoj 2018./2019. u kojoj autori istražuju kakvi su stavovi, vrijednosti i uvjerenja mladih u Hrvatskoj danas te s kojim se izazovima suočavaju mladi na putu odrastanja. Rezultati studije temelje se na istraživanju provedenom na 1500 adolescenata i mladih u dobi od 14 do 29 godina iz svih regija i društvenih slojeva Hrvatske. Osim toga, usporedba s prethodnim istraživanjima mladih omogućila je istraživačima da se identificiraju trendovi i potencijali mladih u Hrvatskoj (Gvozdanović i sur., 2019).

113 Polazeći od koncepta životnih stilova kao novije teorije o kulturi mladih u postindustrijskim društvima, Tomić-Koludrović o Leburic su među prvima kod nas još početkom 2000-ih željele istražiti koliko je i u Hrvatskoj prisutan novi model kulture mladih, no ne više kao kolektivne i homogene supkulture ili kontrakture koja se nužno suprotstavlja dominantnoj kulturi, nego kao kulture mladih kao stila ponašanja, odijevanja i preferiranja određene glazbe. Njihovi su rezultati, između ostalog pokazali da kod mladih postoji težnja za individualizacijom i sociokulturnim pluralizmom bez prethodne homogenizacije. Čak 43 % ispitanika izjavilo je da su sami kreirali svoj pogled na svijet, a tek 20,7% ih kao najutjecajnije faktore navodi roditelje. Prema tipu orijentacije životnih stilova, ni jedan stil nije „čist“, nego se najčešće javljaju u kombinaciji, a prevladavala je hedonistička orijentacija čiji su indikatori tada bili *izdvajanje iz mase, važnost vlastita izgleda, važnost materijalnoga blagostanja, preferencija luksuza, komunikativnost i poduzetnost, zadovoljstvo zanimanjem, važnost vršnjaka te dobar odnos s roditeljima* (Tomić-Koludrović i Leburic, 2002, 119).

ne aktivnosti koje se uklapaju u njihov osobni svjetonazor, životni stil i društvenu skupinu kojoj pripadaju i dokolica nije više dimenzija obrazaca koji su u relaciji s radom. Prilikom provođenja dokolice važnu ulogu ima i životni ciklus pojedinca kao člana obitelji ili kao samca pa su tako, primjerice, neoženjeni/neudane, a mlađi od 30 godina, provodili manje vremena gledajući televiziju, a više u druženju i izlascima nego osobe u braku iste dobi, kao i obrazovaniji koji se pak više druže s prijateljima. Također, očituje se i dalje značajnost razlika prema spolu jer su žene oduvijek imale manje slobodnog vremena, što istraživanja kontinuirano pokazuju. Dakle Roberts je uočio značaj klasne pripadnosti, dobi, spola, bračnog statusa i obrazovanja kao ključne socio-demografske čimbenike koji utječu na odabir provođenja dokolice. Također Chris Rojek, jedan od autora čiji je opus obilježen kontinuiranim istraživanjima dokolice, u svom istraživanju među prvima proučava promijenjenu prirodu dokolice u kapitalističkim društvima te ukazuje kako s prijelazom na postmodernost distinkcija između dokolice i drugih sfera društvenog života postaje zamršenija, a dokolica više ne predstavlja samo slobodu i bijeg jer možemo iskusiti veću mogućnost izbora i slobode od one koju nam dokolica moderne nudi (Rojek, 1995). Do sličnih spoznaja dolazi i Stebbins koji zaključuje da je temeljno obilježje dokolice to da je *neprisiljena aktivnost* i kao takva jest antiteza radu kao ekonomskoj kategoriji (Stebbins, 2005). Polazeći od navedenog, Scraton i Bramham zaključuju da dolazi do fragmentacije ukusa i aktivnosti dokolice koja postaje izraz prihvaćanja određenog životnog stila i način da izrazimo ono što doista jesmo, a ne tek nastojanje da se usavršimo ili relaksiramo. Njihova istraživanja pokazuju da dokolica u postmodernu doba, osobito kod mladih, sve više uključuje zaokupljenost tijelom, dok je dokolica u modernosti uglavnom bila usredotočena na tjelesno zdravlje i dobru kondiciju kako bi se ljudi još bolje pripremili za rad. Ta nova zaokupljenost tijelom usmjerena je na razvijanje specifičnog životnog stila s ciljem postignuća poželjnog oblika tijela, a time i društvenog identiteta u kojem su izgled i imidž postali najbitniji (Haralambos i Holborn, 2002), dok se osobna iskustva sve više simuliraju pomoću igrice, virtualnih stvarnosti, zabavnih parkova i sl.

Imajući u vidu zajedno taj postmoderni kontekst i pluralističku perspektivu u sociologiji slobodnog vremena, kao i spoznaje koje donose istraživanja životnih stilova mladih, moglo bi se poći od teze, odnosno bolje reći sinteze, da su *sociokulturni pluralizam, individualizam i subjektivizam te fragmentizam* u kulturi mladih u postmodernom razdoblju postali temeljni okvir od kojega oni danas, prvenstveno u bogatijim zapadnim društvima, polaze u potragu za identitetom, smislom i vlastitom životnom filozofijom, što će se ponajviše očitovati upravo u načinima provođenja slobodnog vremena. Za razliku od kulture mladih prethodnog, modernog razdoblja koju obilježava vjera u napredak

te težnja za pomakom na stratifikacijskoj ljestvici bilo u bogatstvu, ugledu ili moći, kulturu mladih postmoderne obilježava pak skepticizam, gubljenje iluzija u napredak i potraga za alternativnim načinima života. Mladi očito više ne prihvaćaju samo one tradicionalne kulturalne ili čak supkulturalne koncepte koji im se nameću socijalizacijom (tradicionalne religijske institucije, obitelj, skupine vršnjaka), nego *žele sami istraživati razne obrasce i opredjeljivati se po slobodnoj volji za one sadržaje i vrijednosti koje su iskustveno proživjeli i čiji ih plodovi zadovoljavaju u svakodnevnom životu i na temelju kojih izgrađuju fragmentirani vlastiti identitet* (Instrumentum laboris, 2000, 7-9. U: Peračković i Mihaljević, 2005). Stoga su to zasigurno važne teorijsko-konceptualne postavke koje treba uzeti u obzir kao polazište u promišljanju i operacionalizaciji istraživačkog instrumentarija o načinima provođenja slobodnog vremena mladih danas.

3. PREGLED NOVIJIH ISTRAŽIVANJA O SLOBODNOM VREMENU MLADIH U HRVATSKOJ

U Republici Hrvatskoj posljednjih je tridesetak godina napisan znatan broj radova koji se bave temom slobodnog vremena. Primjetno je, međutim, kako su istraživanja u najvećoj mjeri bila fokusirana upravo na populaciju mladih, pri čemu su ponekad istraživanja vršena na populaciji studenata i/ili učenika, dok je ponekad bila riječ o dobnoj skupini od 18 do 30 godina. Jedan od razloga zašto su upravo mladi posebno zanimljiva skupina u ovim istraživanjima navodi V. Ilišin koja piše: „Ispitivanje aktivnosti koje mladi preferiraju u svojoj dokolici nije samo puko evidentiranje načina korištenja dokolice i stjecanja uvida u eventualno različite obrasce (stilove) provođenja dokolice, nego se kroz te aktivnosti nastoji očitati funkcije koje one ispunjavaju. Takav pristup uvažava stajalište da se i kroz slobodno vrijeme mladi socijaliziraju, a što implicira da ono utječe na razvoj ličnosti mladih u većoj mjeri nego u slučaju starije populacije.” (Ilišin, 1999:24). Tu bi također svakako valjalo istaknuti i jedno novije domaće istraživanje o kulturnom kapitalu i vrijednostima mladih u gradovima na jadranskoj obali (Tonković i sur., 2020). Rezultati ove analize pokazali su da je klasni položaj roditelja (s obzirom na njihov stupanj obrazovanja) povezan s kulturnim kapitalom, vrijednosnim orijentacijama i preferencijama učenika, osobito u obrascima kulturne potrošnje i ukusa koji se također promatraju i s obzirom na njihovu uvjetovanost lokalnim kulturnim resursima, odnosno specifičnom ponudom i kulturnom infrastrukturom grada. Autori zaključuju kako ovi rezultati istraživanja ukazuju na nove oblike raslojavanja među učenicima s obzirom na mogućnosti participacije i izbora u

globaliziranom kulturnom i medijskom okolišu (Tonković i sur, 2020)¹¹⁴, što je zasigurno i ograničavajući faktor u dostupnosti sadržajima i kvaliteti slobodnog vremena mladih.

Istraživanja i rasprave koji su tematizirali slobodno vrijeme mladih načelno su bili fokusirani na dvije stvari. S jedne strane su ona koja su nastojala detektirati učestalost korištenja pojedinih aktivnosti te utvrditi obrasce provođenja slobodnog vremena mladih (Ilišin, 1999; Ilišin, 2006; Ilišin, 2017). Ova istraživanja nastojala su utvrditi određene trendove te povezati određene obrasce provođenja slobodnog vremena s nekim skupinama mladih. S druge strane, postoje radovi koji su prvenstveno usredotočeni na neka specifična područja provođenja slobodnog vremena ili pak raspravljaju o čimbenicima koji bi trebali unaprijediti način provođenja slobodnog vremena. U tom se kontekstu na nešto specifičniji način raspravlja o kvaliteti života mladih (Raboteg-Šarić, Sakoman, Brajša-Žganec, 2002; Mlinarević i Gajger, 2010; Šulentić Begić, Begić, Kir, 2021).

Kako ovdje nije moguće dati iscrpan pregled dobivenih nalaza fokus će biti samo na onim ključnim nalazima koji će omogućiti jasniju interpretaciju rezultata vezanih uz mlade iz Vukovarsko-srijemske županije. Rezultati istraživanja provedenog 1996. godine u okviru projekta Društvena struktura i kvaliteta života u periodu tranzicije pokazali su da se neki trendovi koji su detektirani još 70-ih godina 20. stoljeća i dalje nastavljaju. Tako se pokazalo kako „u dokolici mladih sredinom devedesetih godina dominiraju aktivnosti čija je primarna funkcija zabava, razonoda i rekreacija, a da su intelektualno zahtjevnije aktivnosti znatno manje zastupljene“ (Ilišin, 1999:38). Mladi su naime najčešće gledali TV i slušali glazbu, dok su u najmanjoj mjeri bili zaokupljeni hobijima i aktivnostima kao što su sviranje, pisanje, slikanje. Ipak, na način provođenja slobodnog vremena znatno su utjecala i neka obilježja mladih kao što su obrazovanje, zanimanje, mjesto stanovanja, provenijencija i bračni status. Među mladima koji žive na selu i onima koji žive u gradu zabilježeno je tako više značajnih razlika pri čemu su mladi iz grada bili više posvećeni kulturnim aktivnostima, kao i onima koje uključuju mobilnost (izleti, putovanja), dok su mladi sa sela češće odlazili u crkvu. U ovom istraživanju izdvojena su četiri obrasca provođenja slobodnog vremena, i to elitno-kulturni, socijalno-aktivni, medijski te tradicionalno-familistički. Kod mladih sa sela bio je jače izražen tradicionalno-familistički obrazac provođenja slobodnog vremena, dok su kod mladih iz grada izraženiji bili elitno-kulturni te medijski obrazac provode-

114 Ovaj rad, kao i neki noviji radovi koji su u međuvremenu objavljeni od 2020., zasigurno bi bili vrlo korisni i relevantni i za naše istraživanje, međutim, projekt nam je već bio u fazi realizacije te stoga nismo bili upoznati s rezultatima istraživanja koji još nisu ni bili objavljeni kao znanstveni članci.

nja slobodnog vremena. Istraživanja provedena tijekom prvog desetljeća 21. stoljeća donijela su nove zanimljive nalaze vezane uz način provođenja slobodnog vremena mladih. Rezultati istraživanja provedenog u Hrvatskoj 2004. te Zagrebačkoj županiji 2006. godine pokazala su da mladi najčešće provode svoje slobodno vrijeme u druženju s prijateljima, gledanju televizije i videa, izlascima u kafiće ili kavane te u slušanju radija. Ustvrdilo se da te „aktivnosti potvrđuju već ustanovljeni interes mladih za prijateljstva i zabavu i razonodu, a ujedno pokazuju kolika je popularnost masovnih medija među mladima“ (Ilišin, 2006:308). Među aktivnostima koje su mladi u najmanjoj mjeri prakticirali pojavljivali su se odlasci u kazalište, na javne tribine i umjetničke izložbe, slušanje klasične glazbe, ali i bavljenje humanitarnim i političkim radom. Važno je spomenuti da je u slučaju mladih iz Zagrebačke županije istraživano i zadovoljstvo načinom na koji provode slobodno vrijeme. Nešto manje od trećine ispitanih (31,2 %) bilo je zadovoljno načinom provođenja slobodnog vremena, dok su ostali navodili razloge zbog kojih nisu zadovoljni. Nedostatak slobodnog vremena je kao razlog nezadovoljstva navelo 22,2 % ispitanih, 18,2 % problem je vidjelo u nedostatku adekvatnih mjesta, 13,7 % navelo je nedostatak novca razlogom nezadovoljstva, dok je 14,7 % mladih bilo nezadovoljno nedostatkom vremena, prostora i novca. Najmlađa istraživana skupina, ona od 15 do 19 godina, bila je zadovoljnija načinom provođenja slobodnog vremena od starijih istraživanih skupina, ali je upravo kod te skupine bila izražena i potreba za prikladnim prostorima koji bi bili predviđeni za okupljanje i druženje.

Nešto recentnije istraživanje, provedeno 2013. godine, donijelo je i preciznije uvide u stvarnu količinu slobodnog vremena s kojom raspolažu mladi. Tako je 5,5 % njih procijenilo da uopće nemaju slobodnog vremena, a 21,2 % imalo je do 2 sata slobodnog vremena dnevno. S druge strane, 37,2 % ispitanih imalo je preko 4 sata slobodnog vremena, dok je preostalih 35,9 % ispitanih imalo od 3 do 4 sata slobodnog vremena dnevno. Pokazalo se pritom da su manje slobodnog vremena imali stariji, obrazovaniji i religiozniji ispitanici, što je značilo da u zrelijoj mladenačkoj dobi kada dolazi do preuzimanja novih obaveza, opada količina slobodnog vremena (Ilišin, 2017). Premda je hijerarhija aktivnosti koje se prakticiraju u slobodno vrijeme zadržala osnovne sličnosti s ranijim nalazima jednu stvar je svakako važno spomenuti. Naime, mladi su slobodno vrijeme najčešće provodili u druženju s prijateljima, izlascima u kafiće, provođenju vremena za računalom te gledanju televizije. To je značilo da se među najčešće provedenim aktivnostima pojavilo i provođenje vremena za računalom, što je istovremeno dovelo do osjetnog smanjenja vremena koje su mladi provodili gledajući televiziju ili slušajući radio. Radio je, primjerice, 2004. godine u slobodnom vremenu često slušalo 64,4 % mladih, da bi 2013. godine taj broj opao na 38,1 % ispitanih. Već i to istraživanje osvrnulo se na problematiku koja po-

sljedenjih godina zaokuplja pažnju znanstvenika, a to je hoće li povećanje vremena koje se provodi uz nove tehnologije pridonijeti pasivizaciji mladih, pa onda i dodatnom smanjenju vremena koje se provodi u aktivnostima koje doprinose osobnom razvoju (Ilišin, 2017). Osim toga, i ovo je istraživanje pokazalo kako obilježja sredine u kojoj mladi žive značajno utječe na način na koji mladi provode slobodno vrijeme. Uzimajući u obzir sve navedeno, tema slobodnog vremena potiče na daljnja istraživanja koja bi ponudila uvide i o utjecaju novih tehnologija na način provođenja slobodnog vremena mladih i o specifičnostima koje se tiču pojedinih podskupina mladih te pojedinih specifičnih područja unutar Republike Hrvatske.

4. CILJEVI I METODA ISTRAŽIVANJA

Osnovni je cilj rada dobiti uvid u strukturu i obilježja korištenja slobodnog vremena mladih tijekom pandemije bolesti COVID-19. Konkretno, analizom, uz opće zadovoljstvo mladih načinom korištenja slobodnog vremena, želi se utvrditi i učestalost obavljanja pojedinih aktivnosti u slobodnom vremenu te identificirati probleme koji su negativno utjecali na kvalitetu korištenja slobodnog vremena tijekom pandemije. Uz navedeno, u radu se želi istražiti postoje li razlike u navedenim aspektima korištenja slobodnog vremena s obzirom na osnovna demografska i socioekonomska obilježja ispitanika. Podatci analizirani u radu prikupljeni su anketnim istraživanjem provedenim tijekom jeseni 2021. godine na stratificiranom probabilističkom uzorku (N=552) učenika trećih i četvrtih razreda srednjih škola s područja Vukovarsko-srijemske županije. Stratifikacijom je osigurana proporcionalna zastupljenost ispitanika u odnosu na populacijske vrijednosti s obzirom na vrstu programa (gimnazijski ili strukovni) te razred. Anketiranje je provedeno grupno u razredu tijekom nastave, a za sudjelovanje u istraživanju, osim samog pristanka ispitanika, tražena je i prethodna suglasnost roditelja ili staratelja. Nacrt istraživanja odobrilo je Etičko povjerenstvo Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar.

Prije samog prikaza rezultata istraživanja važno je napomenuti da u istraživanju nije korišten neki specifični i već korišteni instrument o načinima provođenja slobodnog vremena mladih. Naime, pregledom literature uočeno je postojanje bogate tradicije istraživanja načina korištenja slobodnog vremena, čije je glavno obilježje korištenje mnoštvo različitih skala za mjerenje te dimenzije svakodnevice (Šimšek i Čevik, 2020). Neujednačenost istraživačkog pristupa, odnosno okolnost da još uvijek nemamo šire prihvaćeni integrativni instrument za mjerenje načina provođenja slobodnog vremena usmjerila je ovo istraživanje na oslanjanje na prigodno priređeni alat. Točnije, u anketnom

upitniku ponuđen je jedan širi spektar aktivnosti do kojeg se došlo kombinirajući nalaze polustrukturiranih intervjua provedenih s 14 učenika trećih i četvrtih razreda srednjih škola¹¹⁵, kao i nalaze sličnih istraživanja prethodno provedenih u Hrvatskoj. Osim toga vodilo se računa i o okolnosti da se istraživanje odvijalo u razdoblju pandemije kada su još bile na snazi restrikcije okupljanja. U tom smislu, instrument nije tipična operacionalizacija nekih striktnih teorijskih koncepata o načinima provođenja slobodnog vremena već djelomično proširena i dopunjena verzija, koja se činila adekvatnijom s obzirom na kontekst pandemijskog razdoblja u kojem je većinu vremena bila nametnuta fizička distanca.

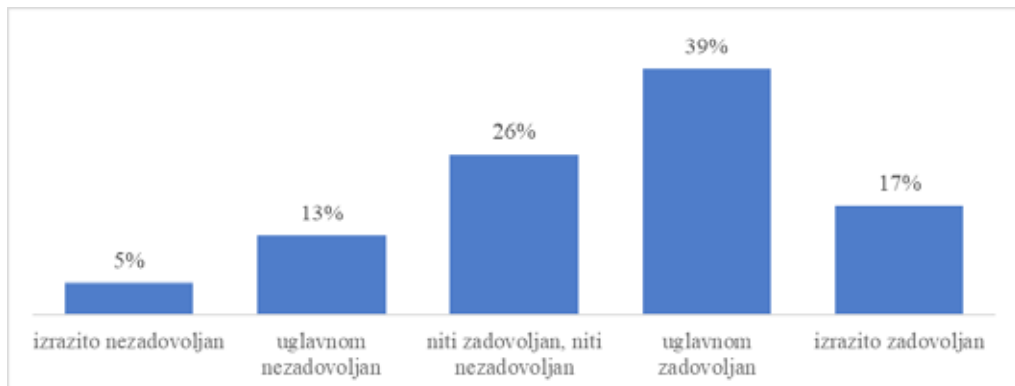
5. REZULTATI

5.1. Opće zadovoljstvo te problemi koji su utjecali na kvalitetu provođenja slobodnog vremena mladih tijekom pandemije

Razdioba odgovora na pitanje o općem zadovoljstvu načinom na koji su provodili slobodno vrijeme tijekom posljednjih godinu dana, dok su na snazi bile više ili manje restriktivne epidemiološke mjere ograničenja slobode kretanja i boravljenja u određenim prostorima, a time onda dobrim dijelom i otežana socijalna interakcija uživo, pokazuje da je bilo više zadovoljnih nego nezadovoljnih ispitanika, i to oko tri puta više (slika 1). Preciznije, izrazito zadovoljnih bilo je 17 %, a njih 39 % bilo je uglavnom zadovoljno, s druge strane, uglavnom nezadovoljnih bilo je 13 %, a onih izrazito nezadovoljnih načinom provođenja slobodnog vremena u posljednjih godinu dana bilo je 5 %. Treba spomenuti i da je oko četvrtine ispitanika izjavilo da nije niti zadovoljno niti nezadovoljno. Dakle, iako su ispitanici uglavnom zadovoljni načinom provođenja slobodnog vremena u vremenima u kojima smo svi bili prilično sputani ipak je znatan udio i onih koji to ne doživljavaju tako.

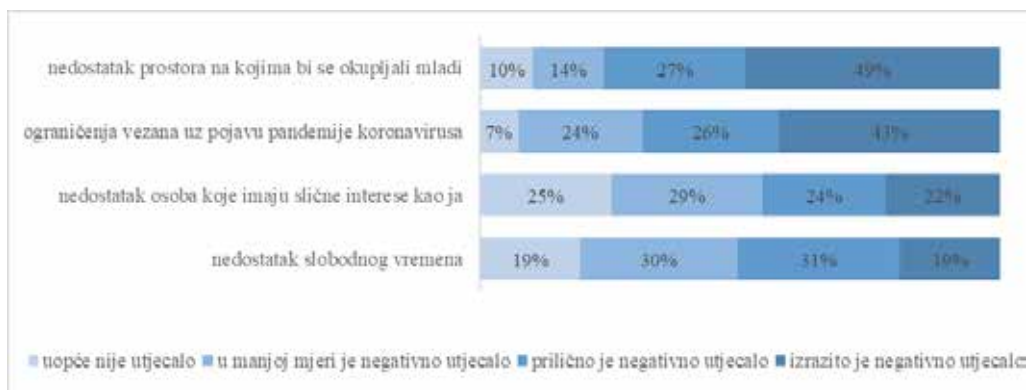
115 Istraživanje je provedeno tijekom 2021. godine u sklopu projekta Instituta društvenih znanosti Ivo Pilar pod nazivom "Od lokalnih do virtualnih zajednica - Društveni odnosi mladih u uvjetima nametnutog prostornog distanciranja". Projekt se sastojao od dvije faze unutar koje su se koristili različiti metodološki pristupi adekvatni postavljenim ciljevima. U prvoj fazi projekta koristila se kvalitativna metodologija i to metoda polustrukturiranih intervjua.

Slika 1. Zadovoljstvo načinom provođenja slobodnog vremena u posljednjih godinu dana



Da su sama pandemija i s njom povezana ograničenja imala znatan negativan učinak na kvalitetu korištenja slobodnog vremena mladih, potvrđuju i rezultati prikazani na sljedećoj slici. Naime, razdioba odgovora otkriva da 69 % ispitanika smatra kako je pandemija imala prilično ili izrazito negativan učinak na taj segment njihova života. Međutim, iz perspektive mladih pandemija i nije bila najveći problem. Točnije, ispitanici su nešto češće od pandemije kao problem u kontekstu provođenja slobodnog vremena navodili nedostatak prostora na kojem bi se mladi mogli okupljati. Konkretno, da je nedostatak prostora prilično ili izrazito negativno utjecao na kvalitetu korištenja njihovog slobodnog vremena, smatra 76 % ispitanika. Ispitanici su preostala dva potencijalna problema ponuđena u instrumentu nešto rjeđe dovodili u vezu s negativnim utjecajem na kvalitetu korištenja slobodnog vremena. Tako vidimo kako 46 % ispitanika smatra da nedostatak osoba sličnih interesa prilično ili izrazito negativno utječe na kvalitetu njegova provođenja, a njih 50 % isto misle i za nedostatak slobodnog vremena.

Slika 2. U kojoj mjeri su sljedeće pojave negativno utjecale na kvalitetu korištenja vašeg slobodnog vremena u posljednjih godinu dana?



5.2. Što su mladi radili u slobodno vrijeme tijekom pandemije?

U nastavku analize istražena je hijerarhija poželjnosti različitih aktivnosti koje mladi znaju obavljati tijekom slobodnog vremena. Temeljem iskazane učestalosti njihovog obavljanja tijekom slobodnog vremena u proteklih godinu dana, promatrane aktivnosti grupirane su u tri kategorije po stupnju poželjnosti. U prvoj su kategoriji aktivnosti koje većina ispitanika obavlja često, u drugoj su kategoriji aktivnosti koje većina ispitanika obavlja rijetko ili povremeno i u trećoj su kategoriji aktivnosti za koje je većina ispitanika kazala da ih nije obavljala u zadnjih godinu dana. Razdioba aktivnosti u tri kategorije temeljem naznačenog kriterija predstavljena je u tablici 1. Prikazani rezultati otkrivaju da se u prvoj kategoriji nalazi šest aktivnosti, pri čemu su mladima u proteklih godinu dana dvije najatraktivnije bile provođenje vremena *online* te pisanje poruka i razgovori na mobitelu. Za prvu aktivnost je 78 %, a za drugu je 76 % ispitanika navelo da ju često obavlja, dok je njih 21 % odnosno 23 % kazalo da ih obavlja rijetko ili povremeno. Udio ispitanika koji su naveli da nisu uopće provodili vrijeme *online* ili pisali poruke i razgovarali na mobitel, bio je gotovo zanemariv – konkretno, oko 1 %. Nadalje, natpolovična većina ispitanika navela je i da su se u promatranom razdoblju često družili s prijateljima uživo (62 %) te da su se izležavali (54 %). U grupi ovih atraktivnijih aktivnosti nalaze se još i odlazak u kafiće te slušanje regionalne narodno-zabavne glazbe (cajke i sl.). Za obje spomenute aktivnosti oko 48 % ispitanika je navelo da ih često obavlja, pri čemu je kod slušanja ove vrste glazbe ipak primjetna određena polarizacija. Naime, dok je kod odlazaka u kafiće ili noćne klubove tek 9 % ispitanika kazala

da to nikad ne radi, kod slušanja regionalne narodno-zabavne glazbe udio onih koji to nikad ne rade bio je 19 %.

Razdioba podataka prikazana u istoj tablici zatim još otkriva da je u drugoj kategoriji koja obuhvaća aktivnosti za koje je većina ispitanika kazala da ih je u proteklih godinu dana obavljala ponekad, odnosno rijetko ili povremeno, bilo ukupno 14 aktivnosti. Među aktivnostima koje najviše ispitanika, točnije natpolovična većina njih, obavlja ponekad, nalaze se odlazak u *shopping* (74 % to čini rijetko ili povremeno), gledanje televizijskog programa (70 %), pomaže ljudima iz susjedstva (69 %), ide na izlete ili u šetnje (67 %) te posvećuje pozornost vlastitom izgledu (58 %). Treba pritom naglasiti da je kod navedenih aktivnosti udio ispitanika koji ih rade često veći od onih koji ih ne rade nikada. Najviše takvih revnih ispitanika u ovoj kategoriji aktivnosti bilo je kod posvećivanja pozornosti vlastitom izgledu (to često čini 36 %, a nikada njih 6 %) te kod odlazaka na izlete ili u šetnje (23 % ih to čini često, a 10 % nikada). Slični odnosi zabilježeni su i za druženje uživo s rodbinom, što je tijekom pandemije 49 % ispitanika činilo rijetko ili povremeno, njih 47 % često, a samo 4 % ih nije imalo takav tip socijalne interakcije. Kod slušanja radijskog programa i čitanja knjiga prevaga je pak otišla na suprotnu stranu. I dalje je bilo najviše ispitanika koji su ponekad slušali radio (48 %) i ponekad čitali knjige (47 %). Međutim, kod ovih aktivnosti udio ispitanika koji to nisu činili proteklih godinu dana bio je višestruko veći nego onih koji su to činili često; kod slušanja radija odnos je bio 46 % naspram 6 %, a kod čitanja knjiga 43 % naspram 10 %. Kod preostalih aktivnosti koje se nalaze u ovoj kategoriji udio ispitanika koji ih ponekad obavlja i dalje je relativno najveći, no kod njih je, uz izuzetak slušanja pop i rock glazbe te rekreativnog bavljenja sportom, podjednako zastupljen i udio onih koji to nisu uopće radili i onih koji su to činili često. Kod slušanja hip-hop i/ili elektronske glazbe, domaće tradicijske glazbe (klape, tamburaše i sl.), igranja videoigara te uključenosti u organizirane slobodne aktivnosti (učenje stranih jezika, treniranje i sl.) udio ispitanika koji su to radili rijetko ili povremeno kretao se od 37 do 42 %, udio onih koji su to radili često od 27 do 34 %, a udio onih koji navedene aktivnosti nisu uopće prakticirali kretao se između 28 i 36 %. Za rekreativni sport te slušanje pop i rock glazbe navedeno je da su omjeri nešto drugačiji; rijetko ili povremeno rekreativno se bavilo sportom 48 % ispitanika, njih 33 % to je činilo često, a 20 % uopće ne, dok je navedenu vrstu glazbe rijetko ili povremeno slušalo 42 % ispitanika, često njih 36 %, a 23 % ih to nije činilo u proteklih godinu dana. U posljednjoj kategoriji nalaze se četiri aktivnosti za koje je najveći udio ispitanika kazao da ih nije obavljao u proteklih godinu dana. Klasičnu glazbu tako nije slušalo 49 % ispitanika, njih je 41 % to radilo rijetko ili povremeno, a 10 % često. Dok se, dakle, s klasičnom glazbom više ili manje učestalo ipak još susreće natpolovična većina ispitanika, takav slučaj

nije s preostale tri aktivnosti u ovoj kategoriji. Razdioba rezultata pokazuje da u proteklih godinu dana nije volontiralo ili nije sudjelovalo u radu udruga čak 60 % ispitanika (njih 32 % to je činilo rijetko ili povremeno, a 7 % često). Među svim ponuđenim aktivnostima ispitanicima su dvije najmanje atraktivne bile odlazak na kazališne predstave i/ili izložbe te čitanje novina. U kazalištu u proteklih godinu dana nije bilo 78 % ispitanika (21 % ih je išlo rijetko ili povremeno, a 2 % često), a novine nije čitalo 80 % ispitanika (19 % ih je to činilo rijetko ili povremeno, a 2 % često).

Tablica 1. Učestalost obavljanja pojedinih aktivnosti tijekom slobodnog vremena u proteklih godinu dana: razdioba u tri kategorije poželjnosti*

kategorija poželjnosti	aktivnost	nikada	rijetko ili povremeno	često
1.	23. provodim vrijeme online/na internetu	1%	21%	78%
1.	22. pišem poruke i razgovaram na mobitel	1%	23%	76%
1.	5. družim se s prijateljima uživo	2%	36%	62%
1.	4. izležavam se	3%	43%	54%
1.	14. idem u kafiće ili noćne klubove	9%	44%	48%
1.	17. slušam regionalnu narodno-zabavnu glazbu (cajke i sl.)	19%	33%	48%
2	6. družim se s rodbinom uživo	4%	49%	47%
2.	8. posvećujem pozornost vlastitom izgledu (frizura, odijevanje i sl.)	6%	58%	36%
2.	10. idem u shopping	8%	74%	19%
2.	9. idem na izlete ili šetnje	10%	67%	23%
2.	1. gledam televizijske programe	12%	70%	18%
2.	20. pomažem ljudima iz svog susjedstva	13%	69%	18%

2.	11. rekreativno se bavim sportom	20%	48%	33%
2.	15. slušam pop i rock glazbu	23%	42%	36%
2.	24. igram videoigre	28%	38%	34%
2.	19. slušam hip-hop i/ili elektronsku glazbu	30%	42%	28%
2.	16. slušam domaću tradicijsku glazbu (klape, tamburaše i sl.)	32%	42%	26%
2.	12. uključen sam u organizirane slobodne aktivnosti (učenje stranih jezika, treniranje i sl.)	36%	37%	27%
2.	3. čitam knjige	43%	47%	10%
2.	2. slušam radijske programe	46%	48%	6%
3.	18. slušam klasičnu glazbu	49%	41%	10%
3.	21. volontiram ili sudjelujem u radu udruge	60%	32%	7%
3.	13. odlazim na kazališne predstave i/ili izložbe	78%	21%	2%
3.	7. čitam novine	80%	19%	2%

* U tablici su sivo osjenčane dominantne vrijednosti za svaku česticu

5.3. Specifičnosti u načinu provođenja slobodnog vremena mladih tijekom pandemije s obzirom na spol, životni standard kućanstva te tip naselja stanovanja

U potrazi za nekim specifičnostima u načinu korištenja slobodnog vremena istražili smo postoje li razlike u učestalosti bavljenja navedenim aktivnostima između specifičnih skupina ispitanika. Pritom smo bili usredotočeni na osnovna demografska i socioekonomska obilježja ispitanika. Konkretno, zanimalo nas je postoje li razlike u provođenju slobodnog vremena između ispitanika s obzirom na varijable spol, tip naselja stanovanja te životni standard kućanstva. Statističku značajnost razlika testirali smo, ovisno o varijabli, t-testom ili pak analizom varijance uz provođenje Tukey HSD *post hoc* testa razlika između parova.

S obzirom na spol zabilježena je statistički značajna razlika na 17 od ukupno 24 ponuđene aktivnosti. Pritom su češće prakticiranje njih jedanaest navele osobe ženskog spola, a njih šest osobe muškoga spola. Uspoređujući srednje vrijednosti možemo vidjeti da su tako djevojke statistički značajno znatno češće čitale knjige ($p < 0,01$), išle u *shopping* ($p < 0,01$), na izlete ili u šetnje ($p < 0,01$), posvećivale pozornost vlastitom izgledu ($p < 0,01$), volontirale ili sudjelovale u radu udruge ($p < 0,01$) te provodile slobodno vrijeme izležavajući se ($p < 0,01$). Nešto manja razlika u korist dječaka, ali i dalje statistički značajna, zabilježena je i kod gledanja televizijskog programa ($p < 0,05$), slušanja regionalne narodno-zabavne glazbe ($p < 0,05$), odlazaka na kazališne predstave i/ili izložbe ($p < 0,01$), slušanja pop i rock glazbe ($p < 0,05$) te pisanja poruka i razgovaranja na mobitel ($p < 0,01$). S druge strane, dječaci su statistički značajno znatno češće tijekom slobodnog vremena igrali videoigre ($p < 0,01$), rekreativno se bavili sportom ($p < 0,01$), slušali hip-hop i/ili elektronsku glazbu ($p < 0,01$) te bili uključeni u organizirane slobodne aktivnosti ($p < 0,01$). Statistički značajna razlika s obzirom na spol zabilježena je još i kod čitanja novina ($p < 0,05$) te kod slušanja klasične glazbe ($p < 0,05$), ali tu su same razlike bile ipak nešto manje izražene u korist dječaka.

Ovo su zanimljivi rezultati koji pokazuju da premda spol ispitanika u različitim aspektima značajno utječe na način provođenja slobodnog vremena, ne može se govoriti o jasnim obrisima patrijarhalnog modela socijalizacije, koji je bio zamijećen u nekim ranijim istraživanjima. Naime, dok je istraživanje iz 1996. godine pokazivalo da su djevojke bile sklonije čitanju knjiga, a mladići izlascima u gostionice i restorane te bavljenju sportom, ovdje je situacija u slučaju provođenja slobodnog vremena u ili izvan doma znatno složeniji (Ilišin, 1999). Doduše, djevojke su i dalje sklonije čitanju knjiga dok se mladići više bave sportom, ali u slučaju izlazaka u kafiće i noćne klubove nema razlike među njima. Djevojke su osim toga sklonije odlasku na izlete i u šetnje, a zanimljivo je da istovremeno iskazuju više brige za sebe tako što posvećuju pažnju vlastitom izgledu, ali i više brige za zajednicu jer češće volontiraju ili sudjeluju u radu udruge. Promijenjeni načini ponašanja mladića u najvećoj mjeri dolaze do izražaja u znatno češćem igranju videoigara i slušanju hip-hop i elektronske glazbe.

Osim prema spolu, htjelo se utvrditi postoje li među mladima i razlike u načinu provođenja vremena u odnosu na percepciju relativnog životnog standarda njihovog kućanstva. Tu razliku istražili smo uspoređujući dvije kategorije ispitanika. Prvom kategorijom obuhvaćeni su ispitanici koji su ocijenili da je životni standard njihovog kućanstva lošiji ili otprilike prosječan u odnosu na hrvatske prilike, a druga one ispitanike koji drže da njihovo kućanstvo živi bolje od hrvatskog prosjeka. Analizom je utvrđena statistički značajna razlika u

načinu provođenja slobodnog vremena između dvije navedene kategorije ispitanika kod osam ponuđenih aktivnosti. Pritom su češće obavljanje, njih sedam, naveli ispitanici koji, kako sami kažu, dolaze iz nešto boljestojećih kućanstava. Usporedba srednjih vrijednosti otkriva da su ti ispitanici statistički značajno znatno češće u svome slobodnom vremenu bili uključeni u organizirane slobodne aktivnosti ($p < 0,01$), a češće i slušaju regionalnu narodno-zabavnu glazbu ($p < 0,05$), idu u *shopping* ($p < 0,01$), rekreativno se bave sportom te posjećuju kafiće ili noćne klubove ($p < 0,01$). Ta skupina je statistički značajno još nešto češće slobodno vrijeme koristila za odlaske na izlete ili u šetnje ($p < 0,05$) te za posvećivanje pozornosti vlastitom izgledu ($p < 0,05$). Jedina aktivnost kod koje je utvrđeno statistički značajno češće prakticiranje kod ispitanika koji dolaze iz kućanstva čiji je životni standard ocijenjen kao prosječan ili ispodprosječan, čitanje je novina ($p < 0,05$).

I na kraju, analizirane su razlike u načinu na koji mladi provode slobodno vrijeme s obzirom na tip naselja stanovanja (tablica 2). Razlika je istražena grupirajući naselja stanovanja s obzirom na stupanj centraliteta (brojnosti funkcija koje naselje obavlja u prostoru) u sljedeće tri kategorije: 1. regionalni i subregionalni centri (Vinkovci, Vukovar, Županja i Ilok); 2. područni i lokalni centri (naselja u kojima se nalaze općinska i gradska sjedišta); 3. ostala (periferna) naselja. Rezultati ANOVA-e uz provođenje *post hoc* testa otkrivaju statistički značajnu razliku u učestalosti obavljanja kod osam ponuđenih aktivnosti. Mladi iz perifernih naselja ($p < 0,01$) te oni iz područnih i lokalnih centara ($p < 0,05$) nešto su češće gledali televizijski program od mladih iz regionalnih i subregionalnih centara, dok su s druge strane mladi iz regionalnih i subregionalnih centara nešto češće igrali videoigre ($p < 0,01$) i provodili vrijeme *online* ($p < 0,01$) u odnosu na mlade iz područnih i lokalnih centara. Nadalje, mladi iz perifernih naselja i iz područnih i lokalnih centara su pak u odnosu na one iz regionalnih i subregionalnih centara nešto češće i pomagali ljudima iz svojega susjedstva ($p < 0,01$), a mladi iz područnih i lokalnih centara nešto su češće i volontirali i bili uključeni u rad udruga ($p < 0,01$) u odnosu na mlade iz regionalnih i subregionalnih centara. Što se tiče glazbenog ukusa, mladi iz perifernih naselja nešto su češće u odnosu na one iz regionalnih i subregionalnih centara slušali domaću tradicijsku glazbu ($p < 0,05$) i regionalnu narodno-zabavnu glazbu ($p < 0,05$), dok su mladi iz regionalnih i subregionalnih centara češće u odnosu na one iz perifernih naselja slušali hip-hop i/ili elektronsku glazbu ($p < 0,05$).

TABLICA 2. Usporedba učestalosti obavljanja pojedinih aktivnosti tijekom slobodnog vremena u proteklih godinu dana s obzirom na spol, životni standard i tip naselja stanovanja

	spol				životni standard				tip naselja stanovanja								UKUPNO		
	1. muški		2. ženski		1. ispodprosječan ili prosječan		2. iznadprosječan		1. regionalni ili subregionalni centri		2. područni ili lokani centri		3. ostala (periferna) naselja		post hoc test		M	SD	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	1-3**	1-2*			
1. gledam televizijske programe	2,4	0,9	2,6	0,9	*	2,5	0,9	2,5	0,9			2,4	0,9	2,6	0,9	2,7	0,9	2,5	0,9
2. slušam radijske programe	1,7	0,9	1,8	0,9		1,8	0,9	1,8	0,9			1,7	0,8	1,9	0,9	1,8	0,9	1,8	0,9
3. čitam knjige	1,6	0,8	2,2	1,0	**	2,0	1,0	1,9	0,9			1,9	1,0	2,0	1,0	2,0	1,0	1,9	1,0
4. izležavam se	3,2	0,9	3,5	0,7	**	3,4	0,8	3,4	0,8			3,4	0,8	3,2	0,9	3,5	0,7	3,4	0,8
5. družim se s prijateljima uživo	3,4	0,7	3,6	0,7		3,5	0,7	3,6	0,7			3,5	0,7	3,5	0,7	3,5	0,7	3,5	0,7
6. družim se s rodbinom uživo	3,2	0,9	3,3	0,9		3,1	0,9	3,3	0,9			3,1	0,9	3,3	0,9	3,3	0,8	3,2	0,9
7. čitam novine	1,3	0,7	1,2	0,6	*	1,3	0,7	1,2	0,5	*		1,3	0,6	1,3	0,6	1,3	0,7	1,3	0,6
8. posvećujem pozornost vlastitom izgledu (frizura, odijevanje i sl.)	2,9	1,0	3,2	0,8	**	3,0	0,9	3,1	0,9	*		3,1	0,9	3,0	0,8	3,1	0,9	3,0	0,9
9. idem na izlete ili šetnje	2,5	0,9	2,9	0,9	**	2,6	0,9	2,8	0,9	*		2,7	0,9	2,7	1,0	2,7	1,0	2,7	0,9
10. idem u shopping	2,4	0,9	2,9	0,8	**	2,5	0,8	2,8	0,9	**		2,6	0,8	2,7	0,9	2,7	0,9	2,7	0,9
11. rekreativno se bavim sportom	3,0	1,1	2,4	1,0	**	2,5	1,2	2,8	1,1	**		2,8	1,2	2,7	1,1	2,5	1,1	2,7	1,1
12. uključeni sam u organizirane slobodne aktivnosti (učenje stranih jezika, treniranje i sl.)	2,5	1,3	2,2	1,2	*	2,2	1,2	2,6	1,2	**		2,4	1,2	2,3	1,2	2,2	1,2	2,3	1,2
13. odlazim na kazališne predstave i/ili izložbe	1,2	0,6	1,4	0,6	**	1,3	0,6	1,3	0,6			1,3	0,6	1,3	0,7	1,3	0,6	1,3	0,6
14. idem u kafiće ili noćne klubove	3,1	1,0	3,2	0,9		3,0	1,0	3,3	0,9	**		3,1	1,0	3,2	1,0	3,2	0,9	3,2	1,0
15. slušam pop i rock glazbu	2,6	1,1	2,8	1,2	*	2,8	1,2	2,6	1,2			2,7	1,2	2,8	1,2	2,6	1,2	2,7	1,2
16. slušam domaću tradicijsku glazbu (kape, tamburaše i sl.)	2,4	1,2	2,3	1,2		2,5	1,2	2,3	1,2			2,2	1,2	2,5	1,2	2,6	1,1	2,4	1,2
17. slušam regionalnu narodno-zabavnu glazbu (cajke i sl.)	2,8	1,2	3,0	1,2	*	2,8	1,2	3,1	1,1	**		2,8	1,2	3,0	1,2	3,2	1,1	3,0	1,2
18. slušam klasičnu glazbu	1,9	1,0	1,7	1,0	*	1,8	0,9	1,9	1,1			1,8	1,0	1,9	1,0	1,9	1,1	1,8	1,0
19. slušam hip-hop i/ili elektronsku glazbu	2,8	1,2	2,2	1,1	**	2,5	1,2	2,4	1,2			2,6	1,2	2,4	1,2	2,2	1,2	2,5	1,2
20. pomažem ljudima iz svog susjedstva	2,6	0,9	2,5	0,9		2,6	0,9	2,6	0,9			2,4	0,9	2,8	0,9	2,7	0,9	2,6	0,9
21. volontiram ili sudjelujem u radu udruge	1,5	0,7	1,8	1,0	**	1,7	1,0	1,6	0,9			1,5	0,9	1,8	1,0	1,6	0,9	1,6	0,9
22. pišem poruke i razgovaram na mobitel	3,6	0,7	3,8	0,5	**	3,7	0,6	3,7	0,6			3,7	0,6	3,8	0,7	3,8	0,5	3,7	0,6
23. provodim vrijeme online/na internetu	3,7	0,6	3,7	0,5		3,7	0,6	3,8	0,5			3,8	0,5	3,6	0,7	3,7	0,5	3,7	0,6
24. igram videoigre	3,3	1,0	2,0	1,1	**	2,5	1,2	2,7	1,2			2,8	1,2	2,4	1,2	2,7	1,2	2,6	1,2

6. ZAKLJUČAK

Već od druge polovice 20. stoljeća započinje razdoblje u kojem se slobodno vrijeme izvan sfere rada ili školskih obaveza sve više povećava te time i interes za istraživanjima njegove strukture i kvalitete. Iako je ono ponajviše shvaćeno kao dokolica koja podrazumijeva odsutnost svake prisile, sve više je to postalo i vrijeme kojega treba korisno planirati i ciljano usmjeriti jer se time obogaćuje i kvaliteta življenja pojedinaca, osobito mladih. Iako pripadaju istoj dobnoj skupini, žive u istom mjestu i pohađaju možda i isti razred, mladi nisu nipošto jedna homogena skupina s obzirom na društvene vrijednosti koje im oblikuju identitete i stilove života, već jedna prilično heterogena i fragmentirana skupina, čime se potvrđuje činjenica postojanja i kulturnog i supkulturnog pluralizma, u kojima je dopušten slobodan izbor sadržaja u koji se vjeruje, koji se vrednuje, prema kojem se djeluje te koji im daje smisao, motivaciju i oblikuje svakodnevicu. Stoga je upravo slobodno vrijeme, dakle aspekt života mladih gdje se ta raznolikost i može empirijski evidentirati i analizirati.

Stoga se u ovom radu htjelo otkriti ponajprije opće zadovoljstvo mladih iz Vukovarsko-srijemske županije načinom korištenja slobodnog vremena tijekom COVID-19 pandemije, zatim percepcija problema koji su u tom razdoblju negativno utjecali na kvalitetu korištenja slobodnog vremena, kao i učestalost obavljanja pojedinih aktivnosti u slobodnom vremenu. Uz navedeno, cilj analize bio je i doznati postoje li razlike u korištenju slobodnog vremena s obzirom na osnovna demografska i socioekonomska obilježja ispitanika. Provedena empirijska analiza ponudila je nekoliko korisnih uvida. Prvo, opća ocjena načina provođenja slobodnog vremena u COVID-19 pandemiji sugerira kako ta dimenzija svakodnevice većini ispitanika ipak nije ostala u sjećanju kao neko neugodno iskustvo. Naime, najveći broj mladih uglavnom je zadovoljan načinom provođenja slobodnog vremena (39 %), dok je 17 % njih izrazito zadovoljno tim segmentom svoga života. Ipak, ne može se zanemariti ni broj onih koji nisu zadovoljni načinom kako su provodili svoje vrijeme, a čemu su sigurno pridonijele i teškoće povezane s pandemijom. Drugo, nedostatak (socijalne) infrastrukture ili pak njezina neprimjerenost i u onom (pred)apokaliptičnom je vremenu izdvojena kao glavna prepreka mladima pri realizaciji njihovih potreba. Rezultati analize naime pokazuju da, iako znatan broj ispitanika označava ograničenja nametnuta u svrhu sputavanja širenja bolesti kao veliki izvor nedaća, nedostatak prostora za okupljanje mladih ipak je najčešće istican kao ona okolnost koja je u tom razdoblju imala izrazito negativan utjecaj na kvalitetu korištenja slobodnog vremena. Treće, grupiranjem aktivnosti po učestalosti njihova obavljanja u slobodno vrijeme tijekom pandemije utvrđeno je da je najviše bilo aktivnosti koje su ispitanici obavljali ponekad, zatim znatno manje onih koje su ispitanici obavljali često, a najmanje onih koje nisu uopće

obavljali. Takva razdioba sugerira popriličnu heterogenost interesa, ali vjerojatno i neujednačenu dostupnost, odnosno mogućnost njihove realizacije. Gledajući pak pojedinačno, razdioba odgovora otkriva kako su mladima najpoželjnije aktivnosti usmjerene na konzumiranje *online* medijskih sadržaja te socijalnu interakciju. Iako pritom veliki broj ispitanika sudjeluje i u socijalnoj interakciji koja se temelji na komunikaciji licem-u-lice, analiza je pokazala kako su ispitanici svoje slobodno vrijeme tijekom pandemije bolesti COVID-19 najčešće upražnjavali aktivnostima oslonjenima na korištenje interneta i s njim povezanih tehnologija za posredovanje komunikacije. S druge strane, ispitanicima najmanje poželjne aktivnosti obuhvaćale su tradicionalne oblike informiranja, poput čitanja novina te konzumiranje oblika visoke kulture, konkretno kazališta, izložbi i slušanja klasične glazbe. Četvrto, provedena statistička analiza ukazala je na relativnu brojnost statistički značajnih razlika pri čemu je njih ipak nešto više bilo s obzirom na spol u odnosu na životni standard te tip naselja stanovanja ispitanika. No bez obzira na relativnu brojnost stabilnih razlika između promatranih kategorija ispitanika, većina njih i nije toliko izražena. Nešto veće razlike zabilježene su tek s obzirom na spol, i to najveća kod igranja video igrica, zatim rekreativnog bavljenja sportom, slušanja hip-hop glazbe te čitanja knjiga. Dok je ova potonja aktivnost bila znatno češće prakticirana kod djevojčica, prve tri navedene aktivnosti vidljivo su pak češće bile prisutne kod dječaka.

Kao što je prethodno već istaknuto, u istraživanju nije korišten neki specifični i već korišteni instrument o načinima provođenja slobodnog vremena mladih, stoga je eventualna usporedba s nekim prethodnim istraživanjima donekle ograničena. Budući da i u tim radovima postoji niz različitih skala te još uvijek ne postoji jedan opće prihvaćeni instrument za mjerenje načina provođenja slobodnog vremena, u upitniku je ponuđen jedan širi spektar aktivnosti, kombinirajući naše spoznaje dobivene polustrukturiranim intervjuima s uvidima sličnih istraživanja prethodno provedenih u Hrvatskoj. A u vrijeme izrade upitnika, dakle tijekom 2020., još nije ni bilo dostupnih radova u časopisima vezanih uz probleme mladih u pandemiji na koje bi se mogli referirati i s čijim bi se rezultatima, koji su kasnije objavljeni, sukladno tome moglo i uspoređivati ove rezultate, što je svakako ograničenje ovoga rada. Dugoročno gledajući, uzevši u obzir i te nove spoznaje iz drugih istraživanja, za neke dublje zaključke vrijedilo bi provesti longitudinalna istraživanja koja bi dala dublji uvid o dramatičnim učincima pandemije na život mladih, no smatra se da i prezentirani podatci mogu biti dragocjeni u razumijevanju niza aspekata svakodnevice mladih, od odnosa prema tehnologiji do odnosa prema lokalnoj zajednici. U konačnici, kako bi se uopće razumio suvremeni svijet i promjene kroz koje prolazi, nužno je razumjeti s čime se susreću i kako odrastaju mladi.

LITERATURA

1. Abercombie, N., Hill, S. i Turner, B. S. (2008). *Rječnik sociologije*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
2. Dodig-Ćurković, K. (2017) Adolescentna kriza - kako je dijagnosticirati i liječiti? *Medicus*, 2 (25): 199-206.
3. Ettekal, A.V. i Agans, J.P. (2020) Positive Youth Development Through Leisure: Confronting the COVID-19 Pandemic. *Journal of Youth Development*, 15; 1-20.
4. Ferić, I., Milas, G., Rihtar, S. (2010). Razlozi i odrednice ranoga napuštanja školovanja. *Društvena istraživanja*, 19 (4-5), str. 621-642.
5. Gvozdanović, A., Ilišin, V., Adamović, M., Potočnik, D., Baketa, N. & Kovačić, M. (2019). Istraživanje mladih u Hrvatskoj 2018./2019. Zagreb: Friedrich-Ebert-Stiftung (FES)
6. Haralambos, M., Holborn, M. (2002). *Sociologija - Teme i perspektive*. Zagreb: Golden marketing.
7. Ilišin, Vlasta (1999). Slobodno vrijeme mladih s posebnim osvrtom na ruralno-urbani kontinuum. *Sociologija sela*, 37 (1): 21-44
8. Ilišin, V. (2006). Slobodno vrijeme i kultura mladih. U: Ilišin, V. (ur.). *Mladi između želja i mogućnosti*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, str. 299-328.
9. Ilišin, V. (2017). Neke dimenzije slobodnog vremena mladih. U: Ilišin, V., Spajić Vrkaš, V. (ur.). *Generacija osujećenih: mladi u Hrvatskoj na početku 21. stoljeća*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, str. 293-316.
10. *Instrumentum laboris "In Verbo Tuo"* (2000). Congresso internazionale per gli animatori OFM della pastorale vocazionale, Assisi – S. Maria angelorum 7-29. Octobris, Roma.
11. Mandarić, V. B. (2000). *Religiozni identitet zagrebačkih adolescenata*. Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.
12. Martinić, T. (1977). *Slobodno vrijeme i suvremeno društvo*. Zagreb: Informator.
13. Miletić, G. M., Žanić, M., i Peračković, K. (2021). Ostati ili otići? Prinos analizi socio-kulturnih odrednica migracijskih aspiracija mladih u Vukovarsko-srijemskoj županiji. U: Perić Kaselj, M. (ur.) *Kulturni i demografski aspekti migracija - Svezak I*. Zagreb: Institut za migracije i narodnosti i Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti - Razred za prirodne znanosti, str. 145-167.

14. Mlinarević, V., Gajger, V. (2010). Slobodno vrijeme mladih - prostor kreativnog djelovanja. U: *Međunarodna kolonija mladih Ernestinovo : 2003.-2008. : zbornik radova znanstvenog skupa s međunarodnim sudjelovanjem* (43-58). Osijek: Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti (HAZU).
15. Peračković, K. (2013) Osnovni pojmovi u sociologiji potrošnje. U: Čolić, S. (ur.) *Potrošačka kultura i konzumerizam*, Zagreb, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, str. 25-46.
16. Perasović, B. (2001). *Urbana plemena: Sociologija subkultura mladih u Hrvatskoj*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
17. Petz, B. (ur.) (1992). *Psihološki rječnik*. Zagreb: Prosvjeta.
18. Pronovost, G. (2000). The Collapse of the Leisure Society? New Challenges for the Sociology of Leisure. U: S. R. Quah i A. Sales (ur). *The International Handbook of Sociology* (356-366) SAGE Publications.
19. Previšić, V. (2000). Slobodno vrijeme između pedagogijske teorije i odgojne prakse. *Napredak*, 141 (4); str. 403-410.
20. Raboteg-Šarić, Z., Sakoman, S., Brajša-Žganec, A. (2002). Stilovi roditeljskog odgoja, slobodno vrijeme i rizično ponašanje mladih, *Društvena istraživanja*, 11 (2-3 (58-59)), 239-263. <https://hrcak.srce.hr/19687>
21. Roberts, K. (2004). *The Leisure Industries*. New York: Palgrave Macmillan.
22. Rojek, C. (1995). *Decentring Leisure*. London & Thousand Oaks: SAGE.
23. Stebbins, R.A. (2007). The Sociology of Leisure and Recreation. In: Bryant, C. D., Peck, D. L. (eds.) *21st century sociology: A reference handbook*. London: Sage Publications Ltd. pp 197-205.
24. Šulentić Begić, J., Begić, A. & Kir, I. (2021). Slobodno vrijeme i glazba: izvannastavne i izvanškolske glazbene aktivnosti učenika u gradu i predgrađu. *Revija za sociologiju*, 51 (2), 203-230. <https://doi.org/10.5613/rzs.51.2.2>
25. Šuljug Vučica, Z., Bandalović, Z., Lončar, M. (2020). *Youth leisure activities: a sociological research of students at the University of Split (Croatia)*, Proceedings of SOCIOINT, 2020.
26. Tomić-Koludrović, I., Leburić, A. (2002). *Sociologija životnog stila: prema novoj metodološkoj strategiji*. Zagreb: Jesenski & Turk.
27. Tonković, Ž., Krolo, K., Marčelić, S. (2020). *Klasika, punk, cajke: kulturni kapital i vrijednosti mladih u gradovima na jadranskoj obali*. Zadar: Sveučilište u Zadru, Hrvatska sveučilišna naklada.

28. Vander Zenden, J. W. (1993). *Human Development*. New York: McGraw-Hill.
29. Van Leeuwen, M., Klerks, Y., Bargeman B., Heslinga, J., Bastiaansen, M. (2020) Leisure will not be locked down—Insights on leisure and COVID-19 from the Netherlands. *World Leisure Journal*, 62 (4): 339–343.
30. Veal, A. J. (2019). Joffre Dumazedier and the definition of leisure. *Loisir et Societe / Society and Leisure*, 42 (2): 187-200.
31. Veblen, T. (2008). *Teorija dokoličarske klase*. Novi Sad: Mediterran Publishing,
32. Woodrow, N., Moore, K. (2021). The Liminal Leisure of Disadvantaged Young People in the UK Before and During the COVID-19 Pandemic. *JAYS*, 4: 475–491. <https://doi.org/10.1007/s43151-021-00064-2>
33. Young, M. E. M. (2020). Leisure pursuits in South Africa as observed during the COVID-19 pandemic, *World Leisure Journal*, 62 (4), 331-335. DOI: 10.1080/16078055.2020.1825252
34. Živić (ur.) (2022). *Vukovarsko-srijemska županija. Demografski izazovi, kvaliteta življenja i perspektive razvoja*. Zagreb – Vukovar: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.

POTENTIALS AND EXPERIENCES OF SPORTS TEAMS TO PARTICIPATE IN ALTERNATIVE INTERVENTIONS FOR CHILDREN IN CONFLICT WITH LAW¹¹⁶

Stručni rad

Lana Petö Kujundžić

High Criminal Court of the Republic of Croatia
Savska cesta 62
10000 Zagreb
lpkujundzic@gmail.com

Etna Nikić

City Office for Social Protection, Health, War Veterans and People with Disabilities
Trg Stjepana Radića 1/II
10000 Zagreb
etnanikic@gmail.com

Irena Cajner Mraović

Faculty of Croatian Studies, University of Zagreb
Borongajska cesta 83d
10000 Zagreb
icajner@gmail.com

Abstract

The Convention on the Rights of the Child (UNCRC) defines two requirements regarding children in conflict with the law in Article 40. The first is to treat children in conflict with the law in a manner that promotes their dignity and sense of personal worth and encourages them to abide by norms and respect fundamental human rights and freedoms. Another requirement is the urgent

116 This paper is part of the scientific research project “Potentials of Sports Associations of the City of Zagreb in Promoting the Developmental and Participatory Rights of the Child” conducted by the Faculty of Croatian Studies of the University of Zagreb, the Sports Federation of the City of Zagreb, and the Association of Youth and Family Judges and Specialists

return of children in conflict with the law to society and the creation of situations that enable them to play an active role in society. All other provisions of Article 40 of the UNCRC derive from these basic requirements. One of them prescribes the use of such measures to deal with children in conflict with the law, which make it possible to avoid legal proceedings whenever appropriate, so as not to label them and to enable permanent correction of their behaviour. Alternative interventions and diversion are modes of implementing this requirement of the UNCRC. The STOP Programme, as a diversion measure, has been implemented exclusively in two Croatian cities since 2012: Zagreb and Velika Gorica. Under this Programme, children who have come into conflict with the law are involved in the activities of civil society associations. The aim of this study is therefore to analyse the experience of applying the STOP Programme in the only sports association that has participated in it so far. The research was conducted using a semi-structured interview with the president and the coach of a sports association that was as a civil society association a partner of the STOP Programme. The results show that sports associations are especially suitable for implementing the STOP Programme because sports attract and connect children, and sports teams have coaches with knowledge and experience in working with children. It can be concluded that extending such a programme to the rest of Croatia with proper training for civil society associations is desirable.

Keywords: children in conflict with the law, alternative interventions, sports associations, Croatia

POTENCIJALI I ISKUSTVA SPORTSKIH TIMOVA ZA SUDJELOVANJE U ALTERNATIVNIM MJERAMA ZA DJECU U SUKOBU SA ZAKONOM

Sažetak

Konvencija o pravima djeteta (UNCRC) u članku 40 definira dva temeljna zahtjeva u odnosu na djecu u sukobu sa zakonom. Prvi je da se s djetetom u sukobu sa zakonom postupa na način kojim se promiče njegovo dostojanstvo i osjećaj osobne vrijednosti te kojim ga se potiče na pridržavanje normi i poštivanje temeljnih ljudskih prava i sloboda. Drugi je zahtjev čim hitniji povratak djeteta u sukobu sa zakonom u zajednicu te kreiranje situacija koje će omogućiti da ono preuzme aktivnu ulogu u zajednici. Iz tih temeljnih zahtjeva proizlaze sve ostale odredbe članka 40 UNCRC-a. Jedna od njih nalaže primjenu takvih mjera postupanja prema djeci u sukobu sa zakonom koje će omogućiti što manje izlaganje te djece sudskim postupcima ili kad god je to primjereno potpuno izbjegavanje sudskih postupaka kako bi se izbjeglo njihovo etiketiranje i omogućila trajna korekcija ponašanja. Jedna takva mjera u Hrvatskoj je STOP program, koji se provodi od 2012. godine isključivo na području Zagreba i Velike Gorice. U okviru tog programa djeca u sukobu sa zakonom obavljaju društveno koristan rad u udrugama civilnoga društva. Istraživanje je provedeno metodom polu-strukturiranog intervjua s predsjednikom i trenerom sportskog kluba koji je kao udruga civilnog društva bio partner STOP programa. Rezultati pokazuju kako su sportske udruge pogotovo prikladne za provedbu STOP programa jer sport privlači i povezuje mlade ljude, a u sportskim klubovima rade treneri koji imaju znanja i iskustva u radu s djecom. Zaključuje se kako bi bilo poželjno takav program osnažiti odgovarajućim sustavom edukacije udruga i proširiti i na ostatak Hrvatske.

Ključne riječi: djeca u sukobu sa zakonom, diverzija, alternativne mjere, STOP program, sportske udruge, Hrvatska

1. INTRODUCTION

The rights of children in conflict with the law are regulated by Article 40 of the Convention on the Rights of the Child (1989). Of course, all other articles of the Convention on the Rights of the Child (1989) also apply to children in conflict with the law. However, Article 40 explicitly lists the rights available to

any child who has come into conflict with the law and is, therefore, reported for a criminal offence or is the subject of criminal proceedings or has already been found to have committed a criminal offence. Croatian legislation considers children to be persons who are not criminally responsible up to the age of fourteen and for whom social protection interventions are provided in a situation of conflict with the law, while a special juvenile justice system is for persons between the ages of 14 and 18, i.e., 21 (Cajner Mraović, Vuić & Kujundžić, 2018). The Convention on the Rights of the Child (1989) defines a child in conflict with the law as all persons up to the age of eighteen. Therefore, in Croatia, the provisions of Article 40 of the Convention on the Rights of the Child (1989) apply primarily to minors between the ages of 14 and 18. This fact is also in accordance with the aforementioned article of the Convention on the Rights of the Child (1989) because it requires, among other things, that state parties to the Convention on the Rights of the Child (1989) establish in their national legislation an age limit for criminal liability, i.e., an age limit below which children are considered incapable of being held responsible for their actions, including criminal offences.

The Convention on the Rights of the Child (1989) defines two basic requirements specifically in relation to children in conflict with the law in Article 40. The first is to treat children in conflict with the law in a manner that promotes their dignity and sense of personal worth, and encourages them to abide by norms and respect fundamental human rights and freedoms, which necessarily implies treatment appropriate to the child's age, i.e., the level of their overall development. The second fundamental requirement of the Convention on the Rights of the Child (1989), which relates specifically to children in conflict with the law, is to promote the child's reintegration into society as soon as possible and to create situations that enable these children to play constructive role in society.

All other provisions of Article 40 of the Convention on the Rights of the Child (1989) derive from these fundamental requirements. One of these requires the application of such measures for the treatment of children in conflict with the law that will enable such children to be subjected to the minimum possible legal proceedings and, whenever appropriate, to avoid legal proceedings altogether, provided that human rights and legal safeguards are fully respected.

These requirements are operationalised in the following United Nations documents: United Nations Standard Minimum Rules for the Administration of Juvenile Justice (The Beijing Rules), adopted by General Assembly resolution 40/33 of 29 November 1985¹¹⁷, United Nations Guidelines for the Prevention

117 <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/united-nations-standard-minimum-rules-administration-juvenile>

of Juvenile Delinquency (The Riyadh Guidelines), adopted by General Assembly resolution 45/112 of 14 December 1990¹¹⁸, and Guidelines for Action on Children in the Criminal Justice System (The Vienna Guidelines), adopted by Economic and Social Council resolution 1997/30 of 21 July 1997¹¹⁹. In addition, these world-class documents were operationalised in the European territory through the Guidelines of the Committee of Ministers of the Council of Europe on Child-friendly Justice, adopted in 2010¹²⁰ and Child-friendly Juvenile Justice Resolution: from rhetoric to reality 2010 (2014), adopted by the Assembly on 27 June 2014¹²¹. To ensure that these requirements can be implemented as best as possible at the national level, the United Nations continuously issues publications such as the UNICEF Toolkit on Diversion and Alternatives to Detention (2010)¹²² and the UNICEF Advocacy Brief on Child Justice 2 of 5 “Diversion of Children in Conflict with the Law from Formal Judicial Proceedings in Europe and Central Asia” (2022).¹²³

The basis for the application of alternative interventions against children in conflict with the law in Croatia is the principle of expediency is described in the Law on Juvenile Courts (Official Gazette 84/11, 143/12, 148/13, 56/15, 126/19), which allows, under certain conditions, to exclude minors from formal criminal proceedings or the enforcement of criminal sanctions and to refer them to proceedings under an out-of-court settlement or to involve them in the work of humanitarian organisations or in matters of community or environmental importance, or to impose other obligations on them that are appropriate considering the criminal offence committed and the personal and family circumstances.

Alternative interventions and diversion are precisely the modalities for implementing this requirement of the Convention on the Rights of the Child (1989), which is clear from the terminology itself: it is a question of forms of treatment of children in conflict with the law that are alternative to, i.e., divert them from, traditional criminal justice procedures and sanctions. These measures can vary widely in terms of the nature of the programme and the characteristics of the participants. However, there are two essential compo-

118 <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/united-nations-guidelines-prevention-juvenile-delinquency-riyadh>

119 <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/guidelines-action-children-criminal-justice-system>

120 <https://rm.coe.int/16804b2cf3>

121 <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=21090>

122 <https://resourcecentre.savethechildren.net/document/toolkit-diversion-and-alternatives-detention/>

123 <https://www.unicef.org/eca/media/27691/file/Five%20Advocacy%20Briefs%20on%20Child%20Justice%20&%20Child%20Friendly%20Justice:%20Diversion%20measures.pdf>

nents that they all have in common: selection through a triage procedure and assessment and rehabilitation interventions in the community (Grisso et al., 2001). The first component implies two key initial steps of alternative or diversionary interventions as referred to in international documents and literature. The first step relates to the identification of children in conflict with the law, whereby, according to Article 40 of the Convention on the Rights of the Child (1989), it is appropriate and desirable to divert such children from traditional juvenile criminal justice systems. When a child is identified as suitable for inclusion in alternative interventions, a detailed analysis and assessment of his or her needs follows. Clearly, it would be wrong to expect the measure or diversion programme to be successful if this component is not carried out accurately and completely in all these elements. The second component reflects the manner and purpose of implementing the diversion programme, where the possibilities of error are perhaps less clear at first glance, but in practise they are actually much greater than under the first component. It refers to the fact that the triage process and assessment are carried out by the relevant professionals for this area, so that the possibility of error is minimised. However, alternative interventions are carried out as community-based programmes, which inevitably involve people who are differently prepared for such activities and therefore may not adequately address all the needs of children in conflict with the law or respect their general educational and developmental status (Hamilton et al., 2007).

This paper focuses on the second component of alternative interventions for children in conflict with the law mentioned, i.e., the community implementation and rehabilitation of children in conflict with the law, as it is an important source of constraints and risks to the outcome of this programme. Out-of-court settlement, mediation and the STOP Programme are forms of alternative interventions for children in conflict with the law in Croatia. However, while out-of-court settlement and mediation are mainly carried out by qualified persons from start to finish, the STOP Programme is implemented by civil society associations whose primary activity is not focused on children in conflict with the law and which, therefore, do not have the appropriate professional staff. Considering the fact that the STOP Programme is currently implemented continuously only in the City of Zagreb, and considering the fact that sport is one of the most important activities in the community that is especially attractive for children and youth, as well as the number of sports associations in the City of Zagreb, the purpose of this paper is to analyse the possibilities of implementing the STOP Programme in sports associations in the City of Zagreb. Accordingly, this study aims to analyse the experience of applying the STOP Programme in the only sports associations that has parti-

icipated in it so far. With this in mind, the following research questions were posed:

How did the implementation of the STOP Programme go?

What were the reactions of the athletes and their parents as well as the minors participating in the STOP Programme and their parents?

What difficulties were encountered in the implementation of the STOP Programme?

Is the sports association willing to participate in the STOP Programme again?

2. STOP PROGRAMME IN CROATIA

The STOP Programme for youth and the community was introduced in Croatia in 2012, using the 30-year experience of the Halt Programme from the Netherlands, which is based on the prevention of socially unacceptable behaviour through strengthening the responsibility of minors, developing pro-social attitudes, role models and appropriate social and communication skills so that children are able to resist negative peer pressure (Euwema & Miedema, 2015; Vooren, 2022). The STOP Programme is also based on the excellent Croatian experience with out-of-court settlement of criminal proceedings (Koller-Trbović & Gmaz-Luški, 2006; Mirosavljević, Koller-Trbović & Lalić-Lukač, 2010), i.e., in cases of dismissal of criminal charges or suspension of criminal proceedings based on the principle of effectiveness of prosecution of criminal offences punishable by a sentence of up to five years (Cajner Mraović, Vuić & Kujundžić, 2018; Puharić & Radić, 2015). However, Croatian misdemeanour law does not provide for the possibility of applying the principle of effectiveness, so misdemeanour proceedings against a minor are always fully implemented, although these are criminal behaviours that pose a significantly lower individual and social risk than criminal offences. The STOP Programme is important because it also provides alternative treatment for juvenile offenders, thus fulfilling the UNCRC requirements described in the introduction for this category of children in conflict with the law in Croatia. However, this has not been fully achieved, as the STOP Programme is only implemented on the territory of the cities of Zagreb and Velika Gorica.

All main activities of the STOP Programme are carried out by the Association of Youth and Family Judges and Specialists: from identifying institutions and specialists interested in the Programme, assessing the needs for the implementation of the Programme, training police officers and other specialists

to participate in the Programme, and networking of specialists and institutions, working directly with minors and parents, to monitoring of the implementation of the Programme in a particular non-governmental organisation, drawing conclusions and evaluating the implemented activities, and promoting the project in the media (Cajner Mraović, Vuić & Kujundžić, 2018).

The target group of the STOP Programme are minors who have committed an offence for the first time. These are minors who do not have a police record yet and have been caught committing minor offences, such as disturbing public order, consuming alcohol and drugs in a public place, driving without a helmet or being in a public place after 11 pm without being accompanied by an adult. The criteria for the implementation of the STOP Programme are admission of the offence, first recorded offence and voluntary consent to active participation. If minors successfully fulfil the agreements from the written agreement based on which they are included in the STOP Programme, no further proceedings are carried out (Cajner Mraović, Vuić & Kujundžić, 2018).

The first key specialist in the STOP Programme is a police officer who, after catching a minor committing a misdemeanour and establishing their identity, offers the minor to join the STOP Programme by handing them a STOP Programme brochure. After calling the parents, the police officer instructs the minor and their parents or guardians to voluntarily contact the specialist by writing the specialist's name and telephone number on the brochure. In addition, the police officer informs the minor of their obligation to report to the specialist within two days together with one of the parents (in case of a weekend, on the first working day; in case of a working day, on the next working day). After that, the police officer informs the specialist by phone or e-mail that the minor in question has committed a misdemeanour and that they have been included in the STOP Programme, by providing the contact details of the minor and their parent (Cajner Mraović, Vuić & Kujundžić, 2018).

The specialist, like all others involved in the STOP Programme, must have experience in working with minors with behavioural problems. In addition, he or she must have knowledge in the field of restorative justice and alternative treatment and be mandatorily familiar with the system of intervention measures against minors. This is usually a social worker or social pedagogue.

After being notified by the police officer, the specialist immediately contacts the minor and their parent, and arranges the first interview. During this first interview, the specialist informs the minor and the parents in detail about the STOP Programme, doublechecks the minor's readiness and the parents' support, conducts an educational conversation about taking responsibility, explains the consequences of the offence for the minor, the parents, and the

community, educates about the norms of behaviour in society, and points out possible behavioural choices so that the offence does not recur. Furthermore, the specialist also arranges the minor's activities in one of the associations, taking into account the content of the interview with the minor and their parents, the age of the minor, their personal characteristics and family circumstances. Based on this, a written agreement is drawn up containing all the relevant details for the implementation of the STOP Programme (civil society association, duration) and signed by the specialist, the minor, and the parent. The association to which the minor is referred for the implementation of activities under the STOP Programme is notified immediately. On this occasion, the minor undertakes to report to a specific person in the association at a specific time. This concludes the aforementioned first component of alternative interventions related to triage and assessment (Grisso et al., 2001).

This is followed by the second component of alternative interventions, which involves the implementation of rehabilitation intervention in the community. The civil society association receives the minor, identifies and arranges specific activities with them, enables the minor to carry out these activities by supporting and supervising them, and, upon completion of these activities within the time period specified in the previously concluded agreement, issues a certificate to the specialist who has been conducting the supervision the entire time.

The completion of the STOP Programme consists of a final meeting with the minor and their parent. At this meeting, the specialist conducts an educational, preventive interview with them about their future behaviour. Furthermore, the specialist evaluates the implemented Programme and submits a report on the implementation of the agreement to the police, social welfare representatives, and the Association of Youth and Family Judges and Specialists (Cajner Mraović, Vuić & Kujundžić, 2018).

3. METHODS

The research was conducted using the semi-structured interview method because it is possible in this way to obtain the most qualitative details about the object of the research, i.e., in this case, about the specific experience of people involved in sport with the participation of their sports team in the STOP Programme. The structured part of the interview related to the details of the implementation of the STOP Programme in the sports team according to the research questions: how many children and of what age and sex were sent to

the sports team through the STOP Programme, what exactly did they do in the sports team and for how long (the mode of implementation), what were their reactions to the tasks given to them, what were the reactions of the athletes in this sports team, what were the reactions of the parents of the underage athletes in this team, the quantity and quality of contact with the parents of the children who were sent to the sports team as part of the STOP Programme (reactions to the STOP Programme), what problems and difficulties were encountered in the implementation of the STOP Programme in the sports team (difficulties in implementation) and whether there is a willingness to participate in such a programme or similar programmes again (future prospects). To be able to reliably obtain data that can be used to answer the research questions, these were addressed in a structured part of the interview. The open-ended part of the interview was intended for any other topics that the research participants themselves highlighted related to the topic of the interview.

As mentioned above, the implementation of the STOP Programme is still mainly limited to the cities of Zagreb and Velika Gorica. Another limitation concerns the number of children in conflict with the law who have had the opportunity to participate in the STOP Programme, as it is not systematically or continuously funded, but its implementation, i.e. the number of children who can be included in the Programme in one year, depends on the financial resources that the Association of Youth and Family Judges and Specialists manages to obtain from various public appeals and tenders. Under these circumstances, relatively few civil society associations have participated in the STOP Programme, including a very small number of sports associations, i.e., teams. The participants in this research are, therefore, the president and the coach of the sports team in which seven children were enrolled under the STOP Programme. Although seven years have passed since their engagement in the STOP Programme, both the association president and the coach hold the same position in the same sports association and were unreservedly willing to share their experiences. The interview with the association president lasted 40 minutes and resulted in three pages of transcript, while the interview with the coach lasted one and a half hours and resulted in eight pages of transcript. The coach was more detailed in the open-ended questions because she mentioned the cases of children she knows and who would be ideal for the STOP Programme if it included minors have serious behavioural problems and have not committed any misdemeanour or criminal offence.

Research participants are guaranteed anonymity and the purpose of the research was explained to them. They are aware that their participation in the research is voluntary and that they will have no direct benefits or risks, but, that through their participation, they will contribute to the understanding

of the participatory rights of children in conflict with the law. The interviews were conducted separately. The first interview was conducted with the president of the association and lasted much shorter than the interview with the coach, because she was in direct contact with the children who were sent to this sports team under the STOP Programme. Therefore, she was able to answer the questions asked in the structured part of the interview in more detail and she also had plenty to say in the open part of the interview. Both research participants showed interest in the paper that will result from the interviews with them, i.e., for their possible engagement in the STOP Programme in the future.

4. RESULTS AND DISCUSSION

The president of the association where the STOP Programme was conducted many years ago immediately stressed that the coach who was responsible for the children who were sent to them could say much more on the subject.

"It was a long time ago, we, in the team, cooperated in terms of working with these young people in conflict with the law. They came to us, there were several of them. I received them, they came through the court and the Association of Youth Judges, I need a moment to remember... They came to the previously arranged training sessions in the morning and I gave them tasks in terms of encouraging the skaters to have a responsible attitude towards their training, warming up, jumping... She also gave them some specific tasks. She was very satisfied with them and how they worked. In general, I remember that everything was okay, but I am sure she will remember better and tell you more about it."

Despite the fact that the president was not always present when the children came to the training sessions as part of the STOP Programme, he claims with certainty that it "went well" and that "there were no problematic situations". He also said something that is very important from the perspective of the potential of sports associations to participate in the STOP Programme:

"As a coach, based on the child's character, she knows exactly how to treat them - gently, strictly, her reactions were positive, as well as ours."

In the various civil society associations, people with very different profiles work together who do not necessarily have experience or knowledge of the specific characteristics of adolescent children, which can represent an important obstacle to the appropriate implementation of the STOP Programme. However, coaches who work with children and adolescents have extensive

experience, as well as relevant knowledge in the field of developmental psychology, pedagogy, methodology of working with children, because, without such qualifications, they could not be employed in a sports team. They are therefore people who, as the participant in this research described, have the relevant competencies needed to work with children and young people.

Of course, coaches are employees of sports associations, and decisions are made by the association management. Therefore, when considering the potential of sports association to participate in the STOP Programme, it is important to consider the perspective of the presidents and other members of the management of a sports team on this issue. In this regard, the specific experiences expressed by the participant in this research are particularly valuable:

"I don't have a problem with these delinquent behaviours, these are young people, I'm not afraid of them, although it might be someone strong, but I work with children and I'm not afraid. I might have more reservations in the sense that she... is not focused on the training session, but on them, although she does not have a problem with that because all coaches there work together. She's used to big groups."

As can be seen from this statement, this association president has experience in working with children. This should be considered because he also has experience and competencies working with children and young people, which is not necessarily the case with the position of the president of a sport association. Presidents of sports associations are people of very different profiles, i.e., different age, sex, professional status, education level, marital and family status, and thus, of different experience and knowledge about children and young people. In the so-called "small" sports, i.e., in sports that are not associated with large financial investments and financial interests, association presidents are very often parents of children training in a particular sports team. They are enthusiastic people who are willing to sacrifice some of their free time to ensure training conditions for their children, which means that they take responsibility for the functioning of the sports team. The president of the association who took part in this research belongs precisely to this category. When asked if he would be willing to participate in the STOP Programme again, he expressed not only his own willingness, but also the assumption that other association presidents from his sport would also be willing to do so, because these are people who do not have any formal knowledge or formally acquired competencies for working with children, but who have the experience of raising their own children and, above all, have the desire to do something not only for their own child, but for all the children in the sports team.

However, this research participant's previous statement also highlights the concern he had at the time of introducing the STOP Programme due to the ad-

ditional workload on the coach. For sports that have significant financial resources, it is characteristic that sports teams must provide most of the financial resources for coaches' salaries themselves, which is always quite a challenge, especially in times of global economic crises when the number of donors and sponsors is naturally declining. In this respect, i.e., from the point of view of availability of staff, it seems that the so-called "big" sports, i.e., sports that do not have financial difficulties and can provide a sufficient number of coaches in their teams, could be favoured for participation in the STOP programme.

This research participant was not able to answer questions about the details of the activities of the children sent to the team as part of the STOP Programme with complete accuracy and found that the coach was more competent to answer such questions. However, in his position as association president, he was able to answer questions about the reactions of team members regarding the team's participation in the STOP Programme. He noted that they paid attention to the age of the athletes, i.e., the children from the STOP Programme came to the training sessions in the time slots of their peers, i.e., the adolescent athletes. Pre-school and early primary school age children who were training with the team at the time had no contact with children from the STOP Programme. The research participant explained this as an attempt to avoid possible anxiety and the resulting resistance from the parents of the youngest athletes in the team. Even today, he believes that this was a good decision and he would do it again as there were no problems with the parents of the athletes who were in contact with the children from the STOP Programme. What he would change if his team decided to participate in the STOP Programme again is that he would inform the management and the coaches of the team about this Programme, i.e., he would at least ask for some kind of one-time training for the management and the coaches of the team so that they can then answer all the questions of the parents, but also of the children athletes, in order to avoid that they do something that harms the success of the STOP Programme.

It is important to emphasise that the second participant in this research, when answering the initial questions about children referred to the team under the STOP Programme, pointed out the same detail, i.e., the need for more thorough and detailed preparation of those working in sport prior to the arrival of children from the STOP Programme to their team. As the first research participant noted, as a coach of a team participating in the STOP Programme, she had significantly more specific information, notwithstanding the fact that almost seven years had passed since then.

The coach explained that seven minors between the ages of fourteen and sixteen were sent to the team. Of these seven minors, six remained in the Programme. In one case, the parents asked the team for a certificate confirming

their child's participation in the Programme, although they refused to allow their child to participate in the scheduled activities. The coach recalled that there were no prior instructions for such situations, but, the team decided not to comply with the parents' request as this would in fact have meant participating in fraud. The coach explained that in no case would she have agreed to put the team in a situation where they had to make or provide untrue statements or certifications. In this particular case, it was especially inappropriate for both her and the president because they felt that this was a very serious Programme whose purpose was precisely to teach minors examples of pro-social behaviour, and not to support them in violating the rules.

"We were taken aback by the behaviour of this father... Poor child... No wonder he behaved like that and ended up with the police, and he will probably continue to do so, because there is no help for him at home. They had all previously signed the consent to participate in the STOP Programme, and we were told that they only sent us those who had signed the consent. At first, I thought that they had made a mistake in this case. However, the father told me that they had signed the agreement just to get rid of them all and because it was something pointless anyway, not a real punishment. I explained to him that this was a real procedure... the police and the court were behind it and that it was serious and that he should allow the child to complete what he had signed. After that, we never saw the child again, and we informed the Association about the incident."

The coach pointed out that, at that time, when she was thinking about her team's participation in the STOP Programme, she realised that it would be good for any participating team to receive more information about children in conflict with the law in general, as well as about specific children sent to the team.

"There was no detailed information. We were only told that these were minor criminal offences and that they should be included in our activities."

The coach said that even today she is not certain what exact minor criminal offences and misdemeanours are, but she assumed that they were some petty thefts. She also said that they developed activities for children that were sent to them under the STOP Programme. They were very careful to make sure that these children felt comfortable and useful, and especially that they did not feel less valued than the child athletes in the team.

"We weren't certain if we were doing it properly, so we often contacted the person in charge of supervising the Programme to make sure everything was going well. She told us it was important for children to participate and to have the opportunity to develop positive habits. We have training sessions in the

afternoon, but also sometimes early in the morning, as early as seven in the morning. At first we thought this was too early and inappropriate in the morning, but then in consultation with a professional we decided that children under the STOP Programme should also come at these times because this is exactly how good work habits are developed. Finally, we wanted them to feel equal to children in the team, so if our kids could do it, so could they. And there were really no problems, except that they were very surprised, not only the children, but also their parents. We told them that this is how our team works, and they accepted it."

The children who spent two months on this team as part of the STOP Programme did not participate in the sports activities but helped the coach by taking on various tasks that enabled her to devote more time to her athletes. The coach admitted that she made up some of the tasks for them or assigned more importance to some tasks so that these children would get the impression that they were hardworking and useful.

"To this day, I regret that we could not allow them to engage in sports activities, but we simply had no choice. We planned for them to come to the training sessions of their peers in order to avoid possible problems with the parents of the younger children on the team. These parents accepted it well. However, this is a sport where children start very early, at fourteen you can already participate in major international competitions, so we could not allow them to train with our athletes. On the other hand, letting them train with beginners would have meant that they would be training with preschool children, which would probably have been humiliating for them."

The coach fondly remembers certain situations from that period, and in general she remembers that these children were very cooperative and that they did all the tasks assigned to them without reservation. Moreover, over time, they understood the modalities and dynamics of the training process, so they did some of the tasks even before the coach assigned them.

"Phew, it was a bit awkward sometimes because the two of them would rush to do the same thing, and I felt bad that I could not immediately think of another task so that no one would feel redundant. I tried to comfort them somehow, in the sense that they should not get too tired, but, as you know, you cannot fool children. I was even embarrassed when they caught me trying to show them something different manner from what it really was, and not only because they literally caught me red-handed, but because I realised that this was their main problem in life... They seemed like great kids to me, but not enough time was devoted to them at home, and you know that even in school, teachers can't always do the right thing because there are too many students, and not enough time."

When asked how the children from the team, i.e., the athletes reacted to the arrival of children under the STOP Programme, the coach replied that this had been her greatest fear, but, that there had been no problems. She recalled that the athletes were initially curious and when she initially explained to them what it was all about and when she prepared them for the arrival of the children from the STOP Programme, the athletes were most interested in what crime the children from the Programme had committed and why they did not receive a real punishment.

"In fact, the STOP Programme is also great for other children because they can see a different side of life and get the opportunity to not only look at who did what, but actually understand that these are all things that result from certain life circumstances and that people should not be judged because of one misstep."

When asked if she would be willing to repeat the experience, the coach answered yes without hesitation, but, she added some more details.

"It was our first time, so we accepted everything as it was. Now, I'm older and have my own children, I have more life experience, so I'm more aware of how much I don't know (laughs). I mean, if we were to start this kind of collaboration again tomorrow, the first thing I would ask for would be some kind of training. I cannot say that they did not prepare us at the time; a professional explained to us in detail what the STOP Programme is, why and how it is implemented, and told us which children are referred to this Programme and for what purpose. However, the point is that these children need a lot of attention, their mental health is at stake, and it is a huge responsibility when someone has to help such children. Although I have been through this before, I think today I would be more afraid of doing something wrong and not making sure that they get what they need from the Programme. Especially in today's special circumstances, parents do not have patience or time for their children... I'm afraid that, in this case, the Programme would do more harm than good."

5. CONCLUSION

In order for the requirements of the Convention on the Rights of the Child to be truly in relation to children in conflict with the law, a systematic shift from traditional criminal justice to alternative measures of resocialisation and rehabilitation in the community is required. This can only be achieved if every programme implemented is appropriately evaluated and evidence is drawn from scientific research (National Collaborative on Workforce and Di-

sability for Youth, 2018). This study is motivated by such requirements, but it also has serious limitations. First, the study was conducted in only one sports association and is therefore limited to only two research participants. Second, the study was conducted seven years after the sports association's participation in the STOP Programme.

Despite its limitations, this study provides some very important insights that should be considered if this requirement of the Convention on the Rights of the Child (1989) is to be seriously implemented, i.e., to act in the best interests of the child, which is required for all activities towards children according to Article 3 of the Convention on the Rights of the Child (1989). Based on the answer to the research question on the details of the implementation of the STOP Programme, it appears that the number of children in conflict with the law and sent to the sports association at the same time should take into account the capacity of the association. From the answer to the second research question, it is clear that the reactions of both the members of the sports association and the children in conflict with the law who are referred to the sports association through the STOP Programme can be positive if the purpose of the programme is communicated to all in a timely manner and in good quality.

Concerning the research question about the difficulties in the implementation of the STOP Programme in sports associations, this study confirmed the result of the national research report on alternative interventions in the criminal justice system for juveniles in Croatia (Cajner Mraović, Vuić & Kujundžić, 2018), which showed that specialists in the juvenile justice and social welfare systems in Croatia express some concerns regarding the appropriate use of alternative interventions for children in conflict with the law. It is quite clear that the core idea and purpose of alternative interventions for children in conflict with the law can only be realised if all participants in the process are adequately prepared, i.e., trained. This study has shown that there is a need to develop a programme and organise systematic training of associations willing to participate in the STOP Programme, which is also suggested by foreign studies on alternative interventions for children in conflict with the law (Hamilton et al., 2007). This comes very close to answering the last research question about the willingness of sports association to participate in the STOP Programme, which in turn is only due to better training of coaches who will work with children in conflict with the law.

The data obtained here also show that sports associations can be particularly suitable for implementing alternative interventions for children in conflict with the law, such as the STOP Programme, because those working in sports have certain pedagogical knowledge and experience in working with children that enable them to already intuitively understand the basic prin-

ciples and operating mechanisms of these measures, such as protecting the child from stigmatisation and prioritising education and appropriate development instead of punishment (Dunkel, 2009). Sport is an activity that lends itself very well to supporting the idea that children in conflict with the law are placed in a situation of so-called “social credit” through alternative interventions, i.e., they feel obliged to justify the credit gained or spared from formal court proceedings with correct behaviour (Düinkel & Pruin, 2009). However, these benefits of alternative interventions, such as the STOP Programme in Croatia, should not be left to chance. Nevertheless, it is necessary to train the associations accordingly so that they understand such procedures. Often, there is no serious aetiology behind the behaviour of minors who have committed an offence, but an attempt by these minors to satisfy their needs for belonging and status in a group of peers in an inappropriate way (Cajner Mraović, Vuić & Kujundžić, 2018). Future research should focus on examining the extent to which associations participating in alternative interventions for children in conflict with the law understand this fact. In practical terms, future efforts should be directed towards applying the results of these findings in such a way that a training system for the participation of associations in the STOP Programme is established, enabling the participation of a larger number of associations throughout Croatia and not only in the Zagreb area.

REFERENCES

1. Cajner Mraović, I., Vuić, A. & Kujundžić, J. (2018) *Diverzija u kaznenopravnom sustavu za maloljetnike u Hrvatskoj. Alternativni načini pomoći mladima. Nacionalno istraživačko izučješće*. Zagreb: Hrabri telefon.
2. Düinkel, F. (2009) Diversion: A Meaningful and Successful Alternative to Punishment in European Juvenile Justice Systems. In: Junger-Tas, J., Düinkel, F. (eds.) *Reforming Juvenile Justice*, Springer: 147-165.
3. Düinkel, F. & Pruin, I. (2009) Community Sanctions and Sanctioning Practice in Juvenile Justice Systems in Europe. In: Junger-Tas, J., Düinkel, F. (eds.) *Reforming Juvenile Justice*, Springer: 183-204.
4. Euwema, M. & Miedema, E. (2015) *Keeping youth away from crime: searching for best European practices. The Netherlands*. National Report. International Juvenile Justice Observatory.
5. Grisso, T., Barnum, R., Fletcher, K. E., Cauffman, E., & Peuschold, D. (2001). Massachusetts Youth Screening Instrument for Mental Health Needs of Juvenile Justice Youth. *Journal of American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, 40 (5), 541-548.

6. Hamilton, Z.K., Sullivan, C.J., Veysey, B.M. & Grillo, I. M. (2007) Diverting Multi-Problem Youth from Juvenile Justice: Investigating the Importance of Community Influence on Placement and Recidivism. *Behavioral Sciences and the Law*, 25, 137–158. DOI: 10.1002/bsl.720
7. Koller-Trbović, N. & Gmaz-Luški, V. (2006) Primjena izvansudske nagodbe (medijacija) u pretkaznenom postupku prema maloljetnicima i mladim punoljetnim osobama. *Hrvatski ljetopis za kazneno pravo i praksu*, 13, 2, 933-956.
8. Miroslavljević, A., Koller-Trbović, N., & Lalić-Lukač, D. (2010) Evaluacija uspješnosti izvansudske nagodbe u stručnoj službi za izvansudsku nagodbu Zagreb. *Kriminologija i socijalna integracija*, 18, 2, 77-91.
9. Official Gazette of the Republic of Croatia (2009) Juvenile Courts Act (NN84/11, 143/12, 148/13, 56/15, 126/19). Zagreb: Narodne novine. <https://www.zakon.hr/z/180/Zakon-o-sudovima-za-mlade%C5%BE>
10. National Collaborative on Workforce and Disability for Youth (2018) *Making the Right Turn:*
11. *A Research Update on Prevention and Diversion for Justice Involved Youth.*
12. Puharić, B. & Radić, I. (2015) Primjena načela svrhovitosti u postupanju prema maloljetnicima. *Hrvatski ljetopis za kazneno pravo i praksu*, 22, 2, 635-670.
13. United Nations (1989) Convention on the Rights of the Child. <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/convention-rights-child> Vooren, M., Rud, I., Cornelisz, I., Van Klaveren, C., Groot, W. & Maassen van den Brink, H. (2022) The effects of a restorative justice programme (Halt) on educational outcomes and recidivism of young people. *Journal of Experimental Criminology*. <https://doi.org/10.1007/s11292-022-09502-4>

SOCIO-DEMOGRAPHIC PREDICTORS OF THE EXPECTATIONS OF THE INHABITANTS OF THE POŽEGA-SLAVONIA COUNTY FROM THE POLICE

Izvorni znanstveni rad

Ivana Radić

Požega-Slavonia Police Administration
Ulica Josipa Runjanina 1
34000 Požega
iradic0@gmail.com

Irena Cajner Mraović

Faculty of Croatian Studies, University of Zagreb
Borongajska cesta 83d
10000 Zagreb
icajner@gmail.com

Dario Pavić

Faculty of Croatian Studies, University of Zagreb
Borongajska cesta 83d
10000 Zagreb
dario.pavic@gmail.com

Abstract

Depending on their objectives and the social, economic, and political environment, police organizations apply different theoretical models. In modern Croatia, as in the rest of the modern democratic world, there are four policing models: the Military-bureaucratic model, the Lawful policing model, the Community-oriented policing model, and the Model of public-private division of policing. These models have their own theoretical and empirical scientific grounds. Since the police are a public service, they need to know what citizens expect from them, i.e., what policing model citizens prefer in their community. This research aims to identify a policing model that would be optimal from the point of view of the inhabitants of Požega-Slavonia County concerning their socio-demographic characteristics because research abroad identified that the origin of different citizens' different expectations of the police can be read from these variables. For this purpose, during the second

half of 2022, 254 inhabitants of the County were surveyed, which corresponds to 0.48% of the total population. Considering the social and other similarities between Croatia and Slovenia, a questionnaire designed for Similar Slovenian research was used (Lobnikar and Prislán, 2019). The questionnaire included eight key components of police work: (1) discretionary decisions; (2) application of the law; (3) accountability; (4) cooperation with the community; (5) professionalism; (6) legitimacy; (7) prevention; and (8) proactivity. Each of these eight components is a sub-section of the questionnaire consisting of four statements, each indicating one of the four policing models. Respondents agreed with these statements on a scale from *strongly disagree* to *strongly agree*. The results show that respondents of different sex, age, and education level favor the Community-oriented policing model equally.

Keywords: policing model, inhabitants' expectations, socio-demographic characteristics, quantitative research

SOCIODEMOGRAFSKI PREDIKTORI OČEKIVANJA STANOVNIKA POŽEŠKO- SLAVONSKE ŽUPANIJE OD POLICIJE

Sažetak

Policijske organizacije, ovisno o svojim ciljevima te društvenom, ekonomskom i političkom okruženju, primjenjuju različite teorijske modele koji se u praksi nikad ne očituju izolirano. U suvremenoj Hrvatskoj, kao i u ostatku modernog demokratskog svijeta, razlikuju se četiri modela rada policije: militarističko-birokratski model, model temeljen na provedbi zakona, model suradnje policije i zajednice i model javno-privatne podjele. Ti modeli imaju svoju teorijsku i empirijsku znanstvenu utemeljenost. S obzirom na to da je policija javni servis građana i da su građani korisnici policijskih usluga koje financiraju kao porezni obveznici, policija mora znati što građani od nje očekuju, odnosno kakav model rada policije preferiraju u svojoj zajednici. Cilj ovog rada jest prepoznati model rada policije koji bi bio optimalan iz perspektive stanovnika Požeško-slavonske županije u odnosu na njihova sociodemografska obilježja jer inozemna istraživanja u tim varijablama nalaze porijeklo različitih očekivanja građana od policije. U tu je svrhu tijekom druge polovine 2022. godine anketirano 254 stanovnika Požeško-slavonske županije, što je 0,48 % ukupne populacije. S obzirom na društvene i ostale sličnosti Hrvatske i Slovenije, primijenjen je upitnik koji je konstruiran i prethodno korišten za potrebe odgovora na slična pitanja u Sloveniji (Lobnikar, Prisljan, 2019). Anketnim upitnikom obuhvaćeno je osam ključnih komponenti policijskog posla: (1) diskrecijske odluke; (2) primjena zakona; (3) odgovornost; (4) suradnja sa zajednicom; (5) specijalizacija; (6) legitimitet; (7) prevencija i (8) proaktivnost. Svaka od tih osam komponenti operacionalizirana je kroz četiri tvrdnje od kojih svaka indicira jedan od četiri modela policijskog rada. Sudionici istraživanja iskazivali su stupanj svog slaganja s tim tvrdnjama na ljestvici od *apsolutno se ne slažem* do *apsolutno se slažem*. Dobiveni rezultati pokazuju kako stanovnici različitog spola, dobi i razine obrazovanja jednako preferiraju model suradnje policije i zajednice.

Ključne riječi: model rada policije, očekivanja građana, sociodemografska obilježja, kvantitativno istraživanje

1. INTRODUCTION

The police is a social institution created to ensure people's safety, i.e., adherence to norms as a necessary prerequisite for living in the community. According to the hierarchy of needs (Maslow, 1954), the need for security follows the need for air, water, and food. Therefore, it is understandable that even a modern democratic society, in which human rights and freedoms are an undeniable value, is willing to restrict these rights and freedoms if it is necessary to maintain the state of security. The police are entrusted by society with the task of maintaining security as a basic need and thus a public good, and to this end, it has endowed the police with certain powers to interfere with human rights and freedom (Alpert, Dunham and Stroshine, 2015). Although it may seem that the police play a privileged role in society, this role is quite challenging due to its contradictory nature, as the police are expected to protect fundamental human rights and freedoms and restrict them to this end. Modern democratic society places a further demand on the police, which contributes to the above-mentioned contradictory role of the police in this society. The police must, as far as possible, respond to the specific needs of the community in which they operate (Van der Vivjer and Moor, 2012), using material and human resources as rationally as possible (Milie, 2014).

Different police organizations have been developing different strategies for decades and adapting their tactics accordingly to better reconcile the contradictions described above. Scientific research into these different policing practices has led to the identification of key models of policing in modern democratic society (Ponsaers, 2001; Wilson, 1968; Zhao and Hassel, 2005). There is much debate about the effectiveness of these models, but mostly within police structures, while research on samples of residents is rarely conducted (Maskály et al., 2023; Prislán and Lobnikar, 2019). This is particularly true for suburban and rural areas, which are assumed not to be burdened with security problems and to have a satisfactory level of informal social control. However, not only must security be equally accessible to all members of the community, but according to the Police Duties and Powers Act (Official Gazette of the Republic of Croatia 76/09, 92/14, 70/19), the police in Croatia, as in other modern democratic countries, work together with civic organizations and citizens, among others, to develop partnerships in the prevention and detection of crime and public disorder. In order to fulfill this legal task, it is important to know what certain categories of inhabitants expect from their police. The main objective of this research is therefore to determine how the inhabitants of Požega-Slavonia County perceive different models of policing and how their expectations correlate with their socio-demographic characteristics.

2. POLICING MODELS

The first and, from today's perspective, most important study dealing with policing models (Wilson, 1968), identified three such models: (1) a watchman style that favors informal treatment of perpetrators of criminal offenses, including threats and physical force in order to allocate for security as modest material and human resources as possible; (2) a legalistic style that, taking into account the shortcomings of the previous one, insists on the implementation of regulations; and (3) a service style that, starting from the main generators of crime, implies cooperation between the police and other public bodies, especially social and utility services.

In this study, we use the categorization into four models developed by Ponsaers (2001) because this categorization takes into account the advantages of other classifications (Bayley, 1964; Bittner, 1979, Kelling and Moore, 1988; Rosenbaum, 1998) and as such, best corresponds to the reality of police activities and the social context, especially in the European area. This classification distinguishes between (1) the military-bureaucratic model, (2) the lawful policing model; (3) community-oriented policing, and (4) the public-private division of policing (Ponsaers, 2001).

These models were identified within this classification using eight criteria that are crucial for the functioning of modern democratic police: discretion, law as means, accountability, relationship with the public, professionalism, legitimacy, prevention, and pro-reactive policing (Ponsaers, 2001).

The military-bureaucratic model emphasizes the police activities aimed at monitoring and disciplining the inhabitants, which immediately excludes the cooperation of the police and the citizens and limits the possibilities of prevention. This is a very rigid model for inhabitants, but also within the police, so police officers are not allowed to make discretionary decisions, nor are they expected to act proactively (Ponsaers, 2001).

The lawful policing model is very similar to the previous one because it neglects the cooperation between the police and the citizens and thus the proactive and preventive activities of the police. This means that the ability of police officers to make discretionary decisions is very limited because they are expected to rigidly enforce the applicable regulations (Ponsaers, 2001).

Although their intentions were certainly positive, as they aimed to maintain public order and emphasized lawful action to this end, the two previous models achieved very limited results in practice (Maskály et al., 2023). This was an incentive to develop a completely different model of police-community cooperation that emphasized proactive and preventive police action, which

requires cooperation between the police and the community at the individual and institutional levels. The community policing model today can be considered a combination of crime prevention and community-building techniques (Donner and Maskály, 2023). This model also insists on the lawfulness of activities, but unlike the previous models, it takes into account the legitimacy of the police, so it requires the flexibility of police officers, which means extensive opportunities for discretionary decisions, but also a strong emphasis on their professionalism and accountability (Ponsaers, 2001). Although the community policing model can be seen as a “soft” approach to crime prevention, the fact is that this model is continuously evolving towards the prevention of the most serious crimes, including terrorism prevention, because prevention is most effective when it is based on the cooperation of the police and the citizens who best recognize various suspicious phenomena in their environment (Kearns and Senn, 2023).

Finally, the public-private division of policing model takes into account modern trends in the pluralization of police affairs and seeks to achieve and maintain security in a given area through the synergy of public policing and private protection, with an emphasis on accountability, relationship with the public, legitimacy, and prevention (Ponsaers, 2001).

Citizens are the users of police services, so in summary, from their perspective, the military-bureaucratic model and the lawful policing model define the police as a hierarchical, legal-bureaucratic organization whose primary role is to respond to crime through professional but rigid application of regulations (Gaines and Worrall, 2012) and whose effectiveness then relates to the number of criminal offenses solved and the speed of response to citizens’ calls (Cordner, 2014). In contrast, community-oriented policing and the public-private division of policing focus on crime prevention because it is more important that citizens do not become victims of crime than that offenders are quickly identified, which requires the knowledge and legitimacy for all members of the community to work in partnership (Kappeler and Gaines, 2011).

3. METHODS

3.1. *Sample*

The target population of this research are inhabitants of Požega-Slavonia County. A total of 254 people were surveyed, which amounts to 0.48% of the total population of adults in the County (Croatian Bureau of Statistics, 2022). It is a convenient sample whose structure can be seen in Table 1.

Table 1. Sample structure according to socio-demographic data

Sample structure	Percentage in the sample	Number
Sex		
Male	46.9%	119
Female	53.1%	135
Age (in years)		
18 – 25	17.3%	44
26 – 29	6.7%	17
30 – 39	15.7%	40
40 – 49	26.0%	66
50 – 59	16.1%	41
60 – 69	9.1%	23
70 and over	9.1%	23
Level of education		
Primary school not completed	0.4%	1
Primary school	6.7%	17
Secondary school	48.8%	124
Undergraduate and graduate study program	37.4%	95
Postgraduate study program	6.7%	17
Work status		
Pupil, student	16.1%	41
Employed/self-employed	59.1%	150
Unemployed	4.7%	12
Retired	20.1%	51
Place of residence		
Rural	30.7%	176
Urban	69.3%	78

The data in Table 1 show that respondents of both sexes are equally represented in the sample, although the 30 to 59-year-olds dominate. The same table shows that almost half of the respondents have completed secondary school and that even more than a third have completed undergraduate or postgraduate studies. In terms of employment status, most of the respondents are employed or self-employed, followed by retirees, who together make up four-fifths of the total sample.

3.2. Instrument

The study was conducted using a questionnaire designed and applied in Slovenia (Prislan and Lobnikar, 2019). Apart from the translation, no further adaptations of the questionnaire were necessary given the geographical proximity, common historical heritage, membership in the European Union, and other similarities in the social context of Croatia and Slovenia.

The questionnaire covered eight key components of policing (Ponsaers, 2001):

- Discretionary power (respondents' opinion on discretionary decisions of police officers)
- Law as means (respondents' opinion on the application of the law used by police officers in their work)
- Accountability (respondents' opinion on the accountability of police officers in their work)
- Cooperation with the community (respondents' opinion on the transparency of police work)
- Professionalism (respondents' opinion on the way the police are specialized and professionalized)
- Legitimacy (respondents' opinion on the legitimacy of the police)
- Prevention (respondents' opinion on the attitude of the police towards preventive measures)
- Proactivity/reactivity (respondents' opinion on reactive and proactive policing work).

These components are operationalized using concrete situations from police practice. For each of these eight situations, four statements are offered, each of which refers to one of the four policing models examined in Croatia: the military-bureaucratic, the lawful policing, the community-oriented policing, and the public-private division of policing model. Respondents were asked whether they agreed with these statements on a scale of one to five, with one meaning that they *strongly disagree* and 5 meaning that they *strongly agree* with the statement. In this way, respondents were also able to indicate which policing model they thought was least desirable and which they thought was most desirable.

In order to ensure that the questionnaire measures the affinity of respondents to the four policing models examined, the internal consistency measu-

res of these constructs were checked, i.e., Cronbach's alpha was calculated for each model (Table 2).

Table 2. Internal consistency measures of constructs (Cronbach's alpha)

Model	Cronbach's alfa
Military-bureaucratic model	0.73
Lawful policing model	0.78
Community-oriented policing	0.67
Public-private division of policing	0.74

3.3. Data Collection

The study was conducted using an online survey that was available from July to November 2022. Respondents were recruited via social media, i.e., the link to the questionnaire was posted in various Facebook groups and shared via e-mail and content-sharing platforms. When accessing the link, a consent form was initially available explaining the purpose of the research, expectations of respondents, and details of the ethical standards of research on living humans. For example, respondents were clearly informed that this was a questionnaire about policing in today's society, which could be conducted in a variety of ways, and that the purpose of this research was to determine which of these possible approaches would be most acceptable and desirable to the inhabitants of Požega-Slavonia County. It was also clearly stated that the respondents should use the questionnaire to express how they would like the police to act in the specific situations described in the questionnaire, and not to evaluate the current actions of the police in such situations. It was then explained that the survey was intended for people over the age of 18, that it was voluntary and anonymous, and that respondents could withdraw at any time. It was further explained that the results were presented in aggregate form and that it was not possible to ascertain the views of individual respondents. The terms used in this tool that are gender-specific have been used neutrally and apply equally to men and women.

3.4. Analysis Plan

The primary goal of the analysis of the collected data is to identify the existence of distinct groups (classes, profiles) of respondents based on preferences for the policing model.

For this purpose, four result indices were constructed, corresponding to the sum of the response values to each of the eight variables analyzed for each of the policing models. The indices show the overall agreement or disagreement with a particular policing model and their values range from 8 (*strongly agree*) to 40 (*strongly disagree*). To identify the presence of different profiles or groups of respondents regarding agreement/disagreement with a particular policing model, a statistical technique of latent profile analysis was used, which is part of the broader framework of the so-called *Finite-mixture* model (McLachlan et al., 2019). Using this technique, the optimal number of groups or profiles was selected, based on the values of AIC (*Aikake's information criterion*) and BIC (*Bayesian information criterion*), which assess the quality of models based on the maximum likelihood estimation, and on the value of entropy that assesses how well an individual is probabilistically categorized into a particular group. After analyzing the latent profile, an analysis was conduc

ted using a general linear model to determine which socio-demographic variables are predictors of belonging to a particular group or profile. A similar analysis strategy was used in the study of preferences for the policing models in Slovenia (Maskály et al., 2023). The statistical analysis was done using the R programming language (version 4.3.0), i.e., the *tidyLPA* and *mclust* packages. In addition to the statistical techniques mentioned above, the results of the descriptive analysis of the indices of the policing models and particular variables as well as the correlation matrix of the four indices mentioned above are also presented.

4. RESULTS

First, the results of a descriptive analysis were considered, showing which policing model is preferred by the respondents in this study, i.e., how much they lean towards each of the four observed models.

Table 3. Values of descriptive statistics (minimum value, median, arithmetic mean, standard deviation, and maximum value) of individual indices of policing models

Policing model	Minimum	Median	Arithmetic mean	Stand. deviation	Maximum
Public-private division of policing (PP)	15	31	30.22	5.63	40
Lawful policing model (LW)	12	29.5	28.75	6.17	40
Community-oriented policing (CP)	17	34	33.57	4.43	40
Military-bureaucratic model (MB)	9	26	25.69	6.05	40

The results of the indices of the individual policing models in Table 3 show that respondents agree most with community-oriented policing (CP), followed by the public-private division of policing (PP). A slightly lower level of agreement was found for the lawful policing model (LW), while respondents agreed least with the military-bureaucratic model (MB).

Table 4. Arithmetic mean and standard deviation (in parentheses) of investigated variables according to policing models

	Public-private division of policing (PP)	Lawful policing model (LW)	Community-oriented policing (CP)	Military-bureaucratic model (MB)
Discretionary decisions of police officers	3.57 (1.44)	3.34 (1.35)	4.38 (1.02)	3.15 (1.4)
Application of the law used by police officers in their work	3.41 (1.43)	3.93 (1.23)	4.63 (0.75)	4.14 (1.18)
Accountability of police officers in their work	3.84 (1.08)	3.13 (1.31)	3.75 (1.22)	2.93 (1.32)

Cooperation with the community	3.73 (1.21)	3.72 (1.18)	4.41 (0.85)	2.75 (1.26)
Method of specialization and professionalization of the police	4.03 (0.97)	4.02 (1.15)	3.76 (1.23)	3.9 (1.13)
Legitimacy of the police	3.79 (1.18)	3.8 (1.17)	3.82 (1.16)	3.48 (1.28)
Attitude of the police towards preventive measures	4.00 (0.99)	3.73 (1.17)	4.45 (0.81)	2.84 (1,4)
Reactive and proactive policing	3.85 (1.00)	3.09 (1.29)	4.37 (0.83)	2.49 (1.33)

The highest value of agreement with the policing models for each variable is presented in bold.

The analysis of agreement with the policing models for individual variables, presented in Table 4, shows that respondents expressed the highest agreement with community-oriented policing (CP) for all variables, except for the variables “Accountability of police officers in their work” and “Manner of specialization and professionalization in the police”, where they prefer the public-private division of policing (PP). A more detailed analysis shows differences in the size of the average of the preferred policing models for individual variables. For example, the variables “Application of the law used by police officers in their work” (4.63, CP) and “Attitude of the police towards preventive measures” (4.45, CP) have the highest average, whereas the variables “Legitimacy of the police” (3.82, CP) and “Accountability of police officers in their work” (3.84, PP) have the lowest average among the preferred models. Similarly, for some variables, the highest (preferred) average of agreement with a particular policing model in terms of size is close to the less preferred models. For example, for the variable “Accountability of police officers in their work”, the preferred model (PP, 3.82) is very close to the next model (CP, 3.75). The situation is similar for the variables “Method of specialization and professionalization in the police” and “Legitimacy of the police”, which indicates a relatively high agreement with more than one policing model for these variables.

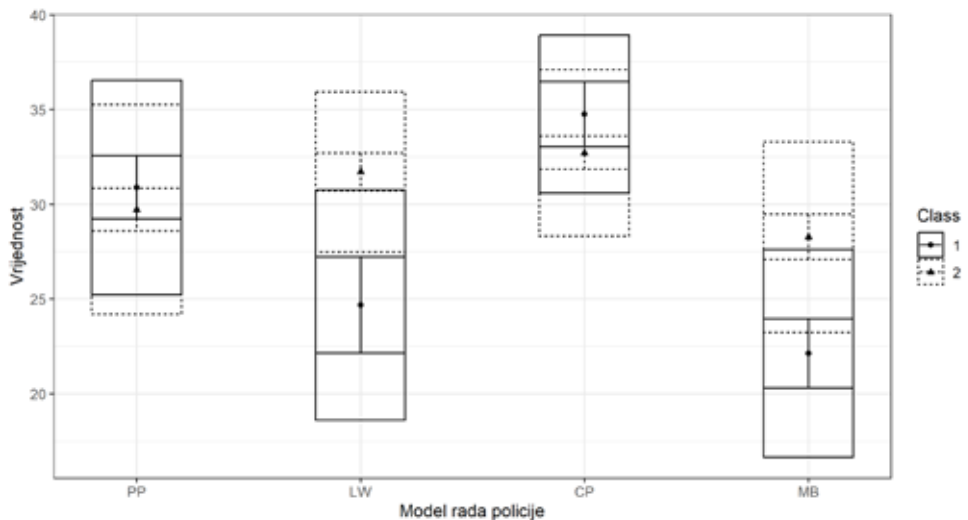
Table 5. Mutual correlation (Pearson correlation coefficient) of the policing model indices

	Public-private division of policing (PP)	Lawful policing model (LW)	Community-oriented policing (CP)	Military-bureaucratic model (MB)
Public-private division of policing (PP)	-			
Lawful policing model (LW)	0.03	-		
Community-oriented policing (CP)	0.61***	-0.07		
Military-bureaucratic model (MB)	0.09	0.75***	-0.09	-

*** $p < 0.001$

Table 5 shows a relatively high and statistically significant correlation between the indices of the public-private division of policing (PP) and community-oriented policing (CP) on the one hand, as well as between the lawful policing model (LW) and the military-bureaucratic model (MB), on the other hand.

Figure 1. Display of the values of the policing model indices for two profiles (classes) obtained by latent profile analysis



Symbols (dot and triangle) – the value of the centroid of a particular profile for policing model indices. Vertical lines – centroid reliability intervals for a specific profile. Parallel lines (frame) – standard deviations within the profile – frame indicates +/- 64% of observations in normal distribution

The latent profile analysis revealed that two profiles or groups of respondents best fit their profile (AIC = 5892.04, BIC = 5994.63, entropy value 0.59). Although this profiling produces the best results for the AIC and BIC statistics and such a model is best suited for the data, the value of entropy is relatively low. It is recommended that this value should be 0.8 or higher (Maskály et al., 2023). This means that the above profiling model does not categorize people well enough into a specific group. The interpretation of the above model is presented in Figure 1. The first group or profile of respondents has relatively high agreement scores on the PP and CP indices while having slightly lower scores on the LW and MB indices. In contrast, the second group or profile of respondents has a relatively high level of agreement with the LW and CP model indices and a slightly lower level of agreement with the PP and MB model indices. It is noticeable that the groups or profiles of respondents differ only slightly regarding the PP and CP indices, which, as already mentioned, probably contributed to the inadequate assignment of respondents to a particular group or profile.

Table 6. Logistic regression results: predictors, estimator value, standard error, and p-value

Predictors	Coefficient	Stand. error	p value
(Section)	0.9212	1.1544	0.425
Sex – female	0.3786	0.2865	0.186
Age – 20-29	-0.5096	1.1408	0.655
Age – 20-29	0.4120	1.0785	0.702
Age – 40-49	-0.4528	1.0697	0.671
Age – 50-59	-0.4562	1.0810	0.673
Age – 60-69	-1.7134	1.2057	0.155
Age – 70 and over	-0.3562	1.2664	0.778
Education – Primary school not completed	13.2122	882.7437	0.988

Education – Primary school	0.6744	0.7459	0.366
Education – Postgraduate study programme	0.1508	0.5923	0.799
Education – Secondary school	-0.2040	0.3547	0.565
Work status – Pupil, student	-0.3790	1.1413	0.740
Work status – Retiree	-0.3982	0.8301	0.631
Work status – Employed, self-employed	-0.4909	0.7489	0.512
Place of residence – Urban	0.4189	0.3293	0.203

Criterion variable – belonging to a profile (1 or 2). Predictor reference values: sex – male; age – 18 – 25; education – undergraduate, graduate; work status – unemployed; place of residence – rural.

*** $p < 0.001$

The results of the general linear model (logistic regression) in Table 6 show no statistical significance of any of the socio-demographic predictors, meaning that none of them predicts belonging to either of the two classes or profiles. This is not surprising given the inadequate classification of individuals, i.e., their relatively high similarity, especially in the indices of the PP and CP models.

5. DISCUSSION AND CONCLUSIONS

The results of this study do not reveal any socio-demographic characteristic as a statistically significant predictor of the preferences of the inhabitants of the surveyed region of Požega-Slavonia County regarding the policing models. This result is not entirely unexpected, because no police organization in the world, including Croatia, applies only one policing model (Prislan and Lobnikar, 2019). As mentioned above, the policing models examined in this study have evolved over more than half a century as part of the efforts of police organizations around the world to adapt as best as possible to societal changes (Prislan and Lobnikar, 2019), which have been very intense during this period due to the rapid development of modern technologies on the one hand, and

various political and economic processes on the other. The police had to introduce various innovations at the level of their organization and their daily work to effectively meet these challenges. Thus, different policing models evolved, each of them responding well to one aspect of these changes and challenges. The fact that inhabitants are fairly unanimous in expressing their preferences regarding the most and least desirable policing model in certain life situations can therefore even be interpreted as a confirmation of the successful balance of the police in the examined region in the application of these different policing models.

Of particular note is the fact that inhabitants of the region observed, regardless of age, sex, education, employment, or economic status, unanimously chose the community-oriented policing model as the most desirable model of policing. A similar conclusion was reached in studies conducted with the same measurement instrument in neighboring Slovenia (Maskály et al., 2023; Prislán and Lobnikar, 2019). It could be said that citizens in the modern democratic world prefer preventive and proactive police activities, which are precisely the main features of the community-oriented policing model, and that they recognize their responsibility and potential in achieving and maintaining security in their residential area. In this research, this is further confirmed by the fact that the preferences for the community-oriented policing model and the public-private division of policing model are grouped, i.e., the military-bureaucratic model and the lawful policing model on the other hand. Police policymakers need to note the very strong preferences towards the public-private division of policing model in addition to the predominant preference of residents for the community-oriented policing model. This should be emphasized as the Croatian police strategically opted for the community-oriented policing model 20 years ago (Cajner Mraović, Faber and Volarević, 2003) and has continuously developed this model with certain fluctuations (Cajner Mraović and Faber, 2016). However, the model of public-private division of policing offers untapped opportunities for cooperation between public police and private protection systems, but also presents new challenges in this regard, as public police and private protection have different missions and priorities (Ruddell, Thomas and Patten, 2011; Sarre and Prenzler, 2011). It seems that citizens are aware of the trend of pluralization of police work, which has gained so much momentum in the past two decades that a combination of the community-oriented policing model and the public-private division of policing model is necessary (Nøkleberg, 2020).

The main limitation of this study is the fact that it was conducted on a small sample, which certainly reduces the possibility of generalizing conclusions to the entire target population. Another limitation, to a certain extent,

is the online survey method. However, it is interesting to note that there was no significantly higher participation of female respondents in this study, which is typical for online surveys (Rife et al., 2014; Vehovar et al., 2015). It can be assumed that this is, at least to some extent, due to the research topic possibly being perceived as more “masculine”, as the majority of police forces are still male and people generally tend to think of policing as something that involves danger and requires physical strength, so they stereotypically associate this with men. Furthermore, although young people are more prone to take online surveys (Rife et al., 2014; Vehovar et al., 2015), the sample of this research was dominated by middle-aged people, which can probably also be largely explained by the research topic being of greater interest to more mature people who, given their life experience, perceive safety risks more accurately and have children in whose safety they are particularly interested. For the same reason, we can also assume that the sample is dominated by employed respondents, not students. However, even though the research sample does not have the typical shortcomings of online research samples, it is evident that what also occurs in online surveys also occurred in this one as well, namely, that people who share some common characteristics that are not necessarily representative of the target population participated in the survey (Rife et al., 2014; Vehovar et al., 2015), the common characteristic in this case being interest in the police.

Considering the above limitations of this study, as well as the fact that its results did not identify socio-demographic characteristics as predictors of the preferred policing model, a qualitative research option opens up where it would be possible to obtain more detailed information about what members of these different categories of the population expect from their police through focus groups composed of individuals of different sex, age, education, employment, economic and other social status.

REFERENCES

1. Alpert, G.P. Dunham, R.G. and Strohshine, M.S. (2015) *Policing: Continuity and Change*. 2nd edition. Long Grove: Waveland.
2. Bayley, D. (1994). *Policing for the future*. New York, NY: Oxford University Press.
3. Bittner, E. (1979). *Aspects of police work*. Boston, MA: Northeastern University Press.
4. Cajner Mraović, I. and Faber, V. (2016) Community Policing Strategy in Croatia: What Do We Know and What Do We Not Know After 15 Years of Implementation? In: Meško, G. and Lobnikar, B. (eds.), *Criminal Justice*

and Security in Central and Eastern Europe: Safety Security, and Social Control in Local Communities. Ljubljana: University of Maribor, Faculty of Criminal Justice and Security, 39-49.

5. Cajner Mraović, I., Faber, V. and Volarević, G. (2003) *Strategija djelovanja "Policija u zajednici"*. Zagreb: Ministry of the Interior.
6. Donner, C.M. i Maskály, J. (2023) Attitudes toward Community Policing among U.S. Police Recruits: Findings from the National Police Research Platform In: Kutnjak Ivković, S. et al. (eds.), *Exploring Contemporary Police Challenges. A Global Perspective*. New York: Routledge, 195-207.
7. Corder, G. (2014) Community Policing. In: Reisig, M.D., Kane, R.J. (eds.), *The Oxford Handbook of Police and Policing*. Oxford: Oxford University Press, 148-171.
8. Croatian Bureau of Statistics (2022): <https://dzs.gov.hr/u-fokusu/popis-2021/88>
9. Gaines, L. K., and Worrall, J. (2012) *Police Administration* (3rd edition). Clifton Park, NJ: Delmar-Cengage.
10. Kappeler, V. E. and Gaines, L. K. (2011). *Community Policing. A Contemporary Perspective, 6th edition*. Elsevier: Anderson Publishing.
11. Kearns, E.M., Senn, S.L. (2023). Examining Officer Support for Community Policing in Counterterrorism over Time. In: Kutnjak Ivković, S., Maskály, J., Donner, C.M., Cajner Mraović, I., and Das, D. K. (eds.), *Exploring Contemporary Policing Challenges: A Global Perspective*. New York: Routledge, 222-234. doi.org/10.4324/9781003136965
12. Kelling, G. L., and Moore, M. H. (1988). *The evolving strategy of policing*. (NCJ 114213). <https://www.ojp.gov/pdffiles1/nij/114213.pdf>
13. Lukman, P. (2014) Znanstveni modeli in digitalizacija. *Razpotja: Revija humanistov Goriške*, 4(13), 20–26.
14. Maskály, J., Kutnjak Ivković, S., Yang, V.L., Prislán, K., Lobnikar, B et al. (2023) Testing Four Policing Models: What Do the Post-socialist „Customers“ Prefer? In: Kutnjak Ivković, S., Maskály, J., Donner, C.M., Cajner Mraović, I., and Das, D.K. (eds.), *Exploring Contemporary Policing Challenges: A Global Perspective*. New York: Routledge, 235-248. doi.org/10.4324/9781003136965
15. Maslow, A. H. (1954) *Motivation and Personality*. Harper & Row, Publishers, Inc.
16. McLachlan, G. J., Lee, S. X., and Rathnayake, S. I. (2019) Finite Mixture Models. *Annual Review of Statistics and Its Application*, 6(1), 355–78.
17. Millie, A. (2014) What are the police for? Re-thinking policing post-austerity. In: Brown, J.M. (ed.) *The Future of Policing*. Abingdon: Routledge, 52-63.

18. Official Gazette of the Republic of Croatia (2009) Police Duties and Powers Act (NN 76/09, 92/14, 70/19). Zagreb: Narodne novine d.d. <https://www.zakon.hr/z/173/Zakon-o-policijskim-poslovima-i-ovlastima>
19. Nøkleberg, M. (2020) Examining the How of Plural Policing: Moving from Normative Debate to Empirical Enquiry. *British Journal of Criminology*, 1-22. doi.org/10.1093/bjc/azz080
20. Ponsaers, P. (2001) Reading about “community (oriented) policing” and police models. *Policing: An International Journal of Police Strategies and Management*, 24(4), 470–496. doi.org/10.1108/EUM0000000006496
21. Prislán, K. and Lobnikar, B. (2019) Modern trends in policing: public perceptions of the preferred policing models in Slovenia. *Revija za kriminalistiko in kriminologijo*, 70(5), 483–500.
22. Rife, S., Cate, K.L., Kosinski, M. and Stillwell, D. (2014). Participant recruitment and data collection through Facebook: the role of personality factors. *International Journal of Social Research Methodology*, 19(1), 69–83.
23. Rosenbaum, D. P. (1998). The changing role of the police: Assessing the current transition to community policing. In: J. P. Brodeur (ed.), *How to recognize good policing: Problems and issues*. Thousand Oaks, CA: SAGE, 3–29.
24. Ruddell, R., Thomas, M.O. and Patten, R. (2011) Examining the roles of the police and private security officers in urban social control. *International Journal of Police Science & Management*, 13(1), 54-69. doi.org/10.1350/ijps.2011.13.1.210
25. Sarre, R. and Prenzler, T. (2011) *Private Security and Public Interest: Exploring Private Security Trends and Directions for Reform in the New Era of Plural Policing*. Sydney: Australian Security Industry Association Limited.
26. Vehovar, V., Lozar Manfreda, K. and Callegaro, M. (2015). *Web survey methodology*. London and Ljubljana: SAGE Publications Ltd.
27. Van der Vijver, K. and Moor, L. G. (2012) Theories of policing. *Journal of Police Studies*, 4(25), 15–29.
28. Zhao, J. S., and Hassell, K. D. (2005). Policing styles and organizational priorities: Retesting Wilson’s theory of local political culture. *Police Quarterly*, 8(4), 411–430.

III. EKONOMIJA
I POSLOVNA EKONOMIJA

III. ECONOMICS AND
BUSINESS ECONOMICS

RAZINA FINANCIJSKE PISMENOSTI STUDENATA NA VELEUČILIŠTU U VIROVITICI

Prethodno priopćenje

Mladena Bedeković

Veleučilište u Virovitici
Matije Gupca 78
33000 Virovitica
mladena.bedekovic@vuv.hr

Danijela Vakanjac

Veleučilište u Virovitici
Matije Gupca 28
33000 Virovitica
danijela.vakanjac@vuv.hr

Anita Prelas Kovačević

Veleučilište u Virovitici
Matije Gupca 28
33000 Virovitica
anita.prelas.kovacevic@vuv.hr

Sažetak

Svrha je rada analizirati noviju literaturu vezanu za financijsku pismenost na nacionalnoj i međunarodnoj razini, kao i istražiti dosadašnja istraživanja vezana za predmetnu problematiku. Također, glavni je cilj rada dobiti uvid u stanje financijske pismenosti studenata na Veleučilištu u Virovitici na prije-diplomskoj i diplomskoj razini te dobivene rezultate usporediti s rezultatima koji su dobiveni istraživanjem financijske pismenosti studenata prije pet godina na istoj instituciji kako bi se vidjelo pokazuju li studenti napredak u savladavanju financijskih izazova. Isto tako, ispitani su stavovi studenta o utjecaju obrazovne politike na jačanje financijske pismenosti u smislu zastupljenosti financijskih kolegija, terenske nastave, stručne prakse i gostujućih predavača iz područja financija na Veleučilištu u Virovitici. Istraživanje je provedeno pomoću anketnog upitnika temeljenog na metodologiji OECD-a o financijskoj pismenosti koji je nadopunjen dodatnim pitanjima kako bi se dobili određeni odgovori koji nisu obuhvaćeni OECD metodologijom za istraživanje financijske pismenosti. Rezultati istraživanja korišteni su za donošenje zaključaka o razini financijske pismenosti studenata na Veleučilištu u Virovitici.

Ključne riječi: financijska pismenost, studenti, financijsko obrazovanje

THE LEVEL OF FINANCIAL LITERACY OF STUDENTS AT VIROVITICA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Abstract

The purpose of the paper is to analyze a recent literature related to financial literacy at the national and international level, as well as to investigate previous research. Also, the main goal of the paper is to get an insight into the state of financial literacy of students at the Virovitica University of Applied Sciences at undergraduate and graduate level, and to compare the obtained results with the research results of students' financial literacy obtained five years ago at the same institution, in order to identify if students show progress in overcoming financial challenges. Students' attitudes will also be examined about the impact of educational policy on strengthening financial literacy in terms of the representation of financial courses, field works, professional practice and guest lecturers from the field of finance at the Virovitica University of Applied Sciences. The survey will be conducted using a survey questionnaire based on the OECD's financial literacy methodology supplemented with additional questions to elicit certain responses not covered by the OECD's financial literacy survey methodology. The research results will be used to draw conclusions about the level of financial literacy of students at the Virovitica University of Applied Sciences.

Keywords: financial literacy, students, financial education

1. UVOD

O financijskoj pismenosti govori se već duže vrijeme i u Republici Hrvatskoj i u drugim zemljama. Prisutna je sve veća dostupnost financijskih proizvoda, obrazovnih politika s naglaskom na financije te su na raspolaganju brojne mogućnosti jačanja financijske pismenosti za svaku životnu dob. Svrha je rada proučiti i analizirati novija istraživanja vezana za problematiku financijske pismenosti, a s obzirom na to da se želi kontinuirano pratiti razina financijske pismenosti cilj je rada provesti empirijsko istraživanje na Veleučilištu u Virovitici kako bi se dobio uvid u trenutno stanje financijske pismenosti studenata koji studiraju na instituciji na prijediplomskoj i diplomskoj razini. Glavni je cilj rada na temelju dobivenih rezultata istraživanja izvesti zaključak imaju li

studenti na Veleučilištu u Virovitici bolje mogućnosti savladavanja financijske pismenosti s obzirom na obrazovnu politiku (slušanje financijskih predmeta, stručna praksa, terenska nastava, gostujući predavači iz područja financija), odnosno usporediti rezultate istraživanja studenata koji su obuhvaćeni ovim istraživanjem s rezultatima istraživanja koji su provedeni prije pet godina na istoj instituciji koristeći istu metodologiju istraživanja. Dobiveni rezultati istraživanja pokazat će je li razina financijske pismenosti studenata zadovoljavajuća, odnosno u kojem smjeru treba poduzimati daljnje korake pri kreiranju obrazovne politike na instituciji.

2. TEORIJSKI OKVIR I DOSADAŠNJA ISTRAŽIVANJA

Financijska pismenost je „kombinacija informiranosti, znanja, vještina, stavova i ponašanja potrebnih za donošenje ispravnih financijskih odluka i u konačnici postizanja osobne financijske dobrobiti“ (Organisation for Economic Cooperation and Development, OECD 2020:10).

U okviru nacionalnih propisa sredinom 2021. godine Vlada Republike Hrvatske donijela je Nacionalni strateški okvir financijske pismenosti potrošača za razdoblje od 2021. do 2026. godine. Prema spomenutom okviru definirana su dva stupa financijskog obrazovanja, I. stup – formalno obrazovanje i II. stup – neformalni oblici obrazovanja (Narodne novine, 68/21). Donesen je i Akcijski plan za unaprjeđenje financijske pismenosti potrošača za 2021. i 2022. godinu s propisanim mjerama i aktivnostima usmjerenim prema podizanju financijske pismenosti (Narodne novine, 68/21). U veljači 2023. godine na e-savjetovanje predan je i Nacrt prijedloga akcijskog plana za unaprjeđenje financijske pismenosti potrošača za 2023. i 2024. godinu (Vlada Republike Hrvatske, 2023).

Na nacionalnoj razini u Republici Hrvatskoj provedena su dva istraživanja financijske pismenosti, i to 2015. godine u organizaciji Hrvatske narodne banke, Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga i Ministarstva financija te krajem 2019. godine u organizaciji OECD-a čiji su rezultati istraživanja objavljeni 2020. godine (Nacionalni strateški okvir financijske pismenosti potrošača za razdoblje od 2021. do 2026., Narodne novine 68/2021). Prema rezultatima tih istraživanja financijska pismenost u Republici Hrvatskoj bilježi blagi porast u odnosu na rezultate istraživanja koje je ista organizacija za Republiku Hrvatsku provela 2015. godine jer je prosječna ocjena 12,3 (od ukupno 21 boda), odnosno 59 %, dok je 2015. godine bila 11,7 bodova, odnosno 56 %. U odnosu na druge zemlje Jugoistočne Europe u kojima je provedeno isto istraživanje (Sjeverna Makedonija, Bugarska, Gruzija, Crna Gora, Moldavija, Rumunjska) Hrvatska je po razini financijske pismenosti iznad prosjeka. Isto tako, rezultati

provedenog istraživanja također su pokazali da najveći nedostatak financijskih znanja i vještina pokazuju upravo mladi (od 18 do 29 godina) te da je razina financijske pismenosti pozitivno korelirana s informatičkom pismenosti. Prema preporukama OECD-a o financijskoj pismenosti iz 2020. godine u obzir se uzima kombinacija financijske svijesti, vještina, znanja, stavova i ponašanja pojedinaca u cilju postizanja financijske dobrobiti (Organisation for Economic Cooperation and Development, 2020).

Početak 2022. godine suradnjom Europske komisije i Međunarodne mreže za financijsko obrazovanje Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD-INFE) donesen je Okvir financijskih kompetencija za odrasle kojim su definirana znanja, vještine i stavovi koji su potrebni odraslima za donošenje odluka o osobnim financijama. Spomenuti dokument nadogradnja je postojećih okvira OECD-INFE-a koji se odnose na kompetencije financijske pismenosti (nadogradnja je u kontekstu digitalnih i održivih financija). Budući da doneseni okvir obuhvaća skup kompetencija s ishodima, kao takav predstavlja konceptualnu osnovu za izradu programa, alata i nastavnih materijala za financijsko obrazovanje visokoškolskih institucija (Hrvatska narodna banka, 2022). U najnovijoj verziji priručnika za mjerenje financijske pismenosti (OECD/INFE Toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion 2022) dodana su pitanja koja su vezana za digitalno financijsko znanje, stavove i ponašanja te pitanja koja su vezana za održive financije. Neka postojeća pitanja u priručniku postala su izborna pitanja kako bi se kompenziralo uvođenje novih (OECD/INFE, 2022:7).

Rezultati istraživanja u koje je bila uključena Republika Hrvatska, a koje su proveli De Beckker, De Witte i Van Campenhout (2020), pokazuju da su neke odrednice financijske pismenosti duboko ukorijenjene u kulturi zemlje i stoga ih je teško promijeniti u kratkom roku.

Csiszárík-Kocsir i Garai-Fodor (2018) u svojem istraživanju ističu kako su studenti zaključili da je financijska kultura jako važna i da učenje o financijama doprinosi njihovom prosperitetu. Isto su potvrdili u svojem istraživanju Lučić, Barbić i Uzelac (2020) zaključivši da financijske intervencije pridonose znanju mladih. Istraživanje koje je provedeno na učeničkoj populaciji o financijskoj pismenosti pokazalo je kako održavanje radionica i edukacija na temu financijske pismenosti pridonosi njezinom jačanju među mlađom populacijom (Skledar Matijević i Akmadža, 2022).

Istraživanje koje su proveli Pavković, Anđelinović i Mišević (2018) na populaciji studenata Sveučilišta u Zagrebu pokazalo je da postoje velike razlike u financijskoj pismenosti između studenata koji slušaju financijske predmete i onih koji takve predmete ne slušaju. Prema istraživanju koje je proveo Balabanić (2020) obitelj također djeluje kao važan faktor financijskog ponašanja, pogotovo ako ispitanici dolaze iz obitelji s višim imovinskim statusom.

Na Sveučilištu u Zagrebu na 34 sastavnice provedeno je istraživanje i 2022. godine među istom populacijom. Rezultati istraživanja pokazali su da postoji porast prosječne razine financijske pismenosti s 0,59 u 2016. godini na 0,65 u 2022. godini. Rezultati su također pokazali da mjere financijske pismenosti značajno rastu s dobnom skupinom do 29 godina te da su studenti koji stanuju s obiteljima financijski pismeniji. Najvišu razinu financijske pismenosti pokazuju studenti na čije odluke utjecaj imaju influenceri (Anđelinović i sur., 2022).

Ulaganje u financijsku pismenost do određene razine nakon koje pojedinci mogu sami razumjeti financije i dalje se usavršavati u tom području od iznimne je važnosti. U istraživanju koje je provedeno 2022. godine, sociodemografske varijable, iako značajne, nisu ipak bile relevantne odrednice financijske pismenosti (Vlašić, Gugić i Šubić, 2022). Naposljetku, biti financijski pismen ne znači samo imati dovoljno financijskog znanja već financijska pismenost podrazumijeva financijsko ponašanje, kao i ispravan stav prema trošenju novca (Organisation for Economic Cooperation and Development, 2005).

3. METODOLOGIJA

Metodološki okvir provedenog istraživanja financijske pismenosti studenata na Veleučilištu u Virovitici naslanja se na metodologiju istraživanja koja je korištena tijekom istraživanja 2017. godine na tadašnjoj Visokoj školi za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici (današnjem Veleučilištu u Virovitici).¹²⁴ Metodologija provedenog istraživanja uključuje sociodemografske karakteristike, sastavnice: znanje, financijsko ponašanje i stavovi, kao i poznavanje financijskih proizvoda i usluga. Navedena metodologija uzeta je u obzir zato što se žele dobiti usporedivi rezultati o financijskoj pismenosti studenata nakon što je prošao period od 5 godina, a to je ujedno i navedeno u preporukama za buduća istraživanja autora Bedeković, Kadlec i Ribić (2017).

U akademskoj godini 2022./2023. evidentirano je ukupno n=218 studenata (prvi upis, ponovni upis, redovni i izvanredni) koji su upisali stručni prijediplomski studij Menadžment (smjerovi Informatički menadžment i Menadžment ruralnog turizma) i stručni prijediplomski studij Poduzetništvo (smjer Poduzetništvo) te stručni diplomski studij Menadžment (smjerovi Menadžment malih i srednjih poduzeća i Destinacijski menadžment).¹²⁵

124 Metodologija preuzeta od OECD/INFE (2011), OECD/INFE (2015), Anđelinović, M., Pavković, A. i Mišević, D. (2016)., Mišević, D., Pavković, A. i Šoštarić, A. (2016).

125 Podaci o broju studenata koji su upisali akademsku godinu 2022./2023. preuzeti su iz Studenske referade Veleučilišta u Virovitici.

Istraživanje je provedeno u zadnja dva tjedna nastave u ljetnom semestru iz razloga kako bi studenti odslušali do kraja sve predmete koji su povezani s financijama. Instrument prikupljanja podataka bio je anketni upitnik koji je bio strukturiran u pet dijelova. Prva tri dijela anketnog upitnika temeljila su se na metodologiji OECD-a za mjerenje financijske pismenosti (sastavnica *znanje* u 8 kategorija s točnim i netočnim odgovorima) koja je bila doradena kako bi se ostvarili ciljevi istraživanja. U sastavnicama *stavovi i uvjerenja* (8 tvrdnji) te *ponašanje* (9 tvrdnji) korištena je Likertova skala vrijednosti stupnjeva intenziteta (1 – nikako se ne slažem do 5 – u potpunosti se slažem). Četvrti dio istraživanja odnosio se na sastavnicu *praktično znanje* (Anđelinović i sur., 2016.) s ukupno pet pitanja s jednim točnim odgovorom. Sociodemografske karakteristike obuhvaćene su petim dijelom anketnog upitnika. U istraživanju je sudjelovalo ukupno n=152 ispitanika. Rezultati istraživanja prikazani su deskriptivnom statistikom te su uspoređeni s rezultatima istraživanja provedenim tijekom 2017. godine.

4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

U skladu s definiranom metodologijom ukupno je obuhvaćeno pet područja istraživanja. Zamjećuje se da je u promatranom razdoblju došlo do tendencije pada upisanih studenata na instituciji. Naime 2017. godine bilo je u akademskoj godini upisan ukupno 361 student, dok je akademske godine 2022./2023 ukupno upisano 218 studenata. U tablici 1 prikazane su sociodemografske karakteristike ispitanika. U istraživanju je sudjelovalo 65,79 % ispitanika ženskog roda, a najzastupljenija dobna skupina je od 21 do 24 godine (preko 60,5 % ispitanika). Najviše je ispitanika sa stručnog prijediplomskog studija Menadžment (ukupno 44,74 % ispitanika), i to sa smjera Informatički menadžment (27,63 % ispitanika). Najviše ispitanika studira na 3. godini studija, njih 26,97 %, a radno iskustvo ima 42,11 % ispitanika.

Tablica 1. Obilježja uzorka, n=152

Varijabla	Kategorija	n	%
spol	M	52	34,21
	Ž	100	65,79
dob	17 – 20	43	28,29
	21 – 24	92	60,53
	25 – 28	11	7,24
	29 i više godina	6	3,94
studijski program	stručni prijediplomski studij:		
	Menadžment	68	44,74
	Poduzetništvo	37	24,34
	stručni diplomski studij:		
Menadžment	47	30,92	
studijski smjer	Informatički menadžment	42	27,63
	Menadžment ruralnog turizma	26	17,11
	Poduzetništvo	37	24,34
	Destinacijski menadžment	11	7,24
	Menadžment malih i srednjih poduzeća	36	23,68
godina studiranja	1. godina	33	21,71
	2. godina	31	20,39
	3. godina	41	26,97
	4. godina (1. godina diplomskog studija)	29	19,08
	5. godina (2. godina diplomskog studija)	18	11,85
radno iskustvo	da	64	42,11
	ne	88	57,89

Izvor: izračun autora

Drugi dio anketnog upitnika odnosio se na sastavnicu *financijsko znanje*. Rezultati istraživanja prikazani su u tablici 2 te su uspoređeni s rezultatima istraživanja koje je provedeno 2017. godine. Prema rezultatima istraživanja 2023. godine najviše znanja ispitanici su pokazali iz područja *diverzifikacije rizika* (90,79 % ispitanika točno je odgovorilo), što je bio i slučaj 2017. godine (86,65 % ispitanika). Najmanje financijskog znanja studenti su pokazali u području *postotnog računa i poreza* jer je samo 24,34 % ispitanika točno odgovorilo na postavljena pitanja. Razlog tome može biti u činjenici što se predmeti

vezani za poreze slušaju samo na pojedinim godinama i smjerovima, i to na 2. godini na smjeru Poduzetništvo i 4. godini na smjeru Menadžment malih i srednjih poduzeća, dok se na ostalim godinama i smjerovima ne slušaju predmeti vezani za oporezivanje.

Tablica 2. Financijsko znanje studenata

Financijski pojam	Točni odgovori ispitanika prema istraživanju iz 2017. godine		Točni odgovori ispitanika prema istraživanju iz 2023. godine	
	n	%	n	%
vremenska vrijednost novca	241	74,84	133	87,50
diversifikacija rizika	279	86,65	138	90,79
jednostavni kamatni račun	258	80,12	123	80,92
složeni kamatni račun	145	45,03	74	48,68
devizni tečaj	138	42,86	68	44,74
postotni račun, porezi	98	30,43	37	24,34
međuvisnost rizika i prinosa	230	71,42	99	65,13
inflacija	155	48,14	124	81,58

Izvor: izračun autora

Sastavnica stavovi i uvjerenja te ponašanje ispitanika prikazani su u tablici 3. Ispitanici su vrednovali postavljene tvrdnje ocjenama od 1 do 5, pri čemu ocjena 1 ima značenje – nikako se ne slažem, a ocjena 5 – u potpunosti se slažem. Najviša je srednja vrijednost odgovora $x=4,56$ pri stavu *Smatram da trebam dati sve od sebe kako bih svojoj obitelji, jednog dana, priuštio/la što bolji život*. Sveukupni stav ispitanika koji je vezan za obavljanje stručne prakse, gostujuća predavanja stručnjaka iz financijskog sektora te terensku nastavu srednje je vrijednosti $x =3,55$ (2023), što ukazuje da je ispitanicima svejedno, odnosno niti se slažu niti se ne slažu s postavljenim tvrdnjama. Također ti isti studenti imali su mogućnost sudjelovanja na terenskoj nastavi koja je organizirana posjetima instituciji središnjeg bankarstva gdje su također slušali aktualna predavanja o financijama. Isto tako organizirana su gostujuća predavanja stručnjaka iz financijskog sektora što je moglo pridonijeti povećanju razine financijskog znanja studenata. Ako se dobiveni rezultati usporede s rezultatima istraživanja 2017. godine, može se zaključiti da su rezultati istraživanja tada bili

bolji s obzirom na to da je srednja vrijednost odgovora za iste te tvrdnje tada bila $x = 4,02$. Tvrdnje koje su bile vezane za sastavnicu *ponašanje* pokazale su niže srednje vrijednosti 2023. godine u gotovo svim stavovima ispitanika u odnosu na 2017. godinu, osim u dvije tvrdnje, i to tako da srednja vrijednost odgovora iznosi $x = 3,66$ za prvu tvrdnju *Prije kupnje pažljivo razmatram mogu li to sebi priuštiti*. Srednja je vrijednost odgovora $x = 3,10$ za drugu tvrdnju *Kada mogu, svoje troškove plaćam kreditnom i/ili debitnom karticom*. Najviša srednja vrijednost odgovora u sastavnici *ponašanje* iznosila je $x = 3,92$ pri tvrdnji *Kada se zaposlim, namjeravam odvojiti određeni dio svoje zarade za dugoročnu štednju jer ju smatram bitnom*.

Tablica 3. Stavovi i uvjerenja i ponašanje

	Aritmetička sredina (istraživanje iz 2017. godine)	Aritmetička sredina (istraživanje iz 2023. godine)
Stavovi i uvjerenja		
Smatram da sam štedljiva osoba.	3,98	3,58
Smatram da treba živjeti danas, ne zamarajući se previše sa sutrašnjicom.	4,69	3,40
Smatram da trebam dati sve od sebe kako bih svojoj obitelji, jednog dana, priuštio/la što bolji život.	4,02	4,56
Financijski predmeti/kolegiji koje sam do sada slušao/la nisu u dovoljnoj mjeri sadržajno prilagođeni suvremenim načinima upravljanja financijama.	3,92	3,32
Financijski kolegiji koje ću slušati ili sam odslušao/la zastupljeni su u dovoljnoj mjeri na Visokoj školi.	3,49	3,51
Obavljanje stručne prakse pridonijet će jačanju financijske pismenosti studenata.	4,02	3,60
Sudjelovanje u terenskoj nastavi pridonijet će jačanju financijske pismenosti studenata.	3,80	3,18
Gostujuća predavanja stručnjaka iz financijskog sektora mogu povećati razinu financijske pismenosti studenata.	4,23	3,86

Ponašanje		
Prije kupnje pažljivo razmatram mogu li to sebi priuštiti.	3,26	3,66
Ne pridajem previše pozornosti podmirivanju svojih dugova na vrijeme.	2,90	1,74
Kada mogu, pridonosim plaćanju troškova u svome smještaju.	4,69	3,84
Dio svoga dohotka uvijek odvajam za štednju.	4,02	3,42
Kada se zaposlim, namjeravam odvojiti određeni dio svoje zarade za dugoročnu štednju jer ju smatram bitnom.	4,15	3,92
Kada mogu, svoje troškove plaćam kreditnom i/ili debitnom karticom.	2,86	3,10
Kada odabirem neki financijski proizvod ili uslugu (npr. studentski kredit ili štednju), u pravilu ne razmatram ponude većeg broja financijskih institucija.	3,26	2,45
Kada bih imao/la viška novca, uložio/la bih u dionice ili obveznice.	4,69	3,34
Jako sam zainteresiran/na za proširenje svog financijskog znanja.	4,23	3,84

Izvor: izračun autora

U okviru sastavnice *praktično znanje* (tablica 4) najviše znanja pokazali su ispitanici u kategoriji *transakcijski računi* (91,45 %), i to studenti diplomskog studija Menadžment, smjer Menadžment malih i srednjih poduzeća. To i nije začuđujuće budući da su ti studenti ujedno odslušali i najviše financijskih predmeta (Financijska matematika, Osnove računovodstva, Porezni sustav, Financijski menadžment, Globalne financije, Poslovne financije, Porezni sustav i oporezivanje poduzeća, Menadžersko računovodstvo...) tijekom studiranja na Veleučilištu u Virovitici. Ako se rezultati usporede s rezultatima istraživanja 2017. godine tada se može zaključiti da ispitanici koji su sudjelovali u istraživanju 2023. godine imaju više praktičnog znanja u odnosu na ispitanike koji su sudjelovali u istraživanju 2017. godine. Najmanje znanja ispitanici su pokazali u kategoriji *kamatne stope na odabrane kredite* (42,76 %), što je bio slučaj i 2017. godine (41,30 %).

Tablica 4. Praktično znanje studenata

	Točni odgovori (istraživanje iz 2017. godine)		Točni odgovori (istraživanje iz 2023. godine)	
	n	%	n	%
postotni račun, sniženje	209	64,91	101	66,45
transakcijski računi	262	81,36	139	91,45
rizičnost oblika financijske imovine	198	61,49	97	63,82
porezne olakšice	175	54,35	78	51,32
kamatne stope na odabrane kredite	133	41,30	65	42,76

Izvor: izračun autora

5. OGRANIČENJA I PREPORUKE ZA BUDUĆA ISTRAŽIVANJA

Budući da je cilj rada bio dobiti uvid u stanje financijske pismenosti studenata na prijediplomskoj i diplomskoj razini na Veleučilištu u Virovitici te dobivene rezultate usporediti s rezultatima prethodnog istraživanja financijske pismenosti studenata na istoj instituciji, preporuka je da se istraživanja i dalje nastave i da se kontinuirano prati financijska pismenost studenata. Potrebno je voditi računa da se u budućim istraživanjima metodologija istraživanja prilagođava trendovima u financijama. Također je preporuka da i druge obrazovne institucije nastave provoditi istraživanja vezana za financijsku pismenost jer međusobnom usporedbom rezultata može se uočiti dobra praksa povećanja financijske pismenosti studenata. Ograničenje ovog istraživanja bilo je što u obzir nisu uzete digitalne financije s obzirom na to da primjena digitalnih tehnologija u financijskim aktivnostima sve više dobiva na značenju jer beskontaktna plaćanja, mobilno bankarstvo, trgovanje kriptovalutama i druge inovacije mogu pridonijeti financijskoj stabilnosti.

6. RASPRAVA I ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Postoje brojna istraživanja financijske pismenosti na međunarodnoj i na nacionalnoj razini te istraživanja koja su se provodila na pojedinim ciljnim

skupinama (djeca i mladi, odrasli mlađe dobi, osobe radne dobi koji ostvaruju prihode, osobe starije životne dobi). Pojedina istraživanja financijske pismenosti ukazala su na sve veću potrebu financijskog obrazovanja jer su rezultati istraživanja pokazali da ispitanici nemaju dovoljno znanja o osnovnim financijskim pojmovima, da ne kontroliraju svoje troškove, da ne vode računa o financijskim rizicima i slično. Na temelju rezultata ovog istraživanja može se definirati profil ispitanika. Prema socioekonomskim varijablama prosječan ispitanik je ženskog spola, prosječne životne dobi između 21 i 24 godine, studira na stručnom prijediplomskom studiju Menadžment, smjer (modul) Informatički menadžment te nema radno iskustvo. Također, najviše financijskog znanja ima iz područja diverzifikacije rizika, stava je da treba dati sve od sebe kako bi svojoj obitelji priuštio bolji život, dio svojih primanja želi odvajati za dugoročnu štednju te najviše praktičnog znanja ima u području transakcijskih računa. Na Veleučilištu u Virovitici studenti koji su slušali predmete koji su povezani s financijama imaju i više znanja o financijama te su financijski pismeniji. Iako u ovom istraživanju nisu uočeni značajniji pomaci u financijskoj pismenosti studenata u odnosu na prethodno istraživanje financijske pismenosti na istoj instituciji, studenti kojima je bila organizirana terenska nastava i gostujući predavači iz područja financija pokazali su više financijskog i praktičnog znanja. Iako je razina financijske pismenosti studenata na Veleučilištu u Virovitici zadovoljavajuća, činjenica je da između ostalog ovisi o smjeru (modulu) koji studenti upišu i financijskim predmetima koje studenti slušaju. Može se zaključiti da bi bilo dobro razmisliti o uvođenju novih ili revidiranju postojećih predmeta (obveznih ili izbornih) kako bi se pratili trendovi u financijama.

Digitalizacija financija i održivo financiranje predstavlja budućnost, a obrazovni sustav treba se oslanjati na suvremene tehnologije u financijama. Budući da su i kompetencije povezane s financijskom pismenošću potrebno je dati podršku institucijama i pojedincima pri izradi obrazovnih materijala i programa financijske pismenosti.

LITERATURA

1. Akcijski plan za unaprjeđenje financijske pismenosti potrošača za 2021. i 2022. godinu. (2021)., Narodne novine 68/21.
2. Anđelinović, M., Pavković, A. i Mišević, D. (2016). Mjerenje financijske pismenosti studenata Sveučilišta u Zagrebu. EFZG working paper series, (10), 1-20.
3. Anđelinović, M., Pavković, A., Mišević, D., Šoštarić, A. (2022). Financijska i mirovinska pismenost studenata sveučilišta u Zagrebu, UMFO, <https://>

www.mirovinskifondovi.hr/media/uploads/financijska-i-mirovinska-pismenost=studentata.pdf

4. Balabanić, I. (2020). Razlozi, učestalost i izvori informiranja mladih o financijskim pitanjima. *Media, culture and public relations*, 11 (1), 53-63. <https://doi.org/10.32914/mcpr.11.1.3>
5. Bedeković, M., Kadlec, Ž. & Ribić, D. (2017): Financial literacy of the student population in professional studies of the college of tourism and IT management in Virovitica// VI. međunarodni znanstveni simpozij Gospodarstvo istočne Hrvatske – vizija i razvoj, Osijek, ISSN 1848-9559, str. 991-1000.
6. Csiszárík-Kocsir, Á. & Garai-Fodor, M. (2018). Zašto je potrebno učiti o financijama? Rezultati na temelju mišljenja generacije z. *Poslovna izvrsnost*, 12 (2), 58-58. <https://doi.org/10.22598/pi-be/2018.12.2.41>
7. De Beckker, K., De Witte, K., & Van Campenhout, G. (2020). The role of national culture in financial literacy: Cross-country evidence. *Journal of Consumer Affairs*, 54(3), 912-930.
8. Erceg, N., Galić, Z. & Vehovec, M. (2019). What Determines Financial Literacy? In Search of Relevant Determinants. *Revija za socijalnu politiku*, 26 (3), 313-313. <https://doi.org/10.3935/rsp.v26i3.1541>
9. Hrvatska narodna banka (2022), <https://www.hnb.hr/-/financijske-kompetencije-odraslih-u-europskoj-uniji-eu-https://doi.org/10.1111/joca.12306>
10. Lučić, A., Barbić, D. & Uzelac, M. (2020). Financijskim obrazovanjem do povećanja znanja o financijama potrošača adolescenata. *Market-Tržište*, 32 (Special Issue), 115-130. <https://doi.org/10.22598/mt/2020.32.spec-issue.115>
11. Mišević, D., Pavković, A. & Šoštarić, A. (2016). Modeliranje financijske pismenosti studenata Sveučilišta u Zagrebu: Analiza, perspektiva i prijedlozi za budućnost, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet. Zagreb
12. Nacionalni strateški okvir financijske pismenosti potrošača za razdoblje od 2021. do 2026., *Narodne novine* 68/2021.
13. OECD (2022), OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion 2022, www.oecd.org/financial/education/2022-INFE-Toolkit-Measuring-Finlit-Financial-Inclusion.pdf
14. OECD/INFE (2011), *Measuring Financial Literacy: Questionnaire and Guidance Notes for Conducting an Internationally Comparable Survey of Financial Literacy*, Paris, <https://www.oecd.org/finance/financial-education/49319977.pdf>

15. OECD/INFE (2015), Toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion 2015, https://www.oecd.org/daf/fin/financial_education/2015_OECD_INFE_Toolkit_Measuring_Financial_Literacy.pdf
16. Organisation for Economic Cooperation and Development OECD (2005). Improving financial literacy : analysis of issues and policies, Paris
17. Organisation for Economic Cooperation and Development OECD (2020). Financial Literacy of Adults in South East Europe www.oecd.org/daf/fin/financial-education/Financial-Literacy-of-Adults-inSouth-East-Europe.pdf
18. Pavković, A., Anđelinović, M. & Mišević, D. (2018). Volume 9 (2018), Number 1, CrORR, <https://hrcak.srce.hr/ojs/index.php/crorr/article/view/7251>
19. Skledar Matijević, A. & Akmadža, A (2022). Financijska pismenost za 5, Istraživanje o stavovima učeničke populacije o financijskoj pismenosti, Institut za razvoj obrazovanja, <https://www.gradaniza5.com.hr/istrazivanje-financijska-pismenost-za-5/>
20. Vlada Republike Hrvatske (2023). Nacrt prijedloga akcijskog plana za unaprjeđenje financijske pismenosti potrošača za 2023. i 2024. godinu. <https://esavjetovanja.gov.hr/ECon/MainScreen?entityId=23275>
21. Vlašić, G., Gugić, A. & Šubić, R. (2022). Financijska pismenost i spremnost na učenje o financijama kao čimbenici sklonosti pripadnika generacije z poduzetništvu i ulaganju na tržištu kapitala. *Ekonomski misao i praksa*, 31 (2), 569-599. <https://doi.org/10.17818/EMIP/2022/2.11>

INEFFICIENCIES AND STRUCTURAL CHANGE: HOW SPECIFIC IS CONTINENTAL CROATIA

Pregledni rad

Valerija Botrić

Ekonomski institut, Zagreb
Trg J. F. Kennedyja 7, 10000 Zagreb
vbotric@eizg.hr

Abstract

As a lingering feature of earlier socialist systems, supported by the prolonged and, in some cases, never completed privatization process, firm-level inefficiencies in Croatia provide a fertile ground for the mistargeting of public policies. Although inefficiencies appear frequently in many public discussions, they are seldom assessed quantitatively. The transition process casually assumed that market mechanisms would resolve inefficiencies. However, frequent and numerous government interventions and corruption cases have been documented to maintain the operations of inefficient businesses. There is little evidence in the existing literature to indicate whether the share of relatively inefficient firms is declining or in which sectors inefficiencies are relatively more pronounced. Based on the balance sheet data of individual firms throughout the 2000s, the evolution of industry-specific firm-level technical inefficiency is estimated using the stochastic frontier analysis method for Croatia as a country and additionally for the continental Croatia region. Although the early stages of the transition are not included in the analysis due to data quality issues, the analysis provides a significant insight into the recent restructuring process of the Croatian economy and a detailed view of the same process in one of the regions. Furthermore, the disaggregated approach enables the industry-specific evolution of production frontiers and subsequently enables the analysis of the intra-industry distribution of inefficiencies and the identification of industry-specific trends. The results have the potential to contribute to the discussion of specific policy recommendations at the industry level.

Keywords: firm-level inefficiency, continental Croatia

NEUČINKOVITOST I STRUKTURNE PROMJENE: KOLIKO JE SPECIFIČNA KONTINENTALNA HRVATSKA

Sažetak

Kao obilježje prethodnog socijalističkog sustava, podržana dugotrajnim, a u nekim slučajevima i nikad završenim procesom privatizacije, neučinkovitost na razini poduzeća u Hrvatskoj predstavlja plodno tlo za pogrešno usmjeravanje javnih politika. Iako se pitanje neučinkovitosti često pojavljuje u mnogim javnim raspravama, rijetko se kvantitativno procjenjuje. Proces tranzicije načelno je pretpostavljao da će tržišni mehanizmi riješiti probleme neučinkovitosti. Međutim, česte i brojne državne intervencije, kao i slučajevi korupcije, potpomognuli su održavanje neučinkovitih poduzeća na životu. Postojeća literatura ne daje odgovor na pitanja smanjuje li se udio neučinkovitih poduzeća ili u kojim su sektorima neučinkovitosti relativno izraženije. Oslanjajući se na individualne podatke poduzeća od 2000. godine, u radu se za svaku djelatnost procjenjuje neučinkovitost poduzeća unutar Hrvatske kao cjeline, a dodatno i za kontinentalnu Hrvatsku. Iako rane faze tranzicije nisu uključene u analizu zbog problema s kvalitetom podataka, rezultati ipak omogućuju bitan uvid u noviji proces restrukturiranja hrvatskog gospodarstva i usporedbu s paralelnim procesom u jednom dijelu Hrvatske. Nadalje, raščlanjenim pristupom omogućuje se analiza raspodjele neučinkovitosti unutar pojedine industrije i utvrđivanje trendova specifičnih za pojedinu industriju. Rezultati mogu doprinijeti raspravi o preporukama za vođenje kvalitetnije industrijske politike.

Ključne riječi: neefikasnost poduzeća, kontinentalna Hrvatska

1. INTRODUCTION

The transition process from former socialist to market economies was expected to increase the total efficiencies of countries. Indeed, early studies of the transition process suggested that the privatization process itself would require more effort from managers because the process would make them more accountable to private owners (Brada, King & Ma, 1997). It was generally assumed that private owners would have more interest in developing businesses than the state. However, it soon became apparent that inefficiencies lasted longer than expected. Studies analysed global-level inefficiencies and linked them to a lack of adequate structural reforms (Crespy & Venheuverzwijn, 2019;

Rodrik, 2017), institutional inadequacy (Ledeneva & Efendic, 2021; Hernández, Nieto & Rodríguez, 2021), or corruption (Aidis, Estrin & Mickiewicz, 2012; Sandholtz & Taagepera, 2007). Evidence at the firm-level is relatively sparse, which is related to the difficulty in identifying the specific causes of inefficiency shifts. Additionally, the quality of data sources was relatively low in the early stages of the transition in all countries.

Similar to firm-level productivity estimates, inefficiency estimates have traditionally been based on Cobb-Douglas production functions (Battese & Rao, 2002). Firm-level inefficiency is typically defined by technical efficiency, which is captured by maximising the level of production that can be achieved with a given combination of production factors (Gumbau-Albert & Maudos, 2002). Subsequently, efficiency refers to the degree of adequate utilisation of resources. Inefficiencies are estimated by stochastic frontier analysis (Knittel, 2002) or data envelopment analysis (Margaritis & Psillaki, 2007). Although the stochastic frontier method has been widely used in applied economic research since its introduction by Aigner, Lovell, and Schmidt (1977), Sinani, Jones, and Mygind (2008) confirm that it is seldom used in transition economies, which is related to the quality of firm-level data. In the early stages of transition, high inflation prevailed in all countries, which harmed the financial indicators in the firms' balance sheets. At the same time, accounting principles were changed to reflect the transformation to market economy.

Notwithstanding the difficulties with data quality, there is evidence of firm-level inefficiencies in certain sectors during the transition period. Čechura (2010), for example, provides evidence for the Czech agricultural sector; Jones, Klinedinst, and Rock (1999) estimate inefficiencies for Bulgaria; Piesse and Thirtle (2000) for Hungary. Most of the early studies emphasised the role of foreign capital in the efficiency catch-up process. Similarly, Kravtsova (2008) analyses firm-level inefficiencies in Bulgaria, Estonia, Hungary, Poland, and Romania and finds that the average technical efficiency of foreign firms is higher in some sectors.

This paper aims to complement existing research, which focuses mainly on productivity, by providing more recent evidence on the dynamics of inefficiency in Croatia. The results also contribute to a deeper understanding of the restructuring process of the Croatian economy because empirical studies on productivity or inefficiencies are very few and far apart. The analysis aims to research whether industries with high (or increasing) inefficiencies have a declining share in the Croatian economy, which would indicate a successful restructuring process.

In addition, the paper addresses the issue of regional dispersion of inefficiencies by providing an analysis for continental Croatia. Given the particular dependencies of the Croatian economy on tourism, which is mainly concen-

trated in Adriatic Croatia, it is highly expected that inefficiencies at the industry level differ between the two regions. If confirmed, these results would suggest that regional differences need to be taken into account when designing industrial policies.

The paper is organized as follows. The following section presents the data used and explains the methodology. Section 3 presents the results and discussion. The final section provides conclusions.

2. DATA AND METHODS

The empirical strategy in this paper rests on the well-established stochastic frontier method (Aigner, Lovell & Schmidt, 1977). Although the method itself has subsequently been extended to address different specific research questions in various ways (for example, Wang & Schmidt, 2002; Kumbhakar, Lien & Hardaker, 2014), the approach used in this paper is relatively simple due to the lack of previous research with Croatian data that could serve as a reference point.

The data are based on the individual¹²⁶ firm's balance sheets obtained from the Croatian Financial Agency (FINA) for the period 2000 – 2021, with the regional distribution of firms depending on their headquarters. According to this criterion, firms were divided into continental¹²⁷ and Adriatic Croatia. Since we are predominately interested in the industry-level developments, the efficiency estimates for the sample of firms belonging to each industries (NACE 2-digit) have been analysed separately. There are two separate samples – the whole Croatia and continental Croatia, and in the latter sample only the firms with headquarters in continental Croatia were considered. The analysis is performed only for those firms where the corresponding NACE 2-digit classification could be identified without any doubt¹²⁸. Admittedly, this implies that the estimates at the beginning of the period are relatively less reliable, as it

126 The size of the sample before the data cleaning procedures described below varies between 61381 firms in 2000 and 144572 firms in 2021.

127 NUTS classification for Croatia was revised in 2019 by the Commission delegated regulation 2019/1755 of 8 August 2019, amending the Annexes to Regulation (EC) No 1059/2003 of the European Parliament and of the Council on the establishment of a common classification of territorial units for statistics (NUTS). NUTS 2 consists of 4 non-administrative units, Adriatic Croatia (Jadranska Hrvatska) and three units belonging to continental Croatia (Panonska Hrvatska, Sjeverna Hrvatska, Grad Zagreb).

128 In all the cases where NACE classification for a specific firm was unavailable in the data, observations were excluded from further analysis.

can be assumed that non-efficient firms have a higher exit probability¹²⁹. This potentially introduces a bias toward higher efficiency at the beginning of the analysed period. However, the alternative of leaving the firms in the sample by imputing an economic activity based on the Eurostat's concordance tables would lead to a stronger bias because a viable business strategy for a firm facing adversity is to change its main economic activity.

The inefficiency estimates rely on stochastic frontier analysis (SFA) and the traditional Cobb-Douglas production function, producing technical inefficiency scores. The SFA approach assumes that firms operating on the frontier are fully technically efficient, while it measures inefficiency by computing the distance of each firm from the frontier. Specifically, the following equation was estimated for each year and for each NACE 2-digit level:

$$\ln Y_i = \beta_0 + \beta_1 \ln K_i + \beta_2 \ln L_i + (V_i - U_i)$$

The variables used to proxy the firm characteristics are¹³⁰:

- Y_i – value added of the firm, derived as sales net of intermediate inputs, where intermediate inputs are proxied by costs of goods sold, but without labour and amortisation costs
- K_i – capital, as represented in the balance sheet
- L_i – labour, i.e., personnel costs in the balance sheet
- V_i – error term for firm i
- U_i – a non-negative random variable for firm i , accounting for technical inefficiency in the production function.

Eurostat's implicit deflator database was used to deflate nominal values (indices refer to average prices in national currency, 2015=100).

The interpretation of the results is straightforward. If U_i is equal to zero, the firm is technically efficient at its maximum output level given the inputs used. If U_i is greater than zero, the firm is technically inefficient. Intuitively, inefficiency can only take positive values as no firm can be more efficient than the frontier. However, it must be noted that this limitation is set by design, and in

129 Following the structural changes in the economy, the classification of economic activities is also changing. The period of analysis of the present paper was relatively long, so it includes a change in the national classification of economic activities. The usual newer versions of the classification allow for a more elaborate economic structure (as they include economic activities that were not previously established in the economy), so the latest version of the classification was used for the rest of the paper.

130 If the value of a particular variable in the database was zero, that observation was excluded from further estimation.

case of high heterogeneity within the sample, such methodological constraints may affect the average inefficiency level.

The estimates were performed for the firms belonging to each NACE 2-digit level and for each year starting in 2000¹³¹. Although the methodology is the same, the underlying production function is specific to each industry but may also change over time, depending on the relative changes in production factors.

Because the industry-level estimates were produced separately for each year, the path in inefficiency can also be analysed. A simple trend analysis has identified the general direction of the change – whether the trend is positive or negative. However, there are also paths with little or no dynamics in most periods analysed, but with pronounced spikes in specific periods. Two general spike periods have been identified – the pandemic (2020 spike) and the global financial crisis (2008 – 2009 spike), but the data show that spikes occur in certain industries in other years as well (reflecting particular demand/supply conditions).

To address the issue of structural changes, two indicators were included in the analysis. The first is the share of the industry in the total value added, the data for are provided by Eurostat¹³². It is assumed that the restructuring of the economy is associated with increased productivity and efficiency. Thus, those segments of the economy where the inefficiencies increase over time are expected to reduce their share in total value added.

Since it is generally assumed that higher competition reduces inefficiency, the Herfindahl-Hirschman indicator was calculated using the firm-level annual sales data. It is assumed that higher concentration in the same market is associated with higher efficiency because a larger number of firms usually implies similar technology and more homogeneous products (Gumbau-Albert & Maudos, 2002). It should be emphasised that the Herfindahl-Hirschman indicator was evaluated using the whole sample of firms, not just those used in the SFA analysis. The reason for that is that in order to evaluate the level of competition in the market, the firms that do not have employees¹³³ should also be considered.

131 The estimates are considered for further investigation only if at least 30 observations are available for each industry year (after the data cleaning described earlier).

132 The value-added data are not published for all NACE 2-digit level industries; some industries have been aggregated. Estimates for continental Croatia exclude value added due to the unavailability of data.

133 This is particularly important in Croatia, where anecdotal evidence suggests that firms without employees often win tenders for public contracts and subcontract the actual providers of services. Thus, although we cannot include data on these firms in the production function estimate, they may still exert pressure on other market participants.

To further explore the effects of the value added and concentration indices, we estimate firm-level inefficiencies for the whole period based on the whole economy sample (not just the industry-level sample). This assumes a joint production frontier for the entire economy, a stringent assumption. To relax this assumption, we include the industry value-added share, the industry-level Herfindahl-Hirschman indicator, and previously estimated industry-level inefficiencies as explanatory variables for the estimation of technical inefficiency variance. Thus, we assume that the variance is still industry-specific. These estimates are used to compare the average inefficiency dynamics over time and to assess whether inefficient firms' share is increasing.

The same empirical strategy is applied to the firms belonging to the continental part of Croatia, so that the analysis can reveal possible deviations from the trends at the national level.

3. RESULTS AND DISCUSSION

Following the methodology discussed in the previous section, the estimation results are first presented for the sample of all firms in Croatia. Figure 1 shows the average estimated inefficiency in the period 2000 – 2021¹³⁴, based on the industry-level estimates for each year. It must be emphasised that the presented inefficiency levels are not strictly comparable across industries because each industry has its own production frontier. However, some indications of the relative ranking of inefficiencies across the sectors in Croatia can be found, particularly in those cases where the differences are large.

The results indicate the uneven distribution of inefficiencies in the Croatian economy, with five sectors showing disproportionately high inefficiencies throughout the period. These sectors include:

- 64 – Financial service activities, except insurance and pension funding
- 3 – Fishing and aquaculture
- 8 – Other mining and quarrying
- 59 – Motion picture, video and television programme production, sound recording, and music publishing activities
- 11 – Manufacturing of beverages.

The sectors with the lowest average inefficiencies do not show such profound differences from other industries. However, it is noteworthy that the lowest average inefficiencies were observed in the veterinary activities (NACE 75) and retail trade, except motor vehicles and motorcycles (47).

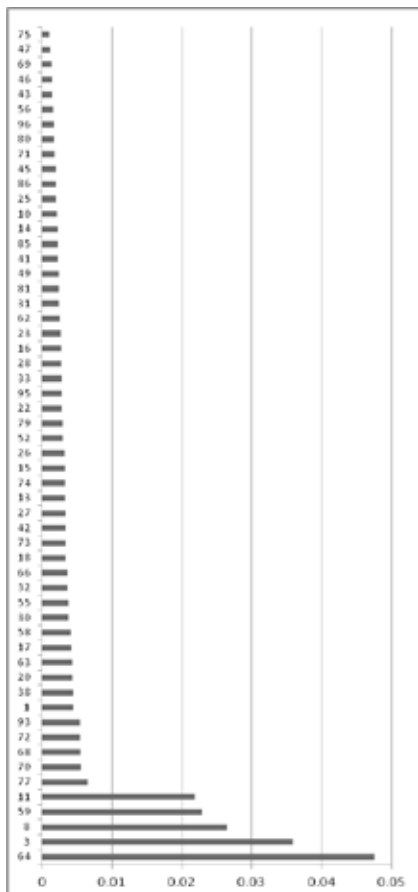
134 Actual estimated numbers are also presented in Table 1.

Interestingly, if we concentrate on continental Croatia¹³⁵, the lowest average inefficiencies were also identified in the same economic sectors. However, the economic sectors with the highest average inefficiencies in the period 2000-2021 in continental Croatia are the following:

- 72 – Scientific research and development
- 93 – Sports activities and amusement and recreation activities
- 59 – Motion picture, video and television programme production, sound recording, and music publishing activities.

Thus, the initial assumption that the activities contributing to the total inefficiency dynamics in continental Croatia differ in comparison to the total inefficiencies has been confirmed.

Figure 1. Average inefficiencies per 2-digit NACE level, Croatia, 2000 – 2021



Source: Author's estimates based on FINA database.

Note: List of NACE codes available in Appendix.

135 The data are not presented but are available from the author upon request.

The average data for the whole analysed period are not very informative. So, the next step in the analysis was to investigate the inefficiency path for each sector. In order to save space, the evolution¹³⁶ has been described in Table 1.

Table 1. Inefficiency evolution in Croatian economy during the 2000-2021 period

NACE code	Average inefficiency	Inefficiency path	Inefficiency quartile	Value added path	HHI path
1	0.004466	Increase	IV	Decrease	Spike in 2014
3	0.035833	Stagnation – spike 2009 & pandemic spike	IV	Increase	Depression in 2009 & pandemic decrease
8	0.026446	Stagnation – spike 2008	IV	Decrease	Stagnation
10	0.002093	Decrease	I	Decrease	-
11	0.021915	Stagnation – spike 2007	IV		-
13	0.003346	Increase	III	Decrease	-
14	0.002199	Stagnation	I		-
15	0.003277	Stagnation – spike 2010	III		-
16	0.002727	Stagnation	II	Increase	increase
17	0.004293	Stagnation	III	Decrease	Decrease
18	0.003385	Stagnation	III	Stagnation	Stagnation – 2007 spike

¹³⁶ The annual industry-level estimates (as well as those for continental Croatia) are available from the author upon request.

20	0.004321	Stagnation	IV	Decrease	Decrease
22	0.002906	Stagnation	II	Stagnation	Spike in 2011 & pandemic increase
23	0.002686	Stagnation	II	Decrease	Decrease
25	0.002074	Stagnation	I	Increase	Pandemic increase
26	0.003196	Stagnation	III	Decrease	Decrease
27	0.003358	Stagnation	III	Stagnation	Decrease
28	0.002737	Stagnation	II	Stagnation	Increase - spike in 2015
30	0.003868	Stagnation	III	Decrease	Decrease
31	0.002502	Stagnation - 2002 & 2011 & pandemic spike	II	Decrease	-
32	0.003654	Increase	III		-
33	0.002831	Stagnation	II	Increase	Decrease
38	0.004461	Stagnation	IV	Stagnation	Pandemic spike
41	0.002245	Stagnation - spike 2012	II	Stagnation	-
42	0.00336	Decrease - pandemic increase	III		-
43	0.001462	Decrease	I		-
45	0.00198	Decrease	I	Decrease	Stagnation, pandemic increase
46	0.001461	Increase	I	Decrease	Increase, spike in 2012

47	0.0012	Increase	I	Increase	Spike in 2015
49	0.002458	Decrease	II	Decrease	Spike in 2001 & pandemic
52	0.002984	Increase	II	Increase	Increase
55	0.003867	Increase	III	Increase	-
56	0.001586	Decrease - pandemic spike	I		-
58	0.00419	Stagnation	III	Decrease	Decrease
59	0.022885	Stagnation - spike 2006	IV	Stagnation	Stagnation
62	0.002509	Increase	II	Increase	-
63	0.004314	Increase	IV		-
64	0.047573	Stagnation - pandemic increase	IV	Increase	Increase - pandemic decrease
66	0.003571	Stagnation	III	Increase	Increase, spike in 2010 & 2017
68	0.005479	Stagnation	IV	Increase	Stagnation, spike in 2009
69	0.001437	Increase	I	Increase	-
70	0.005612	decrease - pandemic increase	IV		-
71	0.001828	Stagnation	I	stagnation	Increase
72	0.005457	Increase - spikes 2007 & 2017	IV	Increase	Decrease, spike in 2008
73	0.003372	Decrease	III	Increase	Decrease, increase in pandemics

74	0.003328	Stagnation – spikes 2010 & 2012	III	Increase	-
75	0.001098	decrease – pandemic spike	I		-
77	0.006605	Stagnation – spikes 2012 & 2015	IV	Increase	Decrease
79	0.002982	Increase	II	Stagnation	Decrease, increase in pandemic
80	0.001755	Increase	I	Increase	-
81	0.002492	Decrease	II		-
85	0.002241	Increase	II	Increase	Stagnation, spike in 2012 & pandemic
86	0.002046	Stagnation	I	Increase	Decrease, increase in pandemic
93	0.005441	Stagnation - pandemic spike	IV	Increase	Decrease
95	0.002849	Stagnation	II	Stagnation	Stagnation, spike in 2015
96	0.001736	Stagnation	I	Increase	Decrease, increase in pandemics

Source: Author's estimates based on FINA database; Eurostat.

Note: List of NACE codes available in Appendix.

Based on the analysis presented, it cannot be argued that there is a specific evolution pattern related to the position in the inefficiency distribution. In other words, in each quartile of the inefficiency distribution, there are incre-

asing inefficiencies and decreasing or stagnating inefficiency patterns. Thus, although we have identified sectors with relatively high inefficiencies throughout the analysed period (e.g., fishing and agriculture), the inefficiency path is stagnant. Thus, the data do not suggest that high inefficiencies are eliminated over time, suggesting clear and persistent problems in some industries.

Furthermore, there is no obvious correlation between the inefficiency patterns and the industry-level competitiveness indicators considered. In fact, as expected, the correlation between the inefficiency and the value added in the analysed period is negative but low and not significant. Thus, we cannot claim that the industries with growing inefficiencies have a decreasing share in the Croatian economy. The relationship with the competitiveness indicator is even more puzzling. Although also not significant and small, the correlation is positive, suggesting that increased competitiveness at the industry level is associated with increased inefficiency¹³⁷. Consequently, the industry inefficiency is not related to the restructuring of the Croatian economy.

At this point, we could only speculate about the reasons for such results. The period under study has been associated with two distinct disruptive periods – the global financial crisis of 2008 – 2009, which had long-lasting impact on the Croatian economy, and the beginning of the COVID pandemic in 2020, both of which could have significantly hindered the restructuring process, as crisis periods are usually associated with significant government interventions. Another possible explanation could be related to the generally low intensity of the restructuring process in Central and Eastern European economies (Damiani & Uvalić, 2014) and further deindustrialisation (Sertić Basarac, Herc & Beg, 2019). However, this topic deserves further research efforts.

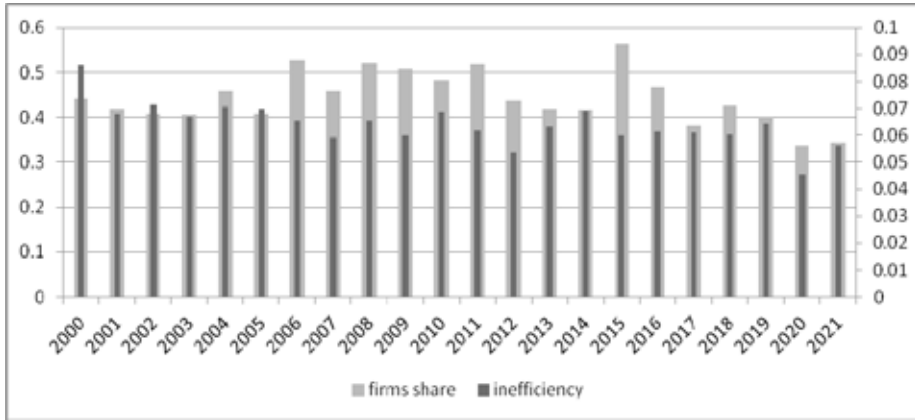
Next, we turn to the estimates for the whole economy and the whole analysed period, with specific adjustments for the technical inefficiency function¹³⁸. In this case, the inefficiency estimates are comparable across industries because they assume the same production frontier. However, as explained earlier, they also assume the same production function for the whole economy, which is a highly unrealistic assumption.

The estimated results are presented in Figure 2. They refer to the average firm-level inefficiencies for each year and the share of firms with below-average inefficiencies in each year.

137 A Similar result is confirmed in the case of continental Croatia.

138 The estimates, available from the author upon request, show that all additional indicators (HHI, value added and the industry-level estimates) enter significantly into the variance function of technical inefficiency.

Figure 2. Inefficiency path, Croatia as the global production frontier

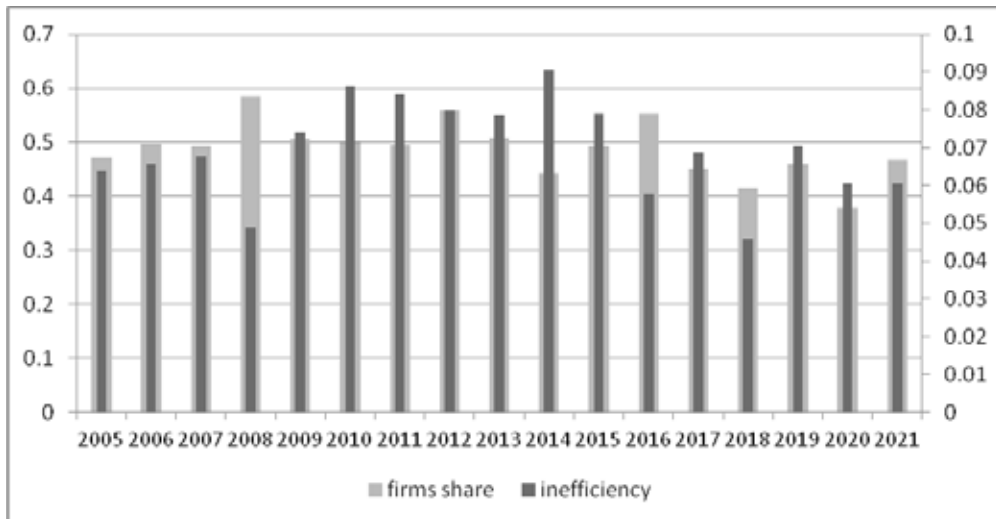


Source: Author's estimates based on FINA database.

The data show that average inefficiencies decrease slightly over the analysed period when the entire country is considered as a single production frontier. However, this trend is not strong and could easily reverse completely during the pandemic period. The data do not, however, reveal any pattern consistent with a cyclical trend. For example, inefficiencies were generally not found to increase during economic downturns and decrease during economic upturns. It remains to be seen whether the major reset associated with the COVID-19 crisis will have a longer-lasting impact on the efficiency of Croatian firms.

The share of firms with below-average inefficiency has stagnated over the analysed period. There is no evidence of a clear pattern suggesting the exit of the more inefficient firms. The share of firms with below-average inefficiencies seems to slightly decline toward the end of the period, particularly in 2020. Whether this is a specific feature of the disruptions related to the pandemic period remains to be confirmed by future research. Specifically, some part of the decline in the estimated inefficiencies may be related to relatively generous government support to mitigate the impact of the COVID-19 crisis. Once the pandemic is over and government support is reduced, it may become more difficult for firms to cope with changing market conditions.

Figure 3. Inefficiency path, continental Croatia as the global production frontier

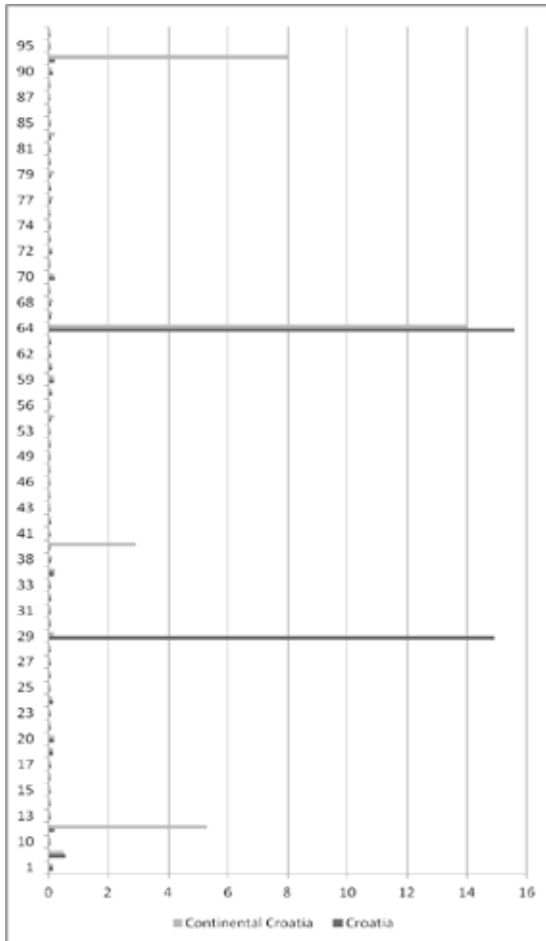


Source: Author's estimates based on FINA database.

Figure 3 provides a similar analysis for continental Croatia. In this case, we can see that the average inefficiencies and the share of firms with below-average inefficiencies are stagnant. Although it appears that a decline in the average inefficiency trend was established in the pre-pandemic period, this trend reversed in the pandemic period.

Figure 4 shows the analysis of the last year in the analysed period – i.e., to explore if we can identify where the problems are and whether they are the same in continental Croatia and the whole of Croatia. The data clearly show that only a few activities contribute more significantly to the total firm inefficiencies. Specifically, financial services activities (NACE 64) can be singled out. In continental Croatia, sports activities (NACE 93), remediation activities (NACE 39), and manufacture of beverages (NACE 11) contribute more to total inefficiencies than the average in Croatia.

Figure 4. Contribution of specific NACE activities to the average inefficiency level in 2021



Source: Author’s estimates based on FINA database.

Based on the analysis presented in this paper, we have found little evidence of intensive restructuring in the Croatian economy. There is no evidence of decreasing inefficiencies or paths suggesting cyclical dynamics. This does not necessarily imply that inefficiencies have not decreased during the transition process. Indeed, Raguž, Družić, and Tica (2016) estimate total factor productivity evolution in the period 1952 – 2010 and suggest positive changes during the transition period. However, the results presented in this paper follow the frequently expressed observation that the impact of multiple reforms imple-

mented in the more recent past is vague and that adequate mechanisms to address the remaining inefficiencies have not yet been found.

The findings are also consistent with the evidence of Croatia's lagging total competitiveness (Bajakić, Šimić Banović & Savić, 2019) to other post-transition countries, in particular after the global financial crisis. This inability to address inefficiencies makes Croatia more vulnerable to shocks that tend to have more profound and lasting effects on the economy.

4. CONCLUSIONS

This paper aimed to explore the inefficiency dynamics and restructuring patterns in the recent period in Croatia. Furthermore, the disaggregated approach enabled a discussion of the distribution of inefficiencies within the industry and the identification of industry-specific trends. It also focused on continental Croatia, which is a rare feature in the existing empirical literature.

The empirical strategy relied on stochastic frontier analysis. Two specific approaches were used. The first relied on industry- and period-specific production functions, which yielded more realistic, but not directly comparable inefficiency estimates for each industry. The second approach relied on a joint production frontier for the entire economy or region under consideration.

The results based on the joint production function do not provide evidence of declining inefficiencies, nor do they suggest a decline in the share of inefficient firms, for Croatia as a country and or in continental Croatia. Consequently, they also do not suggest a successful restructuring of the Croatian economy. Thus, the results are in line with studies suggesting a stagnation of Croatian competitiveness.

At the same time, the industry-level estimates do not reveal any specific patterns in terms of position in the inefficiency distribution. Furthermore, there is no obvious link between the inefficiency patterns and value added or industry concentration. Consequently, the industry-level estimates do not suggest that market mechanisms introduced in the post-transition period are capable of eliminating the existing inefficiencies. However, the analysis of specific industries suggests that the industries contributing to the total inefficiencies are different across continental Croatia.

From a policy perspective, these findings call for significant structural reforms in the Croatian economy. The overall stagnation that emerges from the portrait presented in the above analysis does not guarantee a sustainable improvement in Croatia's economic situation in the near future. Moreover, the

specific regional industrial infrastructure should be taken into account when designing policy measures.

Although the analysis in this paper identified industries with high and persistent inefficiencies, the data and methodology applied could not answer the question of why this is the case. Future research efforts should therefore be devoted to specific analysis of the causes of inefficiencies in these industries. Since the causes may vary across the industries, it would be logical to start with the industries where inefficiencies are most pronounced. Even though Croatia is a relatively small country, the regional component should be emphasized in any future research efforts, as regional characteristics have been identified through the analysis in this paper.

REFERENCES

1. Aidis, R., Estrin, S., & Mickiewicz, T. M. (2012). Size matters: Entrepreneurial entry and government. *Small Business Economics*, 39(1), 119–139. doi: 10.1007/s11187-010-9299-y
2. Aigner, D.J., Lovell, C.A.K., & Schmidt, P. (1977). Formulation and estimation of stochastic frontier production function models. *Journal of Econometrics*, 6(1), 21-37. doi: 10.1016/0304-4076(77)90052-5
3. Bajakić, I., Šimić Banović, R., & Savić, Z. (2019). Competitiveness Today: Is Croatia Addressing Ongoing Global Challenges? In: Šimić Banović, R. (Ed.): *Sixth Bosnian Herzegovinian, Croatian and Turkish Jurist Days - The Legal Framework for Economic Competitiveness*. pp. 153-175. Zagreb: Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
4. Battese, G.E., & Rao, D.S.P. (2002). Technology Gap, Efficiency and a Stochastic Metafrontier Function. *International Journal of Business and Economics*, 1(2), 87-93.
5. Brada, J.C., King, A.E., & Ma, C.Y. (1997). Industrial Economics of the Transition: Determinants of Enterprise Efficiency in Czechoslovakia and Hungary. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 49(1), 104-127.
6. Crespy, A., & Venheuverzwijn, P. (2019). What 'Brussels' means by structural reforms: empty signifier or constructive ambiguity? *Comparative European Politics*, 17(1), 92-111. doi: 10.1057/s41295-017-0111-0
7. Čechura, L. (2010). Estimation of technical efficiency in Czech agriculture with respect to firm heterogeneity. *Agricultural Economics*, 56(4), 183-191.
8. Damiani, M., & Uvalić, M. (2014). Industrial Development in the EU: What Lessons for the Future Member States? *Croatian Economic Survey*, 16(1), 5-48. doi: 10.15179/ces.16.1.1

9. Gumbau-Albert, M., & Maudos, J. (2002). The determinants of efficiency: the case of the Spanish industry. *Applied Economics*, 34(15), 1941-1948. doi: 10.1080/00036840210127213
10. Hernández, V., Nieto, M.J., & Rodríguez, A. (2021). Home country institutions and export of firms in transition economies: Do innovation matter? *Long Range Planning*, 55(1), 102087. doi:10.1016/j.lrp.2021.102087
11. Jones, D.C., Klinedinst, M., & Rock, C. (1998). Productive Efficiency during Transition: Evidence from Bulgarian Panel Data. *Journal of Comparative Economics*, 26 (3), 446-464. doi:10.1006/jcec.1998.1529
12. Knittel, C.R. (2002). Alternative Regulatory Methods and Firm Efficiency: Stochastic Frontier Evidence from the U.S. Electricity Industry. *The Review of Economics and Statistics*, 84(3), 530-540. doi:10.1162/003465302320259529
13. Kravtsova, V. (2008). Foreign presence and efficiency in transition economies. *Journal of Productivity Analysis*, 29(2), 91-102. doi:10.1007/s11123-007-0073-3
14. Kumbhakar, S.C., Lien, G., & Hardaker, J.B. (2014). Technical efficiency in competing panel data models: a study of Norwegian grain farming. *Journal of Productivity Analysis*, 41(2), 321-337. doi:10.1007/s11123-012-0303-1
15. Ledeneva, A., & Efendic, A. (2021). The Rules of the Game in Transition: How Informal Institutions Work in South East Europe. In: Douarin, E. and Havrylyshyn, O. (Eds.) *The Palgrave Handbook of Comparative Economics*. pp. 811-845. Cham: Springer.
16. Margaritis, D., & Psillaki, M. (2007). Capital Structure and Firm Efficiency. *Journal of Business Finance & Accounting*, 39(9-10), 1447-1469. doi:10.1111/j.1468-5957.2007.02056.x
17. Piesse, J., & Thirtle, C. (2000). A Stochastic Frontier Approach to Firm Level Efficiency, Technological Change and Productivity during Early Transition in Hungary. *Journal of Comparative Economics*, 28(3), 473-501. doi:10.1006/jcec.2000.1672
18. Raguž Krištić, I., Družić, I., & Tica, J. (2016). Impact of the transition on the total factor productivity in Croatia. *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci: časopis za ekonomsku teoriju i praksu*, 34 (2), 271-308. doi:10.18045/zbefri.2016.2.271
19. Rodrik, D. (2017). The illusive promise of structural reform. In Bournakis, I., Tsoukis, C., Christopoulos D.K. and Palivos. T. (Eds.) *Political economy perspectives on the Greek Crisis*. pp. 61-70. Cham: Palgrave Macmillan.
20. Sandholtz, W., & Taagepera, R. (2007). Corruption, culture, and communism. *International Review of Sociology: Revue Internationale de Sociologie*, 15(1), 109-131.

21. Sertić Basarac, M., Harc, M., & Beg, M. (2019). Industrial Performance in the European Union and Croatia: 1990-2016. In: Tipurić, D., Hruška, D. (Eds.): *7th International OFEL Conference on Governance, Management and Entrepreneurship: Embracing Diversity in Organisations*. pp. 370-387. Zagreb: Governance Research and Development Centre (CIRU).
22. Sinani, E., Jones, D.C., & Mygind, N. (2008). Determinants of Firm-Level Technical Efficiency: Evidence Using Stochastic Frontier Approach. *Corporate Ownership & Control*, 5(3-1), 225-239.
23. Wang, H.J., & Schmidt, P. (2002). One-Step and Two-Step Estimation of the Effects of Exogenous Variables on Technical Efficiency Levels. *Journal of Productivity Analysis*, 18(2), 129-144. doi:10.1023/A:1016565719882

APPENDIX

Table A1. Classification codes and names

code	NACE name
1	Crop and animal production, hunting, and related service activities
3	Fishing and aquaculture
8	Other mining and quarrying
10	Manufacture of food products
11	Manufacture of beverages
13	Manufacture of textiles
14	Manufacture of wearing apparel
15	Manufacture of leather and related products
16	Manufacture of wood and of products of wood and cork, except furniture; manufacture of articles of straw and plaiting materials
17	Manufacture of paper and paper products
18	Printing and reproduction of recorded media
20	Manufacture of chemicals and chemical products
22	Manufacture of rubber and plastic products

23	Manufacture of other non-metallic mineral products
25	Manufacture of fabricated metal products, except machinery and equipment
26	Manufacture of computer, electronic and optical products
27	Manufacture of electrical equipment
28	Manufacture of machinery and equipment n.e.c.
30	Manufacture of other transport equipment
31	Manufacture of furniture
32	Other manufacturing
33	Repair and installation of machinery and equipment
38	Waste collection, treatment, and disposal activities; materials recovery
41	Construction of buildings
42	Civil engineering
43	Specialised construction activities
45	Wholesale and retail trade and repair of motor vehicles and motorcycles
46	Wholesale trade, except motor vehicles and motorcycles
47	Retail trade, except motor vehicles and motorcycles
49	Land transport and transport via pipelines
52	Warehousing and support activities for transportation
55	Accommodation
56	Food and beverage service activities
58	Publishing activities
59	Motion picture, video and television programme production, sound recording, and music publishing activities
62	Computer programming, consultancy, and related activities
63	Information service activities

64	Financial services activities, except insurance and pension funding
66	Activities auxiliary to financial services and insurance activities
68	Real estate activities
69	Legal and accounting activities
70	Activities of head offices; management consultancy activities
71	Architectural and engineering activities; technical testing and analysis
72	Scientific research and development
73	Advertising and market research
74	Other professional, scientific, and technical activities
75	Veterinary activities
77	Rental and leasing activities
79	Travel agency, tour operator, and other reservation service and related activities
80	Security and investigation activities
81	Services to buildings and landscape activities
85	Education
86	Human health activities
93	Sports activities and amusement and recreation activities
95	Repair of computers and personal and household goods
96	Other personal service activities

RAZVOJNI POTENCIJALI KOORDINACIJE U PANONSKOJ HRVATSKOJ

Pregledni rad

Ana Budimir

Fakultet političkih znanosti

Lepušićeva 6

10 000 Zagreb

ana.budimir@fpzg.hr

Sažetak

Jedan od najvećih ekonomskih izazova u Hrvatskoj jest neravnomjeran regionalni razvoj. Od četiri postojeće NUTS 2 regije uspostavljene novom klasifikacijom statističkih regija 2021. godine, Panonska Hrvatska uvjerljivo je najnerazvijenija s 40,69 % BDP-a po stanovniku u odnosu na prosjek EU-27, te kao takva pripada regijama koje zaostaju (tzv. *lagging regions*). Brojne studije i istraživački radovi bave se ovom temom analizirajući silnice koje su dovele do poraznih ekonomskih i demografskih rezultata Panonske Hrvatske, te posebice Slavonije, Baranje i Srijema, a ovaj rad problematizira pitanje fragmentacije i slabe koordinacije institucija i inicijativa unutar same regije. Temeljna je teza rada kako trenutno postoji dupliciranje projekata i manjak sinergije u regiji, što se prikazuje na primjeru infrastrukture za podršku inovacijama te kako postoji potreba za usklađivanjem institucija i poticaja kako bi se postigao održiv ekonomski razvoj. U radu se, nakon predstavljanja teorijskog okvira koji uključuje povezivanje koncepta regija koje zaostaju s koordinacijskim izazovima u regionalnim i razvojnim politikama, na temelju podataka Svjetske banke analiziraju investicije za podršku inovacijama kako bi se ilustrirala postojeća fragmentacija. Analiza također uključuje mehanizme koordinacije regionalne politike u Panonskoj Hrvatskoj, kao i čimbenike koji ih formiraju. Rezultati dobiveni analizom upućuju na potrebu za kvalitetnijom koordinacijom unutar Panonske Hrvatske te doprinose raspravama o razvojnim potencijalima regija koje zaostaju. Ovakve analize posebno su značajne u kontekstu kohezijske politike EU-a, iako je prilikom ekstrapolacije zaključaka na druge regije nužno uzeti u obzir institucionalne, kulturalne i druge specifičnosti svake od regija koje pripadaju ovoj kategoriji.

Ključne riječi: koordinacija, razvoj, Panonska Hrvatska, suradnja

DEVELOPMENT POTENTIAL OF COORDINATION IN PANNONIAN CROATIA

Abstract

One of the biggest economic challenges in Croatia is its uneven regional development. Of the four existing NUTS 2 regions established by the new classification of statistical regions in 2021, Pannonian Croatia is by far the most underdeveloped with 40.69% GDP per inhabitant compared to the EU-27 average, and thus belongs to the lagging regions category. Numerous studies and research papers address this issue, analyzing the factors that led to the disastrous economic and demographic results of Pannonian Croatia, in particular Slavonia, Baranja and Srijem. This paper highlights the issue of fragmentation and poor coordination of institutions and initiatives within the region, which has led to a duplication of projects and a lack of synergy. The main thesis of the paper is that there is a need to harmonize institutions and incentives in order to achieve sustainable economic development. The paper establishes the link between the concept of lagging regions and coordination challenges in regional and development policies. It analyzes investments to promote innovation in the region based on data from the World Bank to illustrate the existing fragmentation and concludes with recommendations for the coordination of public policies and investments at the regional level. The results obtained from the analysis contribute to the discussion on the development potential of lagging regions, which is particularly significant in the context of EU cohesion policy. However, it is important to consider the institutional, cultural, and other specificities of each region when extrapolating the conclusions to other regions belonging to this category.

Keywords: coordination, Pannonian Croatia, collaboration, development

„Svi zajedno, ili nikako.”¹³⁹

dr. Juan José Ibarretxe

139 Ovo je jedna od najpoznatijih izjava dr. Juan José Ibarretxe-a, bivšeg predsjednika Baskije, koja dobro ilustrira kako su različiti mehanizmi poticanja suradnje i koordinacije bili važan faktor u konvergenciji regije koja je bila jedna od najzaostalijih regija u Španjolskoj, ali je postigla zapanjujući ekonomski razvoj osamdesetih i devedesetih godina.

1. UVOD

U Hrvatskoj su najeklatantniji primjeri tzv. „regije koja zaostaje“ (tzv. *lagging region*) Slavonija, Baranja i Srijem. Mnogi su radovi obrađivali različite faktore koji su doveli do slabijeg gospodarskog razvoja Panonske Hrvatske, a posebice Slavonije, Baranje i Srijema/Istočne Hrvatske (Marošević, 2020; Denona Bogović i sur., 2016; Matišić i Pejnović, 2015; Lončar i Marinković, 2015; Borozan, 2015; Šuligoj, 2017). Ipak, ono čemu nije posvećena pažnja prilikom analize „regija koje zaostaju“ jest *policy* koordinacija, odnosno preciznija koordinacija javnih ulaganja na regionalnoj razini, što je važan doprinos ovog članka. Naime, kako navodi Petak (2008), iako je u Hrvatskoj koordinacija veliki problem, o tome ne postoje odgovarajuće empirijske studije. Kako bi adresirao taj nedostatak, ovaj članak bavi se pitanjem horizontalnog tipa koordinacije, koji je ponajviše vezan uz kategorije efikasne upotrebe javnog novca kako bi se zadovoljile potrebe zajednice (*Ibid.*: 266). Razlog zbog kojeg je važno razmotriti ovaj problem je činjenica što izostanak u koordinaciji dovodi do poteškoća u koherentnoj formulaciji i implementaciji politika (Đurman i Musa, 2013). Time također može doći do dupliciranja razvojnih projekata (Peters, 1998), čime se smanjuje njihov učinak, te se posljedično ne iskorištava potencijal za ravnomjerni regionalni razvoj i konvergenciju regija koje zaostaju. Dakle, iako je koordinacija programa, projekata i inicijativa važna u svim kontekstima, od posebne je važnosti ondje gdje je razvojni kontekst takav da je potrebno iskoristiti sve postojeće resurse, od financijskih do administrativnih, kao u slučaju regija koje zaostaju, kako bi došlo do njihove konvergencije s razvijenijim područjima.

Prije nego se krene u objašnjavanje strukture rada, bitno je razriješiti određenu terminološku konfuziju vezanu za jedinicu analize, Panonsku Hrvatsku. Kao pojam regije koja zaostaje najčešće se misli na Slavoniju, Baranju i Srijem (ili ponekad skraćeno Slavonija). Ipak, u radu se kao jedinica analize regionalne razine koristi Panonska Hrvatska koja uključuje pet županija Slavonije, Baranje i Srijema (Osječko-baranjska, Vukovarsko-srijemska, Požeško-slavonska, Virovitičko-podravska i Brodsko-posavska) te tri dodatne (Bjelovarsko-bilogorska, Sisačko-moslavačka te Karlovačka) jer je ovih osam županija novom NUTS 2 klasifikacijom iz 2021. spojeno u jednu NUTS 2 regiju. Zajedničko razvrstavanje prostornih jedinica za statistiku (eng. *Nomenclature of territorial units for statistics- NUTS*) označava sustav za klasifikaciju prostornih jedinica na području Europske unije (EU), razvijen s ciljem komparacija regija unutar EU-a. Naime, kako bi regionalni statistički podaci bili usporedivi, područja trebaju biti slična po broju stanovnika. Razvrstavanje je hijerarhijsko jer se njime

svaka zemlja dijeli na tri razine: NUTS 1, NUTS 2 i NUTS 3, s time da je NUTS 2 potpodjela NUTS 1, a NUTS 2 potpodjela NUTS 3. Trenutačni sustav NUTS na snazi je od 1. siječnja 2021., a uključuje 92 regije na NUTS 1 razini, 242 regije na NUTS 2 razini te 1166 regija na NUTS 3 razini. U Hrvatskoj ova podjela služi kao podloga za utvrđivanje prostornih jedinica za korištenje fondova EU-a u okviru kohezijske politike te kao podloga za izradu karte regionalnih potpora, kojom se utvrđuje maksimalni dopušteni intenzitet potpora. Upravo zbog odluke o spajanju pet županija Slavonije, Baranje i Srijema s dodatne tri županije u jednu NUTS 2 regiju (kao jednu od četiri NUTS 2 regije u Hrvatskoj), važno je promatrati ovaj izazov *policy* koordinacije na razini svih osam županija. Navedene tri županije također pripadaju kategoriji regija koje zaostaju, a svih osam županija zajedno čine Panonsku Hrvatsku uvjerljivo najnerazvijenijom NUTS 2 regijom u Hrvatskoj s 40,69 % BDP-a po stanovniku u odnosu na prosjek EU-27. Osim toga, činjenica da su dodane tri županije koje se tradicionalno ne ubrajaju u Slavoniju, upućuje na još veću potrebu za koordinacijom i suradnjom na ovom području.

Ovaj je rad podijeljen na tri cjeline. U teorijskim razmatranjima kreće se s pojašnjenjem *policy* koordinacije, koji se onda spušta na regionalnu razinu i povezuje se s konceptom „regija koje zaostaju“. Nakon toga koristi se analitički okvir kako bi se dao kratki prikaz mehanizama koordinacije regionalne politike i čimbenika koji utječu na njihov izbor, te se taj okvir primjenjuje na Panonsku Hrvatsku. U tom smislu bitan doprinos ovog članka leži u činjenici da gleda na horizontalnu *policy* koordinaciju inicijativa na subnacionalnoj razini, što je nešto čemu literatura nije dala puno pažnje, a čiji izostanak može kreirati razvojne zapreke (Peters, 1998). U središnjem dijelu članka pokazuje se dupliciranje investicija na području infrastrukture za potporu inovacijama te se analiziraju različiti mehanizmi koordinacije regionalne politike u Panonskoj Hrvatskoj, kao i čimbenici koji ih formiraju. Zaključno, upućuje se na nužnost koordinacije i usklađenost inicijativa, posebice u novoj NUTS 2 klasifikaciji, s ciljem postizanja održivog ekonomskog razvoja.

2. KONCEPTUALIZACIJA KOORDINACIJE I REGIJA KOJE ZAOSTAJU

2.1. Izazov *policy* koordinacije

Koordinacija je jedan od najvažnijih praktičnih problema javnog upravljanja (Đurman i Musa, 2013). Postoji više definicija *policy* koordinacije, ali bitno je napomenuti kako se ovdje referira na zajedničko odlučivanje i prikupljanje resursa sa svrhom ostvarivanja kolektivnih ciljeva koji nadilaze prioritete

individualnih aktera ili organizacija (McNamara, 2012). Koordinacija se može shvatiti kao ishod, ali i kao proces kojim se žele uskladiti aktivnosti među akterima kako bi se osigurali pozitivni ishodi (Bouckaert i sur., 2010). Nadalje, možemo razlikovati vertikalnu i horizontalnu koordinaciju (Petak, 2008; Đurman i Musa, 2013), pri čemu vertikalna obuhvaća više razina vlasti dok se horizontalna odnosi na organizacije na istoj razini vlasti (Đurman i Musa, 2013: 115). Konceptualiziranje teme koordinacije politika primarno se odnosi na horizontalnu dimenziju, odnosno na objedinjavanje različitih sektora i programa unutar jedne razine vlasti (Peters, 2006). Ova tema od iznimne je važnosti jer loša koordinacija dovodi do preklapanja i dupliciranja programa i/ili aktivnosti te do kontradikcija među vladinim politikama i programima (Peters, 1998: 296). Horizontalni menadžment javnih politika služi upravo rješavanju problema preklapanja, dupliciranja u uporabi resursa, kao i reduciranju kontradiktornih smjernica (Christensen, 2006: 461-462).

Osim toga, koordinacija je dugotrajni izazov u regionalnoj politici koji u posljednje vrijeme privlači sve više zanimanja i od akademske zajednice i u praksi (Ferry, 2021). Neobično je što je ovaj aspekt *policy* koordinacije bio relativno zanemaren jer je koordinacija ključna briga suvremene regionalne politike u kojoj se javnim politikama želi podupirati razvoj određenih područja neke države (Ferry, 2021: 38). Naglasak se posljednjih godina miče s konvencionalne *top-down* podrške države regijama koje zaostaju na šire, *place-based* mjere koje definiraju nove jedinice intervencija, nove strategije te novi akteri (Iammarino i sur., 2020). Ferry (*Ibid.* 39-40) navodi kako postoje četiri tipa mehanizama koordinacije regionalne politike: koordinacija utemeljena na pravilima, organizacijska koordinacija, strateška *policy* koordinacija te koordinacija *policy* instrumentima. Koordinacija utemeljena na pravilima, kao što ime upućuje, ostvaruje se na temelju formalnih pravila ili regulativa. Vlade mogu, pomoću različitih pravila, zahtijevati da određeni akteri surađuju na različitim *policy* sektorima ili područjima. Organizacijska koordinacija odnosi se na strukturne ili organizacijske mehanizme koji podupiru zajednički rad u upravljanju međusektorskim politikama (Trein, Meyer i Maggetti, 2019). Strateška *policy* koordinacija uključuje integrirane strategije koje koordiniraju pojedinačne ciljeve različitih aktera u rješavanju određenog međusektorskog pitanja (Candel i Biesbroek, 2016), poput, primjerice, integracije politike zaštite okoliša. Četvrti mehanizam koordinacije regionalne politike uključuje koordinaciju *policy* instrumentima, kao što su to zajmovi, regulatorni ili fiskalni poticaji i slično (Ferry, 2021: 41), kako bi se adresirale različite dimenzije istog problema (Cejudo i Michel, 2017).

Čimbenici koji utječu na izbor mehanizma koordinacije regionalne politike su sljedeći: institucionalni, kognitivni te politički (Jordan i Lenschow, 2010). Institucionalni faktori potencijalno su najvažniji faktori jer se njima određuje obujam moguće koordinacije. Primjerice, federalni sistemi imaju drugačije izazove i mogućnosti za koordinaciju od unitarnih. Drugi je čimbenik kognitivni, a on se referira na razumijevanje *policy* problema, koje onda utječe na cjelokupnu implementaciju, pa tako i na koordinaciju. Razlikuje se već spomenuti *top-down* pristup u odnosu na *place-based* pristup regionalnoj razvojnoj paradigmi, koji promiče EU (Ferry, 2021: 42). Treći je faktor politički, a uključuje općenitu političku volju i ideološke poglede vezane za pokretanje i održavanje *policy* koordinacije. Pritom koordinacija može biti još izazovnija ako ministarstva kontroliraju različite političke stranake ili ako je na subnacionalnoj razini na vlasti druga stranka u odnosu na vladajuću stranku ili koaliciju na nacionalnoj razini (*Ibid.*: 43).

2.2. Regije koje zaostaju: primjer Panonske Hrvatske

Prema definiciji Europske komisije (2015) „regije koje zaostaju“ su one regije čija je razina razvoja značajno manja od prosjeka Europske unije. Konkretnije, regije koje zaostaju u razvoju najčešće odlikuju niska produktivnost i niska obrazovna postignuća; slabi inovacijski sustavi i loša institucionalna kvaliteta; visoka emigracija; te niske javne i privatne investicije. Dvije trećine država članica sadrži regije koje zaostaju (Ganau i Kilroy, 2023). Ipak, kako naglašavaju Capello i Nijkamp (2019), koherentna objašnjenja regionalnog rasta i nejednakosti u razvoju često izostaju. Ganau i Kilroy (2023) navode kako je Europska unija bila uspješna u konvergenciji dohotka zemalja članica, no kako su se nejednakosti unutar država povećavale. Primjerice, od zemalja koje su se Europskoj uniji pridružile 2004. godine, trima najsiromašnijima, Bugarskoj, Rumunjskoj i Latviji, BDP se *per capita* u odnosu na prosjek EU-a digao s 15,7 % 2004. do 29,3 % 2018. (Ganau i Kilroy, 2023). Ipak, za tu su konvergenciju većinom zaslužni glavni gradovi te nekolicina razvijenih regija.

S druge strane, regionalne nejednakosti među zemljama, ali i unutar zemalja, povećavaju se od ranih 2000-ih (Iammarino i sur., 2019). Reduciranje ovih problema cilj je regionalne ekonomske politike, a ona uključuje sve oblike javnih intervencija s ciljem poboljšavanja geografske distribucije ekonomskih aktivnosti (Vanhove, 2018). Europska unija izdvaja ogromna sredstva kako bi ispravila neravnoteže između zemalja i regija pa tako u razdoblju 2021. – 2027. sredstva EU-a dodijeljena kohezijskoj politici iznose 392 milijarde EUR. Pose-

ban fokus kohezijske politike u ovom programskom razdoblju upravo je na iskorištavanju razvojnog potencijala regija, posebice onih koje zaostaju (Marošević, 2020).

U kategoriju regija koje zaostaju ubraja se i Panonska Hrvatska. Naime, u regiji u kojoj živi nešto manje od 30 % stanovništva Hrvatske, stope emigracije najveće su u državi te su tradicionalno usko povezane s nedostatkom mogućnosti zapošljavanja i malom dostupnošću bolje plaćenih poslova. Od ukupnog broja emigracija iz Hrvatske od 2001. godine 70 % je iz Panonske Hrvatske (DZS). Nadalje, dok je prosječna hrvatska lokalna jedinica zabilježila rast zaposlenosti od 4,0 % u razdoblju 2009. – 2018., prosječna jedinica u Panonskoj Hrvatskoj doživjela je pad zaposlenosti za 1,9 %. Posebno snažan pad zaposlenosti bilježe lokalne jedinice 5 – 15 tisuća stanovnika (-4,4 %) i 15 – 30 tisuća (-5,8 %). Znatno manji pad bilježe jedinice ispod 5000 stanovnika (-1,1 %) i s preko 30 000 stanovnika (-1,9 %). Osim toga, Panonska Hrvatska primila je samo 3 % stranih ulaganja u Hrvatskoj (Svjetska banka, 2021). Postoji snažna korelacija između gubitka stanovništva i ekonomskog razvoja, odnosno one županije koje su razvijenije bile su također uspješnije u zadržavanju stanovništva.

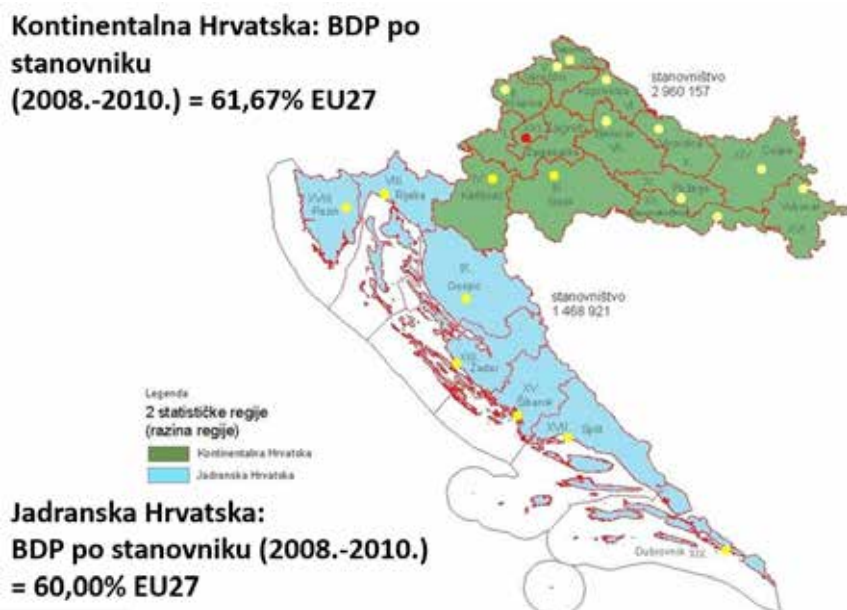
Postoji relativno velik broj radova koji se bavi temom regionalnog razvoja Istočne Hrvatske (Marošević, 2020; Denona Bogović i sur., 2016; Matišić i Pejnović, 2015; Lončar i Marinković, 2015; Borožan, 2015; Šuligoj, 2017; Živić, 2016). Jedna skupina autora, kao što su Lončar i Marinković (2015), Majstorić (2020), Živić (2016, 2017) te Borožan (2015), najveću pozornost pridaju demografskim i migracijskim izazovima te s njim povezanim nedostatkom ljudskog kapitala u regiji. Mnogi od zaključaka radova prilično su alarmantni pa tako Majstorić (2020: 45) navodi kako je „smanjivanje zaostajanja Istočne Hrvatske u regionalnom razvoju Hrvatske gotovo nemoguće“, dok Matišić i Pejnović (2015: 101) tvrde kako je Istočna Hrvatska „najveće problemsko područje Hrvatske u recentnom vremenu“.

Druga skupina autora fokusira se na razvojne potencijale regije pa tako Šuligoj (2017) navodi potencijal nedovoljno iskorištenog turističkog sektora, dok Denona Bogović i suradnici (2016) nakon analize uzrok razvojne divergencije istočne Hrvatske izlažu potencijal fokusa na zelenu ekonomiju. Marošević (2020) tvrdi kako je veća razina decentralizacije jedna od ključnih pretpostavki za smanjenje regionalnih razlika te uspješnu implementaciju regionalnih politika. Svi ovi radovi doprinose boljem shvaćanju silnica koje su dovele do neravnomyernog gospodarskog razvoja ovog područja, no ono na što je također važno obratiti pozornost jest koordinacija jer je ona ključna briga suvremene regionalne politike (Ferry, 2021).

Naravno, za brži razvoj regija koje zaostaju potrebna su značajna sredstva. U tom smislu, jedna od važnijih izmjena, kako bi se regiji kojoj zaostaje omogu-

ćio pristup više sredstava, donesena je prilikom određivanja nove klasifikacije prostornih jedinica za statističku obradu (NUTS) koju je donijelo Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije (MRRFEU). Ova klasifikacija bitna je jer služi kao podloga za utvrđivanje prostornih jedinica za korištenje fondova EU-a u okviru kohezijske politike te kao podloga za izradu karte regionalnih potpora, kojima se utvrđuje maksimalni dopušteni intenzitet potpora. Prvotna podjela Hrvatske usuglašena s Europskom komisijom 2012. godine bila je na dvije statističke regije, Jadransku Hrvatsku i Kontinentalnu Hrvatsku (slika 1). Problem prošle podjele Hrvatske prema NUTS 2 regijama ležala je u činjenici da su nerazvijene županije u Slavoniji, Baranji i Srijemu te u Banovini bile dio iste razine regionalnih potpora kao i glavni grad, koji primjerice ima tri puta veći BDP *per capita* od Virovitičko-podravske županije (Svjetska banka, 2019). Ovo je dovelo do manje mogućnosti za regionalne potpore u najnerazvijenijim dijelovima Hrvatske, odnosno, za regiju koja zaostaje.


Slika 1: Prvotna podjela Hrvatske na NUTS 2 regije



Izvor: MRRFEU

Ipak, 2021. godine na snagu je stupila nova NUTS 2 klasifikacija prema kojoj u Hrvatskoj postoje 4 NUTS 2 regije (slika 2), čime se omogućuje Panonskoj Hrvatskoj pravo na veću razinu regionalnih potpora do 2034. godine, što ima uporište u razvijenosti regije s ukupno 27,7 % stanovništva jer je BDP *per capita* u odnosu na EU-27 samo 40,69 %, dok primjerice za Zagreb iznosi 104,84 %. Napravljene su regulativne izmjene koje trebaju omogućiti veću razinu financijske i razvojne potpore Panonskoj Hrvatskoj kao regiji, no nameće se pitanje u kojoj će to mjeri uspjeti iskoristiti te kako će uskladiti postojeće i planirane investicije i projekte.

Slika 2: Nova klasifikacija NUTS 2 regija

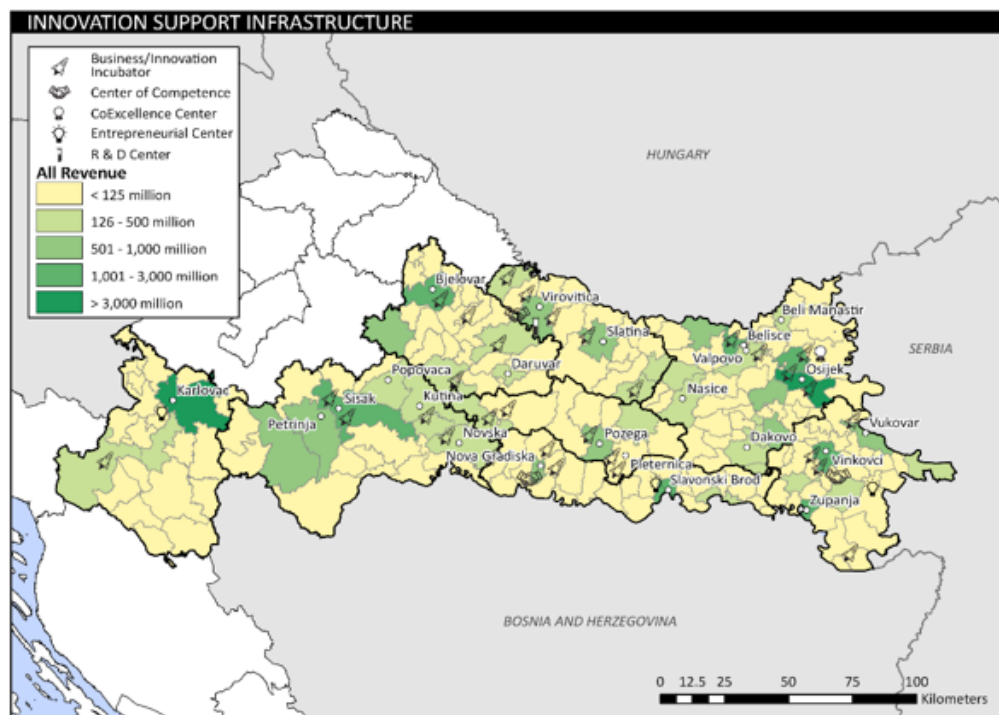
Naziv NUTS 2 regije	Broj stanovnika	BDP po stan. prema SKM u odnosu na prosjek EU-27*	Karta podjele na NUTS 2 regije
Panonska Hrvatska (središnja i istočna Hrvatska)	1.166.287	40,69%	
Sjeverna Hrvatska	842.773	47,12%	
Jadranska Hrvatska	1.398.260	57,40%	
Grad Zagreb	800.674	104,84%	

Izvor: MRRFEU

2.3. Rascjepkana ulaganja: primjer istraživačko-inovacijske infrastrukture

Pregled postojeće literature (Peters, 1998; Ferry, 2021; Peters, 2006) sugerira kako dupliciranje projekata i inicijativa može dovesti do nedovoljnog iskorištavanja razvojnog potencijala. Infrastruktura za potporu inovacijama dobar je primjer rascjepkanih te dupliciranih ulaganja, što je važno istražiti jer postoji korelacija između rasta u regijama koje zaostaju i inovacija (Ganau i Kilroy, 2023) te zato što inovacije mogu igrati važnu ulogu u povećanju konkurentnosti određenog područja (Doğan, 2016).

Slika 3: Infrastruktura za podršku inovacijama



Izvor: Svjetska banka

Infrastruktura za inovacije i poslovnu podršku u Panonskoj Hrvatskoj raspoređena je na 26 poslovnih inkubatora i dodatnih 9 inovacijskih inkubatora, centara za poduzetništvo, centara kompetencija i jedan centar izvrsnosti (slika 3). Gledajući komparativno, u Panonskoj Hrvatskoj nalazi se jedan inkubator na 29 000 ljudi, dok primjerice Ujedinjena Kraljevina ima 205 inkubatora (po jedan na 322 000 ljudi), a Švedska 38 akceleratora i inkubatora, odnosno, po jedan na 263 000 stanovnika (Svjetska banka, 2019).

Nadalje, u brojnim slučajevima prostore poslovnih inkubatora koristi 10 ili manje poduzetnika (*Ibid:*10) i ne postoji koordinacija u smislu usluga koje pružaju. Još jedan izazov s kojim se suočavaju voditelji inkubatora je njihova financijska održivost. Naime, mnogi od njih osnovani su korištenjem strukturnih fondova Europske unije, dok s druge strane moraju održati dovoljnu potražnju za njihovim uslugama kako bi bili održivi i po isteku eksternog financiranja, što može biti izazov u slučaju da ne postoji dovoljna potražnja za

uslugama koje nude. Upravo kako bi se izbjegli ovakvi scenariji, važno je proučiti potencijalne mehanizme koordinacije i čimbenike koji utječu na njihov odabir, ne samo vezano za slučaj istraživačko-inovacijske infrastrukture, nego i općenito javnim ulaganjima i inicijativama u Panonskoj Hrvatskoj, što se prikazuje u sljedećim odjeljcima.

3. ANALIZA KOORDINACIJE U PANONSKOJ HRVATSKOJ

Na temelju tipologije koju predlaže Ferry (2021) analizira se kako stoje stvari s četirima različitim mehanizmima koordinacije regionalne politike u Panonskoj Hrvatskoj: koordinacija utemeljena na pravilima, organizacijska koordinacija, strateška *policy* koordinacija te koordinacija *policy* instrumenta. Što se tiče koordinacije utemeljene na pravilima, ne postoje formalna pravila ili regulative kojima bi suradnja i koordinacija među županijama bila obavezna. Ovo može imati negativne implikacije za razvoj određenih sektora u regiji, primjerice turizma. Naime, turistima koji se bave biciklizmom bitna je kvaliteta biciklističke staze duž cijele rute. Određena županija može uložiti u svoju biciklističku infrastrukturu, no ako to nije slučaj i u susjednim županijama, željeni učinak povećanog broja biciklista potencijalno će izostati jer kvalitetna infrastruktura nije osigurana duž cijele staze.

Vezano za organizacijsku koordinaciju, najbitnije je tijelo Savjet za Slavoniju, Baranju i Srijem (SBS). On je osnovan 2017. godine kao savjetodavno tijelo na području koordinacije provedbe i praćenja korištenja europskih strukturnih i investicijskih fondova, instrumenata i programa Europske unije, Europskoga gospodarskog prostora i nacionalnih izvora u sklopu „Projekta Slavonija, Baranja i Srijem“ (MRRFEU). Do sada je održano ukupno 13 sjednica Savjeta. Ipak, ovi sastanci često služe primarno za prezentiranje projekata koji se trebaju ugovoriti ili se provode. Primjerice, na 14. sjednici Savjeta za Slavoniju, Baranju i Srijem navedeno je kako je preko Projekta Slavonija, Baranja i Srijem provedeno preko 34 tisuće projekata te da je ugovoreno preko 20 milijardi kuna za projekte. Iako broj provedenih projekata zvuči imponozantno, ne navodi se postojanje mehanizama koordinacije postojećih ulaganja. Osim toga, problematično je i to što su dodane tri nove županije u NUTS 2 regiju¹⁴⁰, koje trenutno nisu dio Savjeta. Kako bi se omogućila lakša organizacijska koordinacija na razini Panonske Hrvatske kao zasebne NUTS 2 regije, imalo bi smisla Savjet za SBS proširiti na dodatne tri županije.

140 Regija se u tekstu koristi kao skraćeni oblik za NUTS 2 regiju.

Što se tiče strateške *policy* koordinacije, svaka županija donosi razvojni plan za svoju županiju te u tom smislu nema veće koordinacije između županija, što opet smanjuje poticaj za rad s drugim županijama. Županije također pripremaju i svoje razvojne projekte koji nemaju uvijek jasnu intervencijsku logiku (Svjetska banka, 2019). Prilikom pripremanja projekata često se ne uzima u obzir geografsku ili tehničku komplementarnost, kao što je prikazano na primjeru istraživačko-inovacijske infrastrukture, dok bi kombiniranje resursa od strane županija i općina u Panonskoj Hrvatskoj na temelju komparativnih prednosti dovelo do izostanka dupliranja inicijativa te postizanja veće kvalitete projekata. Ipak, pozitivan iskorak u smislu strateške *policy* koordinacije na razini regije napravljen je pripremom Plana za industrijsku tranziciju Panonske Hrvatske, koji je prvi dokument strateškog planiranja na razini NUTS 2 regije, no problematičnim ostaje njegova koordinacija u kontekstu implementacije na operativnoj razini.

Četvrti mehanizam koordinacije odnosi se na koordinaciju *policy* instrumentima. Ovdje treba istaknuti novi Integrirani teritorijalni program (ITP) u postojećoj financijskoj perspektivi 2021. – 2027., kojim se planira odgovoriti na razvojne izazove određenog područja, u ovom slučaju Panonske Hrvatske, te je cilj integrirati ulaganja temeljem pristupa „odozdo prema gore“, kako bi se tako omogućilo regionalnim i lokalnim akterima određivanje prioriteta. U tom se smislu razlikuje od Programa konkurentnost i kohezija 2021. – 2027. (PKK), čiji je fokus na tradicionalnim sektorima, dok ITP pokušava imati *place based* pristup.

Osim analize mehanizama koordinacije važno je razumjeti i čimbenike koji utječu na mehanizme koordinacije: institucionalni, kognitivni te politički (Jordan i Lenschow, 2010). Institucionalno uređenje veoma je bitno. U Hrvatskoj podjela na županije koje imaju vlastite razvojne strategije i budžete ne potiče koordinaciju nego brigu za vlastito područje. Regionalne razvojne agencije i upravni odjeli za investicije županija odgovorni su za promicanje ulaganja u županijama u kojima djeluju, što može dovesti do smanjenog učinka određenih investicija na području Panonske Hrvatske jer je cijela organizacija zbog administrativnog uređenja fokusirana na vlastitu županiju. S druge strane, kognitivni čimbenik odnosi se na *policy* paradigmu koja uvjetuje na koji se način razmišlja o izazovima te o njihovim potencijalnim rješenjima, a često je vezan za širi kontekst same zemlje. Đurman i Musa (2013: 129) navode kako je čimbenik koji je u najvećoj mjeri odredio smjer razvoja koordinativnih procesa i struktura postkomunističkih vlada leži u sve većim izazovima sudjelovanja u međunarodnoj okolini. Konkretno, za Hrvatsku je najznačajnije bilo pristupanje Europskoj uniji 2013. godine. Sam fokus promatranja regionalnih izazova i politika kao *place-based* paradigme također je rezultat promoviranja ovog

pristupa od OECD-a te Europske komisije od kasnih 2000-ih (Barca, 2009). Za političke čimbenike možemo reći da su povoljni jer je u svim županijama Panonske Hrvatske na vlasti ista stranka, Hrvatska demokratska zajednica, što bi, prema literaturi, trebalo služiti kao pozitivan faktor vezano za koordinaciju inicijativa i politika jer je veća mogućnost da će pripadnici iste političke stranke htjeti surađivati jedni s drugima (Ferry, 2021).

4. ZAKLJUČAK

U regijama koje zaostaju posebno je važno iskoristiti sve potencijale, a oni često mogu ležati u suradnji na temelju komparativnih prednosti određenog područja. Nova NUTS 2 klasifikacija pruža Panonskoj Hrvatskoj dodatne mogućnosti vezane za financiranje i razvoj, no pitanje je hoće li one biti iskorištene. Iako brojni članci obrađuju demografske i druge nedostatke regije, u središtu je ovog članka analiza mehanizama koordinacije na regionalnoj razini, koji mogu doprinijeti optimalnom iskorištavanju dostupnih resursa te sinkroniziranju postojećih potencijala. Uz navedena ograničenja vezana za mehanizme koordinacije te čimbenike koji ih određuju, u Hrvatskoj također postoji nedostatak *policy* stručnjaka i tijela koja bi obavljala sustavnu *policy* analizu, što dovodi do smanjivanja mogućnosti za međusektorsku suradnju i inicijative (Petak, 2008). Postoje manjkavosti organizacijskog aspekta koordinacije, ali nedostaju i adekvatni funkcionalni elementi (Đurman i Musa, 2013: 130-131).

U članku je na primjeru infrastrukture za podršku inovacijama prikazano dupliciranje te fragmentiranje javnih ulaganja i razvojnih projekata u Panonskoj Hrvatskoj. Kvaliteta se može poboljšati kombiniranjem postojeće infrastrukture, uključujući inkubatore po Panonskoj Hrvatskoj. Osim toga, mogu se implementirati sustavi poticaja za kooperaciju, razviti zajednički IT sustavi ili uključiti eksperti koji će doprinijeti koordinaciji (Pollitt, 2003). Obadić i Tijanić (2014) također naglašavaju potencijalno važnu ulogu klastera u poticanju regionalnog i nacionalnog ekonomskog razvoja. Ipak, jedan je od ključnih preuvjeta za učinkovitu koordinaciju postojanje administrativnih kapaciteta (Ferry, 2021: 37), a upravo je to ono što je nedostaje u Panonskoj Hrvatskoj, posebice na lokalnoj razini te je vidljivo u slučajevima kod potrebe koordinacije investicija u fizičku infrastrukturu s tzv. *soft* projektima (Svjetska banka, 2021). Nezadovoljavajuća koordinacija javnih ulaganja onemogućava efikasno korištenje dostupnih sredstava, što je od iznimnog značenja za ravnomjerni regionalni razvoj i konvergenciju manje razvijenih područja, kao što je Panonska Hrvatska. Koordinacija je važna na svim razinama, a ovaj članak doprinosi analizi koordinacije na subnacionalnoj razini. Bilo bi korisno provesti sličnu

analizu mehanizama koordinacije i čimbenika koji na njih utječu i u ostale tri NUTS 2 regije.

LITERATURA

1. Barca, F. (2009). An Agenda for a Reformed CP, A Place-Based Approach to Meeting European Union Challenges and Expectations. Independent report prepared at the request of Danuta Hübner, Commissioner for Regional Policy.
2. Borozan, Đ. (2017). Internal Migration, Regional Economic Convergence, and Growth in Croatia. *International Regional Science Review*, Vol. 40, No. 2, pp. 141-163. DOI: <https://doi.org/10.1177/0160017615572889>
3. Bouckaert, G., Peters, B. G., Verhoest, K. (2010). Coordination: What Is It and Why Should We Have It? In: *The Coordination of Public Sector Organizations*. Public Sector Organizations. Palgrave Macmillan, London. DOI: https://doi.org/10.1057/9780230275256_2
4. Candel, J. J. L. & Biesbroek, R. (2016). Toward a processual understanding of policy integration. *Policy Sciences*, 49(3), 211-231. DOI:10.1007/s11077-016-9248-y
5. Capello, R. & Nijkamp, P. (2019). Introduction to the second edition: novelties and advances. In: Capello, T. & Nijkamp, P. (Eds.), *Handbook of Regional Growth and Development Theories* (pp. 1-4). Edward Elgar Publishing, Inc., Cheltenham-Northampton.
6. Cejudo, G. M., & Michel, C. L. (2017). Addressing fragmented government action: Coordination, coherence, and integration. *Policy Sciences*, 50(4), 745-767. DOI:10.1007/s11077-017-9281-5
7. Christensen, T. (2006). Smart Policy? In: M. Moran, M. Rein, R. E. Goodin (Eds.), *The Oxford Handbook of Public Policy* (pp. 461-462). Oxford University Press.
8. Denona Bogović, N., Drezgić, S., Čegar, S. (2016), Green Economy as a Development Model of Eastern Croatia. In: Mašek Tonković, A. (Ed.), *Gospodarstvo Istočne Hrvatske – vizija i razvoj* (pp. 646-654). Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek, Osijek.
9. Doğan, E. (2016). The Effect of Innovation on Competitiveness. *Istanbul University Econometrics and Statistics e-Journal*, No. 24, 60-81. Preuzeto s <https://dergipark.org.tr/en/pub/iuekois/issue/27191/286094>
10. Đurman, P., i Musa, A. (2013). Problem koordinacije u javnoj upravi: Natrag prema hijerarhiji? *Anali Hrvatskog politološkog društva*, 10(1), str. 111-138. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/123094>

11. European Commission (2015). *Catching up regions*. Preuzeto s https://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/how/improving-investment/lagging_regions
12. Ferry, M. (2021). Pulling things together: regional policy coordination approaches and drivers in Europe. *Policy and Society*, Volume 40, Issue 1, 37-57. DOI: <https://doi.org/10.1080/14494035.2021.1934985>
13. Ganau, R. & Kilroy, A. (2023). Detecting economic growth pathways in the EU's lagging regions. *Regional Studies*, 57:1, 41-56, DOI: <https://doi.org/10.1080/00343404.2022.2050200>
14. Iammarino S., Rodríguez-Pose A., Storper M. (2019). Regional inequality in Europe: Evidence, theory and policy implications. *Journal of Economic Geography*, 19(2): 273-298. DOI: <https://doi.org/10.1093/jeg/lby021>
15. Iammarino, S., Rodríguez-Pose, A., Storper, M., Diemer, A. (2020). Falling into the Middle-Income Trap? A Study on the Risks for EU Regions to be Caught in a Middle-Income Trap. Final Report to the European Commission.
16. Jordan, A., & Lenschow, A. (2010). Environmental policy integration: A state of the art review. *Environmental Policy and Governance*, 20(3), 147-158. DOI: <https://doi.org/10.1002/eet.539>
17. Lončar, J. i Marinković, V. (2015). Analysis of socio-economic indicators in the context of the regional development of Eastern Croatia. *Hungarian Geographical Bulletin*, Vol. 64, No. 4, pp. 327-344. DOI: <https://doi.org/10.15201/hungeobull.64.4.7>
18. Majstorić, I. (2020). Depopulacija Istočne Hrvatske – uzrok daljnjeg zaostajanja u regionalnom razvoju Hrvatske? *Geografski horizont*, 66. (2.), 45-61. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/254283>
19. Marošević, K. (2020). Lagging regions: The case of Eastern Croatia. *Ekonomski vjesnik*, 33(1), str. 255-270. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/240016>
20. Matišić, M., Pejnović, D. (2015). Uzroci i posljedice zaostajanja Istočne Hrvatske u regionalnom razvoju Hrvatske. *Hrvatski geografski glasnik*, Vol. 77, No. 2, pp. 101-140. DOI: <https://doi.org/10.21861/HGG.2015.77.02.06>
21. McNamara, M. (2012). Starting to Untangle the Web of Cooperation, Coordination, and Collaboration: A Framework for Public Managers. *International Journal of Public Administration*, 35(6), 389-401. DOI: <https://doi.org/10.1080/01900692.2012.655527>
22. Obadić, A. i Tijanić, L. (2014). Multivariate analysis of the Croatian clusters. *Economic Research - Ekonomska Istraživanja*, Vol. 27, No. 1, pp. 120-133. DOI: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2014.947134>
23. Petak, Z. (2008). Oblikovanje javnih politika u Hrvatskoj i problem policy-koordinacije. *Anali Hrvatskog politološkog društva*, 5 (1), 263-273. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/35418>

24. Peters, G. B. (1998). Managing Horizontal Government: The Politics of Coordination. *Public Administration*, 76: 295-311. DOI: <https://doi.org/10.1111/1467-9299.00102>
25. Peters, G. B. (2006). Concepts and Theories of Horizontal Policy Management. In: G. B. Peters, J. Pierre (Ed.), *Handbook of Public Policy* (pp. 115-138). London: Sage. DOI: <https://doi.org/10.4135/9781848608054>
26. Pollitt, C. (2003). Joined-up Government: a Survey. *Political Studies Review*, 1: 34-49. DOI: <https://doi.org/10.1111/1478-9299.00004>
27. Svjetska banka (2019). *RAS Rast i radna mjesta u Slavoniji, Baranji i Srijemu – Brza dijagnostika*. Dijagnostičko izvješće. Preuzeto s <https://pubdocs.worldbank.org/en/939911604875719901/1-Growth-and-Jobs-in-Slavonia-Rapid-Diagnostics.pdf>
28. Svjetska banka (2021). *Summary Diagnostics of Economic and Social Development Issues* Dijagnostičko izvješće.
29. Šuligoj, M. (2017). Warfare tourism: an opportunity for Croatia? *Economic Research - Ekonomska istraživanja*, Vol. 30, No. 1, pp. 439-452. DOI: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2017.1305800>
30. Trein, T., Meyer, I., & Maggetti, M. (2019). The integration and coordination of public policies: A systematic comparative review. *Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice*, 21(4), 332-349. DOI: <https://doi.org/10.1080/13876988.2018.1496667>
31. Vanhove, N. (2018). *Regional Policy: A European Approach*. Oxon-New York: Routledge.
32. Živić, D. (2016). Suvremena migracija kao odrednica depopulacije Istočne Hrvatske (2001.-2014.). In: Šundalić, A. et al. (Eds.), *Socio-cultural heritage and economic development. Proceedings of the scientific conference Globalisation and regional identity 2016* (pp. 52-76). Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Osijek.
33. Živić, D. (2017). Demografsko pražnjenje Istočne Hrvatske. *Političke analize*, 8 (31), 24-32. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/192429>

Ostali izvori:

1. Državni zavod za statistiku (2023). *Migracija stanovništva Republike Hrvatske u 2022*. Preuzeto s <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/stanovnistvo/migracija-stanovnistva/>
2. Vlada Republike Hrvatske (2019). *Zaključci X. sjednice Savjeta za Slavoniju, Baranju i Srijem*. Preuzeto s <https://vlada.gov.hr/vijesti/zakljucci-x-sjednice-savjeta-za-slavoniju-baranju-i-srijem/28382>

DIGITAL TRANSFORMATION IN CROATIAN MEDIUM AND LARGE COMPANIES – REASONS, CHALLENGES AND ACHIEVEMENTS

Izvorni znanstveni rad

Žarko Kruljac

M San Grupa d.d.
Buzinski prilaz 10
10010 Buzin
zarko.kruljac@msan.hr

Abstract

The purpose of this paper is to assess the level of digital transformation of medium and large companies in the Republic of Croatia, as well as the key elements that influence the process of digital business transformation. A structured questionnaire was used to examine 434 active large companies and 1,843 active medium-sized companies. The target respondents were members of the senior management: CEO (Chief Executive Officer), COO (Chief Operation Officer), and CIO (Chief Information Officer). The paper defines the key reasons for starting the process as well as the key challenges related to the digital transformation process. The operational function of information technology shows that most companies have not placed information technology at the center of their business development, which is a prerequisite for successful digital business transformation. Even though in the research, the reasons for starting the digital business transformation process outweigh the negative ones, resistance to change is still significant. Medium and large companies in the Republic of Croatia should recognize the strategic role of information technology to successfully implement the digital transformation process. At the same time, it is important to communicate the benefits of digital transformation for business properly and on time to gain the support of employees. Those responsible for implementing the digital transformation process must have clearly defined organizational and leadership skills, but knowledge of technology is a key factor in this process. With the knowledge gained in this paper, companies in the Republic of Croatia will be able to focus their resources on organizational areas that are critical to achieving the desired level of digital maturity. This will be an additional basis for further research to explain in more detail the reasons why some industries or companies are not significantly affected by the digitalization of business.

Keywords: digital transformation, digital economy, medium and large companies

DIGITALNA TRANSFORMACIJA U HRVATSKIM SREDNJIM I VELIKIM TVRTKAMA – RAZLOZI, IZAZOVI I POSTIGNUĆA

Sažetak

Svrha ovog rada je procijeniti stupanj digitalne transformacije srednjih i velikih poduzeća u Republici Hrvatskoj, kao i ključne elemente koji utječu na proces digitalne transformacije poslovanja. Strukturiranim upitnikom ispitana su 434 aktivna velika poduzeća i 1843 aktivna srednja poduzeća. Ciljani ispitanici bili su članovi višeg menadžmenta: CEO (Chief Executive Officer), COO (Chief Operation Officer) i CIO (Chief Information Officer). U radu se definiraju ključni razlozi pokretanja procesa, kao i ključni izazovi vezani uz proces digitalne transformacije. Operativna funkcija informacijske tehnologije pokazuje da većina tvrtki informacijsku tehnologiju nije stavila u središte svog poslovnog razvoja, što je preduvjet za uspješnu digitalnu transformaciju poslovanja. Iako u istraživanju razlozi za pokretanje procesa digitalne transformacije poslovanja prevladavaju nad negativnim, otpori promjenama su i dalje značajni. Srednje i velike tvrtke u Republici Hrvatskoj trebaju prepoznati stratešku ulogu informacijske tehnologije za uspješnu provedbu procesa digitalne transformacije. Pritom je važno pravilno i na vrijeme komunicirati o prednostima digitalne transformacije za poslovanje kako bi dobili podršku zaposlenika. Odgovorni za provedbu procesa digitalne transformacije moraju imati jasno definirane organizacijske i liderske vještine, no poznavanje tehnologije ključni je čimbenik u tom procesu. Sa znanjem stečenim u ovom radu, tvrtke u Republici Hrvatskoj moći će svoje resurse usmjeriti na organizacijska područja koja su ključna za postizanje željene razine digitalne zrelosti. To će biti dodatna osnova za daljnja istraživanja kako bi se detaljnije objasnili razlozi zašto neke industrije ili tvrtke nisu značajno pogođene digitalizacijom poslovanja.

Ključne riječi: digitalna transformacija, digitalna ekonomija, srednje i velike tvrtke

1. INTRODUCTION

The development of digital technologies has changed the way we relate to customers and partners, the way of sales and marketing or production. How we manage the digital transformation of the company affects not only the relationship with the competition but also the survival of the company. The con-

cept of digital business transformation implies the implementation of changes in strategy, business model, organization, processes, and corporate culture of the company using various digital technologies, all intending to increase competitiveness. Digital transformation is a step-by-step process that occurs over time in an organization. Different companies may be at different stages of digital transformation, looking for a way to adapt to the market and become more digitally mature. It is important to emphasize that the process of digital transformation does not only refer to organizational changes but also to changes in the way of thinking about all aspects of the business. The main drivers of digital transformation are new trends that bring significant changes and require companies to adapt to new requirements and conditions. The main purpose of this research is to investigate the level of digital transformation of Croatian medium and large companies and to define the key reasons and main challenges in the process of digital transformation of companies. The relevance of the research objectives stems from a series of studies that specifically addressed the process of implementing new technologies, digital business transformation, and management of business processes abroad, as well as from the insufficient understanding of the process of digital transformation in the Croatian market.

2. LITERATURE OVERVIEW

In organizational theory (Rouse 2005), enterprise transformation implies fundamental changes that significantly alter not only the organizational structure but also the company's relationships with employees, customers, suppliers, and investors. Maintaining operations and business processes is the main goal of companies operating in a competitive environment. According to Ivković et al. (2010), the essence of modern marketing and successful business is to meet the consumers' needs better than the competition. In a changing business environment, companies explore various benefits that enable them to achieve a better market position (Paavel et al., 2017). In recent years, many companies have implemented digital technologies into their operations.

Spremić (2017) explains that "digital business transformation is a consciously driven business transformation with the simultaneous strategic application of all available digital technologies in order to innovate business models". Solis and Szymanski (2016) provide a comprehensive definition of digital transformation stating that "digital business transformation is the redirection of investments into new technologies, business models and processes that will bring value to customers and employees and compete more effectively in the

ever-changing digital economy". Berghaus and Beck (2016) define digital transformation as technology-driven change at many levels in a company. Rouse (2005) explains that business transformation involves not only routine but also fundamental changes that significantly alter the company's relationships with one or more key business units such as customers, employees, suppliers, and investors. Matt et al. (2015) concluded that business transformation based on digital technologies is becoming a necessary and integral part of modern business, and the model on which the business is based is subject to change or can be completely replaced by a new model that meets the requirements of modern business. The definition of digital transformation by Berghaus and Beck (2016) introduces us to the field of organizational changes based on the use of digital technologies. The analysis of recent literature shows that most authors (Matt et al., 2005; Rouse, 2005; Kane et al., 2015; Davis et al., 2010; Bharadway et al., 2013; Wade, 2015;) address the process of digital business transformation.

The ITPro team (2020) explains the reasons why digital transformation is necessary for any company that wants to remain competitive: today's customers expect the same level of service in a professional environment as they do in a private environment; employees expect support to be more efficient; data security is a key business priority; strengthening business relationships; faster and better decision-making based on readily available information. Morris (2017) also defines acceleration of change, digital competitiveness, and customer expectations as key reasons. The changes brought about by technology are evolving extremely fast; companies must adapt to remain competitive and to meet the needs of increasingly demanding consumers. Solis and Syzmanski (2016) also analyze the key factors influencing the direction of digital transformation of companies and find that the key drivers of change are consumer behavior, the possibility of growth in new markets, new regulatory standards, and increasing competitive pressure.

Given the dominant influence of digital technologies on business, a new approach to managing business processes is required from companies. The analysis of a large number of documents dealing with this topic suggests that there are many reasons why it is necessary to carry out a digital transformation of the business and that users and their requirements are at the heart of every modern company. Therefore, customers, i.e., their ever-changing preferences and requirements, are the main cause and driver of the digital transformation initiative. This research should confirm or refute the above reasons when it comes to large and medium companies in the Republic of Croatia.

3. RESEARCH METODOLOGY

The paper consists of a theoretical and an empirical part, using adequate methods such as compilation of knowledge and conclusions, methods of analysis and synthesis, and secondary and primary data sources. The following research objectives were defined: 01. To determine the perceived level of digital maturity of medium and large companies and to indirectly determine the importance of the IT strategy for the business activities of companies in the Republic of Croatia. 02. Identify and describe the key reasons for companies to enter the process of digital business transformation. 03. Identify the main challenges that affect the process of implementing digital transformation. 04. Define the most important technologies in the process of digital business transformation. 05. Identify the optimal management skills required to lead a company in the process of digital transformation of Croatian companies.

The primary data was collected via a survey. The main instrument used for data collection was a Likert-scale questionnaire with five intensity levels and a series of close-ended questions. The research consisted of two phases. The first phase of the research involved a pilot study in which the comprehensibility of the survey questions was tested on a smaller number of respondents and ambiguities were clarified and corrected. The second phase of the research refers to the main research using the questionnaire, i.e., the processing and verification of data collected via surveys. The population and sample size were determined in advance to reach the objectives of the research.

According to the Accounting Act of 2019, companies are classified into micro, small, medium, and large based on the following indicators: amount of total assets, amount of income, and average number of employees during the fiscal year. Medium and large companies were identified as the basic units for the research process in accordance with the Accounting Act.

Although large and medium-sized companies are generally considered slower and less flexible in terms of identifying and exploiting profitable opportunities in the environment, innovative and proactive behavior in the field of digital technology is essential not only for small companies but also for medium and large companies. Based on the register of companies maintained by the Croatian Chamber of Commerce, a list of medium and large companies was made. The register already contains a breakdown of companies registered with the Commercial Court according to the company size criteria described earlier. The target respondents are people in companies who have access to information about the characteristics of the projects. These are mainly members of top management and project managers. Given the target respondents, it is assumed that the response rate is as expected in similar studies. For example, Andersén (2016) studied the relationship between orga-

nizational resource availability and organizational performance and obtained a response rate of 16% when studying medium and large companies. Based on the Croatian Chamber of Commerce register, there are 434 large active trading companies in the Republic of Croatia and 1,843 medium active trading companies. Before the distribution of the questionnaire, an e-mail was sent to each respondent to inform them of their participation in the research and the imminent receipt of the questionnaire. In order to achieve the minimum target number of completed questionnaires, all respondents were sent reminders 15 and 30 days after the initial distribution of the questionnaire and were asked to complete it.

The target respondents were members of the senior management: CEO (Chief Executive Officer), COO (Chief Operation Officer), and CIO (Chief Information Officer). Participation in the survey was voluntary, and all participants were guaranteed confidentiality and anonymity of participation. 84 medium-sized companies and 63 large companies participated in the survey, with a return rate of 4.6% for medium-sized companies and 14.6% for large companies.

After collecting the responses, the second part of the research involved the preparation and analysis of the collected data. The data were processed using the statistical programs Statistica and Stata.

4. CHARACTERISTICS OF THE RESEARCH SAMPLE

Respondents

The demographic characteristics of the respondents were measured using the following constructs: Gender, Age, Education, Job title, Number of years of service, and Number of years of service at current position.

Gender refers to male and female respondents. Age is represented by five age groups: up to 30 years; 31 – 40 years; 41 – 50 years; 51 – 60 years; more than 61 years. The Education implies four possible levels of education: secondary education, college – higher education or professional studies, college – completed graduate studies, master’s degree or doctorate. Job title is presented as a text variable. Numeric variables refer to the following two constructs: Number of years of service and Number of years of service in the current position.

Table 1 shows the gender of the respondents. Most respondents are male (76.19%), while less than a quarter are female (23.81%).

Table 1 Gender of respondents

Gender of respondents	Number of companies	Structure %	Cumulative %
Male	112	76.19	76.19
Female	35	23.81	100.00
Total	147	100.00	

Source: Author, June 2021

Table 2 shows the age of the respondents. Half of the respondents are between 41 and 50 years old (49.66%), while one third are between 31 and 40 years old (28.57%). A single respondent is younger than 30 (0.68%) and few are older than 61 (3.40%).

Table 2 Age of respondents

Age of respondents	Number of companies	Structure %	Cumulative %
Up to 30 years	1	0.68	0.68
31 – 40 years	42	28.57	29.25
41 – 50 years	73	49.66	78.91
51 – 60 years	26	17.69	96.6
More than 61 years	5	3.40	100
Total	147	100.00	

Source: Author, June 2021

Table 3 shows the education level of the respondents. Two-thirds of respondents have completed graduate studies (66.67%). One-fifth of respondents have a master's degree or a doctorate (21.77%), while about the same percentage of respondents have completed high school (6.12%) or professional studies (5.44%).

Table 3 Education of respondents from the sample

Education level	Number of companies	Structure %	Cumulative %
Secondary school	9	6.12	6.12
Higher education or professional studies	8	5.44	11.56
University degree or graduate study	98	66.67	78.23
Master's degree or doctorate	32	21.77	100
Total	147	100.00	

Source: Author, June 2021

Table 4 shows the job titles of the respondents. About half of the respondents are CEOs (56.46%), while a quarter are CFOs (23.18%). The fewest respondents are CIOs (6.12%).

Table 4 Workplace of respondents

Job title	Number of companies	Structure %	Cumulative %
CEO	83	56.46	56.46
CIO	9	6.12	62.59
Board member	20	13.61	76.19
Line manager	35	23.81	100.00
Total	147	100.00	

Source: Author, June 2021

Table 5 shows the total length of service of the respondents. Most respondents have worked for more than 20 years (54.42%), or between 10 and 20 years (40.14%). Only one respondent has less than six years of experience (0.68%).

Table 5 Total work experience of the respondents

Work experience of respondents	Number of companies	Structure %	Cumulative %
2 – 5 years	1	0.68	0.68
6 – 10 years	7	4.76	5.44
10 – 20 years	59	40.14	45.58
More than 20 years	80	54.42	100
Total	147	100.00	

Source: Author, June 2021

Table 6 shows the total length of service of respondents in their current position. Slightly less than half of respondents have been in the same position for two to five years (41.5%). About equal number of respondents have been in the same position for six to ten years (22.45%) from ten to twenty years (21.77%). The fewest number of respondents have been in their current position for one year (5.44%).

Table 6 Total work experience of respondents in their current position

	Number of companies	Structure %	Cumulative %
1 year	8	5.44	5.44
2 – 5 years	61	41.5	46.94
6 – 10 years	33	22.45	69.39
10 – 20 years	32	21.77	91.16
More than 20 years	13	8.84	100
Total	147	100.00	

Source: Author, June 2021

The data from the tables in the analysis show that the majority of respondents are men who completed graduate studies, work as CEOs, are between 41 and 50 years old and most have more than 20 years of professional experience.

Companies

The characteristics of the company were measured by using the following constructs: Number of employees, Business sector, Origin of company ownership, Group affiliation, and Market in which the company mainly operates. Origin of company ownership refers to the following types of ownership: domestic – mostly private; domestic – mostly state; domestic – mixed private and state; Foreign private ownership. Group affiliation implies that the company is independent or it is a subsidiary of a multinational company. Market in which the company mainly operates refers to: local/national market within the Republic of Croatia; national market of the Republic of Croatia; European Union, EFTA or EU candidate countries; other markets.

Table 7 shows the number of employees in the sample. Slightly less than half of the companies have more than 250 employees (44.90%). About the same number of companies have from 51 to 100 employees (23.81%), and 100 to 250 employees (26.53%). The smallest companies (4.76%) have 10 to 50 employees.

Table 7 Number of employees in the company

Number of employees	Number of companies	Structure %	Cumulative %
11 – 50 employees	7	4.76	4.76
51 – 100 employees	35	23.81	28.57
100 – 250 employees	39	26.53	55.10
More than 250 employees	66	44.90	100.00
Total	147	100.00	

Source: Author, June 2021

Table 8 shows the size of the companies based on the number of employees. Slightly more than half of the companies are medium-sized companies with up to 250 employees (57.14%). A smaller number of companies are large companies with more than 250 employees (42.86%).

Table 8 Size of the companies regarding the number of employees

Number of employees	Number of companies	Structure %	Cumulative %
Medium-size companies (up to 250 employees)	84	57.14	57.14
Large companies (over 250 employees)	63	42.86	100.00
Total	147	100.00	

Source: Author, June 2021

Table 9 shows the business sectors of the companies. Most of the companies belong to the tertiary (46.26%) and secondary (38.78%) sectors. Less than 10% of the companies belong to the primary (5.44%) and quaternary (9.52%) sectors.

Table 9 Business sectors of the companies

Business sector	Number of companies	Structure %	Cumulative %
Primary	8	5.44	5.44
Secondary	57	38.78	44.22
Tertiary	68	46.26	90.48
Quaternary	14	9.52	100.00
Total	147	100.00	

Source: Author, June 2021

Table 10 shows the ownership of the companies that participated in the research. Half of the companies are domestically-predominantly privately owned (55.78%). About one-third of the companies are foreign privately owned (29.93%). The smallest number of companies are domestic mixed private and state-owned (5.44%) and domestic predominantly state-owned (8.84%).

Table 10 Ownership of the companies

Origin of ownership	Number of companies	Structure %	Cumulative %
Domestic – mixed private and state	8	5.44	5.44
Domestic – mostly state	13	8.84	14.29
Domestic – mostly private	82	55.78	70.07
Foreign private property	44	29.93	100.00
Total	147	100.00	

Source: Author, June 2021

Table 11 shows the market in which the company mainly operates. Almost half of the companies do business with the European Union (EU), EFTA, or candidate countries for EU membership (47.62%). A quarter of the companies do business in the national market (25.85%). The smallest number of companies do business with other countries (7.48%).

Table 11 Market in which the companies predominantly operate

Market	Number of companies	Structure %	Cumulative %
Local market	28	19.05	19.05
National market	38	25.85	44.90
European Union (EU), EFTA, or candidate countries for EU membership	70	47.62	92.52
Other countries	11	7.48	100.00
Total	147	100.00	

Source: Author, June 2021

Table 12 shows the affiliation of the company to the group. Most companies are independent (73.47%). Approximately a quarter of the companies are subsidiaries of a multinational organization (26.53%).

Table 12 Group affiliation of the company

Group affiliation of the company	Number of companies	Structure %	Cumulative %
The company is independent	108	73.47	73.47
The company is a subsidiary of a multinational organization	39	26.53	100.00
Total	147	100.00	

Source: Author, June 2021

Data from show that most medium-sized companies have up to 250 employees, operate in the tertiary sector, are independent, and are in predominantly domestic private ownership.

5. RESULTS AND DISCUSSION

Digital transformation is a step-by-step process that takes place in a company over time. Different companies may be at different stages of digital transformation and are looking for a way to adapt to the market situation and become more digitally mature. In the literature, the terms “digital readiness” (Accenture, 2016) and “digital transformation index” (Neuland, 2015) are also used for the concept of digital maturity. Achieving digital maturity must be a combination of strategic consumer and market thinking, analysis of the opportunities offered by digital technologies, and motivated employees willing to learn and fully implement new technologies.

Table 13 shows the most important reasons for starting the digital transformation process (by selecting the top three reasons). The majority of respondents believe that digital transformation is an opportunity to take the business to a higher, more profitable level (72.79%). Pritchard and Armistead (1999) showed that 97% of observed European companies believe that business process management is important to the organization, but that only 73% are in the early stages of process management development. This can be confirmed by the data of this study.

It was found that approximately half of the respondents believe that the company’s business culture is constantly changing and adapting (57.14%) and that technology has evolved, while they are working with old technology (43.54%). Respondents understand the need for change, but companies have

not yet begun the transformation process. Few respondents (19.05%) believe that their competitors have experienced a digital transformation of the business and are achieving better business results and that they want to enter other markets that are more digitally developed.

Table 13 The most important reasons for starting the digital transformation process (selection of the top three reasons)

The most important reasons for starting the digital transformation process	Number of companies	Share in the sample %
Digital transformation is an opportunity to take the business to a higher, more profitable level	107	72.79
Our company's business culture is to constantly change and adapt	84	57.14
Technology has evolved and we are still working with old technology	64	43.54
Our managers have a vision of better business in the new circumstances	56	38.10
Our consumers (customers) have transferred to new distribution channels and we need to monitor them	51	34.69
We have tested some new technologies and recognized the opportunities they offer us	30	20.41
Our competitors have made a digital business transformation and are achieving better business results	28	19.05
We want to enter other markets that are more digitally developed	28	19.05
Our suppliers are forcing us to adapt to them technologically	20	13.61

Source: Author, June 2021

Table 14 shows the challenges related to the successful implementation of the digital transformation process (selection of the top three challenges). Slightly less than half of the respondents believe that the following challenges are related to the successful implementation of digital transformation: resistance to change (46.94%), inertia of the company (44.90%), and lack of competencies (43.54%).

It is not uncommon that resistance to change is the first barrier to any business development. However, it must be clearly understood why the resistance exists. Is the resistance to change related to employees or management? About one-third of respondents believe that lack of time and high implementation costs are critical challenges to successfully implementing digital transformation (31.97%). This may be an indication that those who make the decision to initiate the digital transformation process are hesitant. In conclusion, resistance to change does not necessarily mean resistance from employees who do not understand the changes. If resistance to change is high on the list, other indicators should be used to further explain the resistance. Less than ten percent of respondents pointed to two challenges related to the successful implementation of the digital transformation process: our partners are not “digital” (8.16%) and there is low potential in the industry (5.44%).

Table 14 Challenges related to the successful implementation of the digital transformation process (selection of the top three challenges)

	Number of companies	Share in the sample %
Resistance to change	69	46.94
The inertia of the organization	66	44.90
Lack of competencies	64	43.54
Ignorance of new technologies	61	41.50
Lack of vision and strategy	60	40.82
Lack of time	47	31.97
High implementation costs	47	31.97
Corporate culture	37	25.17
Our partners are not “digital”	12	8.16
The potential in the industry is low	8	5.44

Source: Author, June 2021

Table 15 shows the activities that the digital transformation executing agency should undertake for the digital transformation to be successful (selection of three activities). Most respondents emphasize the following activities: develop and communicate a clear digital vision (83.67%) and be able to transla-

te the digital vision into a sustainable plan (88.44%). Digital business transformation is a long-term process that requires the involvement of all company departments in defining and implementing changes that will lead to the end goal.

However, the end goal must be defined and clearly communicated. In this sense, the person responsible for digital transformation must define the vision of the company's future and be able to implement the expected changes. It is about much more than the regular operational management of the company. About half of the respondents identified the following activities that the person responsible for digital transformation should undertake to enable a successful digital transformation: employ the right talent for the company's digital business transformation (46.94%) and allocate adequate resources (55.10%). Fewer respondents emphasized the following activities: foster a collaborative culture (18.37%) and foster a data-driven culture (16.33%).

Table 15 Activities that the person responsible for digital transformation should do to enable successful digital transformation (selection of three activities)

Key activities	Number of companies	Share in the sample %
Develop and communicate a clear digital vision	123	83.67
Be able to convert a digital vision into a viable plan	130	88.44
Employ the right talent to drive the company's digital business transformation	69	46.94
Foster a culture of cooperation	27	18.37
Foster a data-focused culture	24	16.33
Foster a culture of experimentation	14	9.52
Allocate adequate resources	81	55.10

Source: Author, June 2021

Table 16 shows the three most important skills for implementing digital transformation. The majority of respondents highlighted their knowledge of technology (80.27%). About half of the respondents cited strategic planning (47.62%) and leadership (55.78%) as skills needed to implement digital transformation. A quarter of respondents emphasized the following skills: adequate education (23.13%), age and work experience (27.21%) and creativity (26.53%).

Table 16 Three most important skills for implementing digital transformation

The most important skills	Number of companies	Share in the sample %
Adequate education	34	23.13
Years and work experience	40	27.21
Strategic planning	70	47.62
Knowledge of technology	118	80.27
Leadership skills	82	55.78
Organization skills	91	61.90
Creativity	39	26.53

Source: Author, June 2021

Table 17 shows the three most important technologies for implementing digital transformation in the coming period. The majority of respondents cite business in the cloud (60.54%), while one-third of respondents identify the following technologies as important for implementing digital transformation in the coming period: social networks (34.01%), Internet of Things (36.05%) and artificial intelligence (32.65%). The fewest respondents cite blockchain as an important technology (14.97%).

Table 17 The three most important technologies for implementing digital transformation in the coming period

The most important technologies	Number of companies	Share in the sample %
Cloud computing	89	60.54
Blockchain	22	14.97
Sensor technologies	59	40.14
Robotics	66	44.90
Social networks	50	34.01
IoT – Internet of Things	53	36.05
Big data	44	29.93
Artificial intelligence	48	32.65
Data science	35	23.81

Source: Author, June 2021

Table 18 shows the estimated level of digital transformation of the companies in the sample. Slightly less than half of the respondents believe that the role of IT has an operational function in their company. The IT system has a major impact on business processes and enables significant savings but does not provide a significant competitive advantage (46.94%). One-third of respondents believe that the role and work of IT is strategically important for their company, and that they base their business strategy on new technologies and build a future business model (34.69%). Previous research has shown that the role of IT is strategic in a digitally transformed company. This means that the opportunities offered by digital technologies are the foundation for the entire business. The business is organized around technology; its advanced features are used in place of the technology that supports the normal way of working. According to the respondents, it can be concluded that 34.69% of medium and large companies in the Republic of Croatia are digitally transformed.

Table 18 Estimated level of digital maturity of the observed companies

Estimated level of digital transformation	Number of companies	Structure %
The role of IT is strategically important for our company. We base our business strategy on new technologies and build the future business model.	51	34.69
The role of IT has an operational function in our company. The IT system has a major impact on business processes and enables us significant savings but does not provide us with significant competitive advantages.	69	46.94
The role of IT is purely supportive. It serves to make business processes run faster than manual work, but it does not enable us to make major financial savings.	27	18.37
Total	147	

Source: Author, June 2021

6. CONCLUSION

The main objectives of the document were to identify the perceived level of digital transformation of medium and large companies in the Republic of Croatia; to define the key factors that management needs to develop to achieve optimal digital maturity; to identify, recognize, and describe the key reasons for the company's entry into the process of digital business transformation as well as major obstacles in this process. The paper also aimed to identify the management skills required to lead a company in the process of digital business transformation. The main objectives were achieved through a questionnaire in which representatives of 147 medium and large companies in the Republic of Croatia participated. In the peak phase of digital business transformation, IT technology plays a strategic role, and it is the foundation for the future business. According to this study, in the Republic of Croatia, most companies (46.94%) use IT as an operational function and have a significant impact on business processes, but they are not used as a competitive advantage. Taking into account the 18.37% of responses that the role of IT is exclusively supportive, it can be concluded that the level of digital transformation of medium and large companies in the Republic of Croatia is still at a low or medium level.

The reasons cited by respondents as crucial to entering the digital transformation process are development-related: the opportunity to increase profitability (72.79%) and the impact of business culture (57.14%). Recognizing the opportunities that digital transformation offers for future development and business continuity, companies are developing a proactive organizational culture of continuous change and adaptation, which is at the core of effective business transformation. At the same time, there is a need to take care of consumers and new technologies (only 34.69% of respondents report that consumers have transferred to new technologies and that they need to be monitored; only 20.41% of respondents report that they tested new technologies and recognized the opportunities they present). The limiting factor in this question is that respondents had to select three statements, so the answers mostly focused on the potential profitability of the digitally transformed company. However, the company's goal is to satisfy consumer needs through the effective use of digital technologies and thereby achieve the expected level of profitability. Therefore, companies need to listen to the needs of consumers and business partners and experiment more with new technologies and their strategic contributions to the company's future business operations.

The major challenges are resistance to change (46.94%), slow organizations (44.90%), and lack of competencies (43.54%). These challenges correspond to the fact that companies have a defined strategy but communicate poorly with employees, so these percentages confirm this conclusion. Resistance to change is always particularly high when the idea is not clearly explained to all stakeholders. The inertia of the organization and lack of competencies are also related to unfamiliarity with technology (41.50% of respondents stated that unfamiliarity with new technologies is one of the major challenges to the successful implementation of digital transformation). Therefore, companies are recommended to think about defining key people for digital transformation, who, according to the respondents, must understand the technology (80.27%) and have organizational (61.90%) and leadership skills (55.78%). Such a person does not necessarily have to be the greatest expert in the company in terms of knowledge of new technologies. What is critical is that he or she has the authority to initiate and sustain the process and select a team capable of identifying new opportunities. According to the respondents, such a person must be able to turn the digital vision into a sustainable plan (88.44%), develop and communicate a clear digital vision (83.67%), and allocate adequate resources (55.10%).

The analysis of the implementation (clear communication of strategy and goals) based on the responses suggests that there is significant room for improvement in the operational implementation of the digital transformation

process in Croatian medium-sized and large companies. Although the process of digital transformation in medium-sized and large companies in the Republic of Croatia is at a low or medium level, the survey responses show that a significant number of companies are intensively discussing the vision and process of digital transformation. Through this preparation, companies have better understood the process, technology, and resources required. Nevertheless, there are certain business or subjective reasons why this process is not being pursued more intensively. These may be established business practices, an underdeveloped market, a lack of resources, or simply a lack of time.

REFERENCES

1. Accenture (2016). *Industry Agenda, Digital Transformation of Industries: Demystifying Digital and Securing \$100 Trillion for Society and Industry by 2025*. World Economic Forum. <http://reports.weforum.org/digital-transformation/wp-content/blogs.dir/94/mp/files/pages/files/wef1601-digitaltransformation-1401.pdf>
2. Andersén, J. & Samuelsson, J. (2016). Resource organization and firm performance: How entrepreneurial orientation and management accounting influence the profitability of growing and non-growing SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22 (4), 466-484. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-11-2015-0250>
3. Berghaus, S. & Back A. (2016). Stages in digital business Transformation: Results of an Empirical Maturity Study. In *Proceedings of The Mediterranean Conference on Information Systems (MCIS)*.
4. Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A. & Venkatramen, N. (2013). Digital Business strategy: Towards a Next Generation of Insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471-482.
5. Davis, E. B., Kee, J. & Newcomer, K. (2010). Strategic Transformation Process: Toward purpose, people, process and power. *Organization Management Journal*, 7(1), 66-80.
6. Ivković, M., Milanov, D. & Markoski, B. (2010). Organizational Readiness for CRM software implementation. *e-Society Journal: Research and Applications*, 1(1), 31-64.
7. ITPro team (2020). *Five reasons why digital transformation is essential for business growth*. <https://www.itpro.co.uk/strategy/29899/three-reasons-why-digital-transformation-is-essential-for-business-growth>

8. Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D. & Buckley, N. (2015). Strategy, not technology, drives digital transformation. *MITSloan Management Review and Deloitte University Press*, 14, 1-25.
9. Matt, C., Hess, T. & Benlian, A. (2015). *Digital Transformation Strategies. Business and Information System Engineering*, 57(5), 339-343.
10. Morris, S. (2017). *Three Reasons Why Digital Transformation is Important*. <https://www.siriuscom.com/2017/06/three-reasons-digital-transformation-important/>
11. Neuland (2015). *Digital Transformation Report 2015*. http://www.neuland.digital/neuland/wpcontent/uploads/2016/01/DTA_Report_2015.pdf
12. Pritchard, J. P. & Armistead, C. (1999). Business process management – lessons from European business. *Business Process Management Journal*, 5 (1), 10-35.
13. Paavel, M., Karjust, K., & Majak, J. (2017). PLM Maturity model development and implementation in SME. *Procedia CIRP*, 63, 651-657.
14. Rouse, W. B. (2005). A theory of enterprise transformation. *Systems Engineering*, 8(4), 279-295.
15. Spremic, M. (2017). Governing Digital Technology – how Mature IT Governance can help in Digital Transformation. *International Journal of Economics and Management Systems*, 2, 214-223.
16. Solis, B. & Szymanski, J. (2016). *The 2016 State of Digital Transformation*. Altimeter Group.
17. Wade, M. (2015). *Digital Business Transformation: A Conceptual Framework*. GlobalCenterforDigitalBusinessTransformation:AnIMDandCiscoinitiative. <https://www.imd.org/contentassets/d0a4d992d38a41ff85de509156475caa/framework>

NIŠNI MARKETING I DRUŠTVENE MREŽE – KAKO STRATEŠKI KOMUNICIRAJU HRVATSKI BRENDovi BEZALKOHOLNIH PIĆA

Prethodno priopćenje

Tomislav Kučina

Hrvatsko katoličko sveučilište
Ilica 242
10000 Zagreb
tkucina@unicath.hr

Lucija Mihaljević

Hrvatsko katoličko sveučilište
Ilica 242
10000 Zagreb
lucija.mihaljevic@unicath.hr

Krešimir Dabo

Institut za istraživanje migracija
Trg Stjepana Radića 3
10000 Zagreb
kresimir.dabo@imin.hr

Sažetak¹⁴¹

Marketinško komuniciranje na društvenim mrežama svakodnevna je pojava, a upravo su društvene mreže postale mjesto na kojem robne marke mogu direktno komunicirati s korisnicima predstavljajući svoju brand kulturu. Robne marke, dakako, sukladno svojim poslovnim ciljevima biraju s kime komunicirati, kome uputiti svoju komunikaciju – prema općoj populaciji, prema određenoj široj ciljanoj skupini ili pak prema određenoj društvenoj niši. Cilj je ovoga rada istražiti prakse i vrijednost nišnog komuniciranja na društvenim mrežama, na primjeru strateških komunikacija domaćih brendova bezalkoholnih pića. Za to je korištena kvalitativna metodologija na uzorku od tri ispitanika od kojih svaki radi u marketinškom odjelu različite robne marke bezalkoholnih gaziranih pića. Istraživanje je pokazalo da robne marke nišno

¹⁴¹ Rad je nastao u sklopu istraživanja za diplomski rad studenta Tomislava Kučine na sveučilišnom diplomskom studiju Komunikologije na Hrvatskom katoličkom sveučilištu u Zagrebu koji je obranjen 12. srpnja 2023.

komuniciranje na društvenim mrežama koriste primarno kako bi komunicirali s mlađim ciljanim skupinama, kako bi ostvarili dublje i značajne odnose s korisnicima te kako bi dosegli nove ciljane skupine. Međutim, uočen je i reciprocitet procesa komunikacije na društvenim mrežama koji se očituje u tome što nišni marketing također pomaže u izgradnji imidža robne marke te u oblikovanju budućih marketinških aktivnosti na temelju reakcija publike.

Ključne riječi: društvene mreže, nišni marketing, bezalkoholna gazirana pića, upravljanje društvenim mrežama

NICHE MARKETING AND SOCIAL MEDIA – HOW CROATIAN SOFT DRINK BRANDS COMMUNICATE STRATEGICALLY

Abstract

Marketing communication on social networks is an everyday phenomenon, and social networks have become a place where brands can communicate with and present themselves directly to users. Naturally, brands choose who to communicate with and target their communications according to their business goals - the general population, a specific broader audience, or a particular social niche. The aim of this paper is to investigate the practices and value of niche communication on social networks, using the example of strategic communication of domestic soft drink brands. For this, a qualitative methodology was applied to a sample of three respondents, each of whom works in the marketing department of a different brand of non-alcoholic carbonated drinks. The research showed that brands use niche communication on social networks primarily to communicate with younger target groups, to build deeper and more meaningful relationships with users, and to reach new target groups. However, the reciprocity of the communication process on social networks has also been observed, as evidenced by the fact that niche marketing also helps build brand image and shape future marketing activities based on audience responses or reactions.

Keywords: social networks, niche marketing, soft drinks, social network management

1. UVOD

Društvene mreže promijenile su svijet marketinških komunikacija. Točan početak ove komunikacijske revolucije nije poznat, ali moglo bi se reći da je osnivanje Facebooka, tada stranice Thefacebook.com, 2004. godine jedan od ključnih trenutaka. Prvo namijenjena samo studentima, a onda i svima ostalima koji imaju pristup internetu, ova društvena mreža omogućila je laku komunikaciju fotografijama, videozapisima, zvukom i tekстом među pojedincima i grupama ljudi gdje god se oni nalazili. Uskoro su se u ovoj kategoriji kanala razvile i druge mreže poput Twittera i Instagrama koje su s Facebookom rasle iz godine u godinu (The Payment Association, 2022). Okupljanje velikog broja

korisnika prirodno je potaknulo i dolazak onih koji su dotad bili prisutni na televiziji, radiju i tisku – marketinških oglasa. Međutim, značajna novost koje su donijeli internetski kanali oglašavanja, naspram tradicionalnih kanala, sastojala se u tome što su sada zakupci novog, digitalnog oglasnog prostora, robne marke, mogle prikupljati podatke o korisnicima i preciznije mjeriti uspješnost komunikacije. To se dogodilo zahvaljujući mogućnostima digitalnog koda, koji je radi svoje arhitekture omogućio personalizaciju komunikacije koja se istovremeno odvija u velikoj sumi razmjene podataka. Za ovaj rad ono bitno jest da se s mogućnošću direktnije komunikacije s publikom i pojedincima, stvorila i mogućnosti komunikacije sa specifičnim društvenim nišama na razini koja dotad nije bila moguća. Upravo specijalizacija robnih marki i komuniciranje prema nižim društvenim skupinama koje su društvene mreže omogućile i potaknule inspiracija su iza ovog rada. Svjetski trend koji je započela robna marka bezalkoholnih gaziranih pića vidljiv je i u lokalnom kontekstu u identičnoj kategoriji proizvoda. Prema Kotleru, Kelleru i Chernevu (2021:29) dobre marketinške komunikacije rezultat su pažljivog planiranja i egzekucije korištenjem najnovijih alata i tehnika te, uzimajući u obzir da praktičari marketinga i odnosa s javnošću djeluju u skladu s tom tvrdnjom, istraživanje ovog fenomena u kontekstu regionalnih robnih marki predstavlja glavni motiv za istraživanje koje je predstavljeno u ovom radu.

Opći cilj istraživanja jest objasniti i istražiti prakse nižnog komuniciranja na društvenim mrežama na primjeru strateških komunikacija domaćih brendova bezalkoholnih gaziranih pića. Kako bi se stekao što dublji uvid u razloge i načine korištenja nižnog komuniciranja u kontekstu društvenih mreža, istraživanje je konceptualno sistematizirano kao analiza studija slučaja triju odabranih robnih marki. S obzirom na to da se nišni marketing može primijeniti na svaku robnu marku, rad se fokusira na jednu kategoriju robe široke potrošnje te je svrha rada i istraživanja empirijska analiza teme u lokalnom kontekstu. Zato se za potrebe ovoga rada provelo kvalitativno eksplorativno istraživanje koje može poslužiti kao osnova za daljnje istraživanje područja.

2. NIŠNI MARKETING I NJEGOVE OSOBITOSTI

O nišnom marketingu praktičari i teoretičari marketinga i odnosa s javnošću intenzivnije pišu još od osamdesetih godina prošlog stoljeća (Dalgic, Leeuw: 1994), kada je postalo očigledno da tržište koje se nekada smatralo jednim, masovnim i homogenim, postaje sve diverzificiranije te se sastoji od brojnih podskupina, niša. Danas, u digitalno doba, kada se potrošači unutar jednog tržišnog segmenta mogu puno lakše međusobno povezati nego ranije i

kada je pristup potrošačima dostupniji nego ikada, nišni marketing doživljava ponovni uzlet (Zarella, 2009; Dalgic, Leeuw: 1994).

Nišni marketing, pristup dosezanja različitih manjih ciljanih skupina, a osim navedenog naziva, može se pronaći i pod pojmovima: fokusirani marketing, koncentrirani marketing, *target marketing* i *mikromarketing* (Dalgic, Leeuw, 1994: 40). Unatoč popularnosti ovog koncepta među znanstvenicima i praktičarima koji ga prihvaćaju kao važan alat, ne postoji široko prihvaćena teorijska osnova za nišni marketing te operacionalizacija i pristupi ovom tipu marketinga variraju. No primijenjene definicije često se baziraju na teoriji koju su donijeli Dalgic i Leeuw (prema Toften, Hammervoll, 2013: 272). Jedna od neformalnih definicija nišu u kontekstu internetskog marketinga definira kao kutak interneta koji ima dobro uspostavljenu publiku i kulturu (De Anda, 2022). U skladu s time, definicija nišnog oglašivača, onoga koji koristi nišni marketing za oglašavanje, glasi: „Tvrtka koja opslužuje podskup kupaca s ponudom isključivo prilagođenom njihovim potrebama.“ (Kotler, Keller, Chernev, 2022: 579). Isto tako, segmentacija je proces identificiranja grupa potrošača koje se razlikuju prema svojim potrebama i željama, dok se pozicioniranje odnosi na utvrđivanje i komuniciranje relevantnih prednosti proizvoda ili usluge potrošačima (Kotler, Keller, Chernev, 2022: 146). Mileva (2022) nišni marketing definira kao strategiju koja uključuje targetiranje specifičnih grupa ljudi umjesto opće populacije te koja omogućuje organizacijama da budu fokusiranije i direktnije u svojem pristupu. Nišne ciljane skupine mogu biti definirane na različite načine koji variraju od visoko specijaliziranih do onih malo općenitijih: „Na primjer, možete definirati tržišnu nišu unutar modne industrije, kao što je segment modnih kupaca koji vole minimalističke ili monokromatske stilove ili poslovnih potrošača mode koji cijene udobnost iznad svega. [...] Marketinška niša nije vikanje: ‘Pozdrav svima! Imam sjajan novi proizvod za vas!’ na prepunoj ulici, već: ‘Hej, fashionistice! Za vas danas imamo najnovije vruće gotičke jakne!’ Jedan je nejasan i ne obraća se nikome posebno; druga je puno više ciljana i ima specifičan proizvod.“ (Mileva, 2022).

Značaj marketinga ovoga tipa upravo su veze s potrošačima, odnosno ciljanom publikom, koje su ključne budući da se nišni marketing obraća puno užim ciljanim skupinama od ostalih tipova marketinga. Prema istraživanju Kantara (2022) 52 % potrošača vjeruje robnim markama čiji oglasi odražavaju kulturu samog potrošača, dok bi 40 % potrošača prestalo koristiti brendove koji ne promoviraju uključivost i raznolikost, što pokazuje značajnost veze između robne marke i samog potrošača. Kako bi se te veze uopće stvorile, potrebno je prakticirati marketing odnosa da bi nišni marketing bio djelotvoran (prema: Dalgic, Leeuw, 1994: 43). Dorotić (2005: 14) naglašava da marketing odnosa ima dvojako značenje te se može odnositi na vrlo usko funkcionalno područje marketinga poznato kao marketing upravljanja i korištenja podataka te na ono

značenje u kojem se koristi kada se povezuje s nišnim marketingom vezano uz zadržavanje kupaca i izgradnju vrijednosti. Osim marketinga odnosa, koncept koji se veže uz nišni marketing je i upravljanje reputacijom jer nišni marketing ne oglašava isključivo proizvod ili uslugu, već cijelu robnu marku.

Neki autori tvrde da niše ne moraju nužno biti male u svom obujmu, već da moraju biti uske tematski. Kao primjer navodi se robna marka Johnson&Johnson koja posluje na nekoliko nišnih tržišta koja obujmom nisu mala, ali su vrlo specijalizirana (Toften, Hammervoll, 2013: 278). Toften i Hammervoll (2013: 281) o razlikama između segmenta i niše zaključuju sljedeće: „Segment i niša su pojmovi koji se snažno preklapaju, iako se mogu uočiti neke nijanse u percepciji, posebno u pogledu veličine tržišta i tvrtki, broja aktera, stupnja specijalizacije i upotrebe marketinga odnosa. Osim toga, segment i niša se identificiraju drugačije kao i, u određenoj mjeri, njihovi procesi širenja.“

U skladu s praktičnom namjenom nišnog marketinga i idejom iza ovog strateškog smjera, mnogi teoretičari uz proučavanje i teoriju prilažu i savjete o prakticiranju nišnog marketinga, bilo za robne marke ili za pojedince koji oglašavaju svoje usluge. Mileva (2022) kao prednosti prakticiranja nišnog marketinga navodi isplativost, lojalnost prema robnoj marki i manjak konkurencije, dok pod nedostatke ubraja veličinu potražnje, utjecaj konkurenata i ograničenost prilika za rast. Kako bi se prednosti istaknule, a nedostaci minimalizirali ili izbjegnuli, donosi pet koraka za započinjanje s nišnim marketingom: (1) poznavanje vlastitog proizvoda te konkurencije, (2) definiranje ciljane skupine, (3) zadovoljavanje ciljane skupine na društvenim mrežama aktivnošću, jezikom i estetikom, (4) oslušivanje želja, potreba i razmišljanja niše, (5) kreiranje identiteta i imidža robne marke u skladu s potrebama i temama vezanim uz nišu. Kallenbach pak (2011: 25) daje prednost specijalistima profesionalcima u prodaji nad generalistima. Prema njegovoj teoriji: „Nišni marketing zahtijeva specijalizaciju i koncentrirani napor da se razumije određeno tržište ili proizvod. Stoga je bitno da proizvođači

odaberu nišu koja je u skladu s njihovim vlastitim ciljevima i interesima.“ (Kallenbach, 2011: 26). Na temelju ovoga donosi pet ključnih koraka za uspješno dosezanje izabrane niše: (1) izučavanje niše, (2) organiziranje resursa za potrebe niše, (3) diferenciranje od konkurencije, (4) prenošenje marketinške poruke osmišljene za tu nišu, (5) identificiranje mjesta komunikacije. Oni koji izaberu nišni marketing kao svoj alat trebali bi se specijalizirati za onu nišu s kojom komuniciraju, što podrazumijeva visoko kvalitetnu uslugu ili proizvod za tu nišu te razvoj tijekom vremena. Drugim riječima, strategija djelovanja trebala bi kombinirati *customer-centric* (usmjeren na potrošača) i *brand-centric* (usmjeren na robnu marku) pristupe kako bi razumijevanje percepcija, potreba i želja potrošača mogla iskoristiti za stvaranje proizvoda i/ili usluga koje

im odgovaraju. Upravo ovaj dio nišnog marketinga usko je povezan s marketingom odnosa koji organizacijama omogućuje dinamičan odnos s potrošačima te koji zahtijeva njegovanje dugoročnih odnosa za razvoj same organizacije (Toften, Hammervoll, 2013: 277). Kotler, Kartajaya i Seiawan (2017: 12) kažu da robne marke potrošače više ne bi trebali promatrati kao puke ciljane skupine, već kao vlastite prijatelje kojima oni trebaju pokazati svoj autentični karakter te biti iskreni o svojoj stvarnoj vrijednosti. Riječ je zapravo o uvažavanju antropološke paradigme dominantnog kulturološkog utjecaja na ponašanje potrošača u kojoj ekonomizacija ne predstavlja ključnu kategoriju odabira (Miller, Jackson, Thrift, Holbrook, Rowlands, 1998). Upravo razgovor s publikom, odnosno dvosmjerna komunikacija, zajednička je značajka nišnog i digitalnog marketinga koji je svojim razvojem i omogućio nastanak efektivnije dvosmjerne komunikacije promijenivši paradigmu s tradicionalnog na interaktivni marketing. Na temelju toga, teoretičari su i prije nagle popularizacije digitalnih alata poput društvenih mreža predvidjeli rast personalizacije i dvosmjerne kontinuirane interakcije koja se temelji na dostupnosti i prilagodljivosti (prema: Bijakšić, Leko, Raguž, 2021: 166). Uz to, organizacije za uspješno primjenjivanje strategije trebaju razvijene interne resurse i kompetencije koje će im omogućiti efikasnu komunikaciju i razvoj u niši za koju su se odlučile. Treća bitna točka je fokusiranje na potpuno zauzimanje niše i obranu od konkurencije u čemu pomažu prije navedene aktivnosti: marketing odnosa, specijalizacija proizvoda/usluga i razvoj internih resursa i kompetencija za uspješno djelovanje. Primjenom takve strategije organizacijama nisu potrebne velike kampanje i neprekidne marketinške aktivnosti jer pozitivna iskustva potrošača stvaraju veću vjerojatnost za usmenu preporuku (eng. *word of mouth*), a kada su u pitanju rast i proširivanje, organizacije se mogu s vremenom proširivati na druge niše ili rasti sa svojom nišom te se kretati u smjeru velikih organizacija (Toften, Hammervoll, 2013: 281-282). Poticanjem usmene preporuke i razgovora o brendu, organizacije mogu postići bolje rezultate nego samim marketinškim kampanjama budući da je društveno okruženje postalo prvi izvor utjecaja. Potrošači su skloniji pratiti navike i preporuku svoje okoline nego vjerovati organizacijama (Kotler, Kartajaya, Setiawan, 2017: 30). Uspješni primjeri ovakvog pristupa na globalnoj razini uključuju PepsiCo, američku multinacionalnu korporaciju za piće, hranu i grickalice, koja nove proizvode temelji na analizama razgovora korisnika na društvenim mrežama, dok AB InDev, proizvođač piva Budweiser i Corona, prati uspješnost svojih oglasa na društvenim mrežama i saznanja prosljeđuje kreativnom timu koji na temelju njih stvara efektivniju komunikaciju prema ciljanoj skupini (Kotler, Kartajaya, Setiawan, 2021: 7). Naravno, nišnim marketingom ne služe se samo industrije hrane i pića, već se radi o strateškom pristupu koji je primjenjiv u različitim industrijama. Primjer toga je i Rolls Royce, robna marka luksuznih automobi-

la, koji pristupa vrlo ekskluzivnoj niši i oslanja se na usmenu preporuku vlastitih potrošača koji su postali svojevrsni ambasadori same robne marke. Komunikacija prema nišnoj skupini vidljiva je i izborom mjesta komunikacije koja se u *offline* svijetu svode na događaje visokog profila, skupe hotele i ekskluzivna prikazivanja vozila (Shastri, 2021). Rolls Royce, osim što se fokusira na nišu koja je malena i specijalizirana, dovodi nišni marketing do onoga što su Toften i Hammervoll (2013: 278) nazvali „ekstremnim slučajem teorije segmentacije“ jer se svaki proizvod (automobil) posebno sastavlja za svakog kupca i prilagođava njihovim željama te se s kupcima komunicira i personaliziranim pismima, knjigama i čestitkama (Popović, 2007: 257).

Za uspješnu nišnu marketinšku komunikaciju prvo je potrebno poznavati i samu organizaciju te njezine proizvode, odnosno snage i slabosti, jedinstvenu ponudu za prodaju (eng. *unique selling proposition*, USP), a potom i karakteristike nišne skupine kojoj se organizacija želi obraćati. U ovakvom tipu strategije specifično je da se niša, ciljana skupina, mora dubinski poznavati te bi organizacija trebala postati dio niše razgovorom i slušanjem kako bi prikupila ključne informacije. Isto tako, koliko je bitno poznavati sebe i publiku, potrebno je poznavati i konkurenciju kako bi se mogla napraviti distinkcija od ostalih organizacija sa sličnim ili istim proizvodima. Komunikacijom s nišom, praćenjem tržišnih promjena i brzim reakcijama, organizacija bi trebala ojačati svoju robnu marku te postaviti visoki ulazni prag za konkurente (Panyor, 2009).

3. ISTRAŽIVAČKI CILJEVI, METODOLOGIJA I PRIKAZ ODABRANIH PRIMJERA

Istraživanje koje je provedeno za ovoj rad istražuje ulogu nišnog marketinga na društvenim mrežama, odnosno razloge za korištenje ovog tipa marketinga te prednosti i mane koje donosi, a sve na primjeru bezalkoholnih gaziranih pića regionalnih robnih marki. Ovo je istraživanje metodološki oblikovano kao kvalitativna eksplorativna studija slučaja, opći i specifični ciljevi te uzorak opisani su u ostatku poglavlja, kao i sam proces provođenja istraživanja te etički izazovi istraživanja.

Opći cilj istraživanja, odnosno ovoga rada, jest objasniti i istražiti prakse i vrijednost nišnog komuniciranja na društvenim mrežama na primjeru strateških komunikacija regionalnih robnih marki bezalkoholnih pića. Komparativno općem cilju specifični ciljevi uključuju utvrđivanje nišnih skupina s kojima te robne marke komuniciraju, opis ciljeva komunikacije i opis utjecaja nišne komunikacije na društvenim mrežama te posljedično utjecaj takvog procesa komuniciranja na izgradnju robne marke i stvaranja vrijednosti robne marke.

Provedeno istraživanje kvalitativno je, a podatci su prikupljeni metodom polustrukturiranog intervjua temeljenog na prethodno sastavljenom upitniku, odnosno protokolu ili planu intervjua. Plan intervjua sastoji se od 20 otvorenih pitanja koja su podijeljena u četiri tematske cjeline. Ova eksplorativna metoda pokazala se kao najprikladnija jer se područje nišnog marketinga, koje je još uvijek tema istraživanja brojnih autora kao jedno mlado područje, tiče iskustva, prakse i profesionalnog mišljenja praktičara marketinga i odnosa s javnošću.

Uzorak istraživanja uključuje tri sudionika koji rade u marketingu pojedine robne marke iz industrije bezalkoholnih gaziranih pića te utječu na provedbu strateških komunikacija dediceranih robnih marki na društvenim mrežama. Metoda uzorkovanja bila je namjerna, odnosno istraživač je vlastitom procjenom odlučio tko će biti sudionici kako bi se mogli dati odgovori na istraživačka pitanja. Glavni kriterij za odabir uzorka istraživanja bila je poslovna povezanost s robnim markama iz studije slučaja te stručnost u području marketinga i odnosa s javnošću, kao i prethodno iskustvo. U istraživanju je, isto tako, namjerno odabran po jedan predstavnik iz triju različitih robnih marki, odnosno triju konkurenata, kako bi se sveobuhvatno istražila konkretna kategorija proizvoda i njihova komunikacija. Svim sudionicima zajamčena je potpuna povjerljivost podataka te anonimnost, a prije samih intervjua, sudionici su informirani o istraživanju, svrsi i ciljevima.

Istraživanje je provedeno tijekom rujna i studenoga 2022. te su intervjui provedeni u skladu sa standardiziranom praksom uživo.

Analiza podataka je, kao završni korak ovog istraživanja, iznesena u nekoliko koraka. Uz fizičko provođenje intervjua, prvi korak bio je transkribiranje preslušavanjem snimke razgovora čime se napravio doslovan prijepis svega izrečenog tijekom intervjua. Nakon toga sva tri transkripta, odnosno empirijska građa, uređena je strukturiranjem podataka i sažimanjem, dok je sama analiza podataka izvršena kodiranjem podataka prema kategorijama koje je odredio istraživač na temelju općeg i specifičnih ciljeva istraživanja, a one su: (1) Specifičnosti marketinške komunikacije, (2) Uloga diferencijacije u strateškoj marketinškoj komunikaciji, (3) Nišni marketing i njegove osobitosti te (4) Adaptacija upravljanja društvenim mrežama sukladno ciljanim javnostima.

Odabrani, analizirani primjeri bili su hrvatski brendovi: Cockta, Pipi i Sensation. To su robne marke široke potrošnje iz kategorije bezalkoholnih gaziranih pića u vlasništvu tvrtki Atlantic, Pipi Beverages, Jamnica/Fortenova Grupa te predstavljaju primjere ovdje analizirane studije slučaja. Sve tri robne marke aktivne su na društvenim mrežama koje koriste kao jedan od alata marketinškog komuniciranja. Cockta je nastala 1953. kao robna marka Slovenijavina, kao lokalna verzija američke Coca-Cole, a prvotni nazivi robne marke uključivali su imena Yugo Cockta i Cockta Cockta (Jutarnji.hr, 2012).

Podupirana snažnim marketinškim aktivnostima, smatra se da je Cockta imala važnu ulogu u razvoju slovenske marketinške industrije i industrijskog dizajna. Tijekom svojeg postojanja ova robna marka doživjela je nekoliko promjena ambalaže, slogana i smjera komunikacije, a naposljetku je prodana hrvatskom Atlanticu (Šimić, 2011).

Robna marka Pipi nastaje 1971. u Splitu u sklopu Dalmacijavina, a ime dobiva po glavnom liku dječje knjige Astrid Lindgren Pipi Dugoj Čarapi. Tijekom godina Pipi je proširila svoju ponudu okusa, ali i mijenjala ambalažu i dizajn. Nakon izbivanja s tržišta tijekom dvijetisućitih Pipi se vraća u trgovine 2016. s novom komunikacijom temeljenom na sloganu „Boli me Pipi“ i pod vlasništvom tvrtke Pipi Beverages (Pipi.com). Sensation je na tržište izašao 2008. pod imenom Jamnica Sensation kao aromatizirana verzija prirodne mineralne vode Jamnica. Također mijenjana tijekom godina u kontekstu ponude okusa i ambalaže, ova robna marka prešla je iz kategorije aromatiziranih voda u kategoriju gaziranih pića, a danas je, kao i Jamnica plus, u vlasništvu Fortenova Grupe (Pipi.com).

Pretraživanjem društvenih mreža vidljivo je kako sve tri robne marke koriste Facebook i Instagram za komunikaciju s publikom i ciljanim skupinama, dok Pipi i Sensation koriste i TikTok, Cockta i Sensation i YouTube te Cockta jedina ima profil na Twitteru. Ono što je zajedničko ovim robnim markama je opuštena neformalna komunikacija koja se očituje u korištenju internetskog slenga, narječja i obraćanja korisnicima društvenih mreža u drugom licu jednine. Isto tako, teme objave ne uključuju uvijek sam proizvod te je fokus komunikacije na različitim situacijama, temama i društvenim skupinama, odnosno robne marke uz sebe vežu različite asocijacije koje nisu povezane s funkcionalnostima proizvoda.

Ovi primjeri brendova jasno apeliraju na specifične društvene grupe. Međutim, iako bi se mogla analizirati njihova značenja u kontekstu širih društvenih promjena, to nadilazi ciljeve ovoga rada koji je bitno usmjeren na marketinški komunikacijski proces. Odabrani primjeri jasan su izraz nižnog komuniciranja te kao takvi predstavljaju adekvatnu građu za analizu.

4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA S RASPRAVOM

Odgovori na pitanja, odnosno prikupljeni podatci istraživanja, grupirani su u četiri kategorije s podtemama unutar svake od kategorija. U prvoj kategoriji „Specifičnosti marketinške komunikacije“ istražuju se marketinške aktivnosti u sklopu marketinških strategija robnih marki s naglaskom na internetski marketing i alate u sklopu njega. Kategorija „Uloga diferencijacije u strateškoj

marketinškoj komunikaciji” istražuje važnost segmentacije u marketinškoj strategiji, orijentiranost cjelovite marketinške komunikacije te ciljane skupine u sklopu internetskog marketinga, kao i cilj diferencijacije i segmentacije u marketinškoj strategiji. Treća i četvrta kategorija uključivale su više pitanja u odnosu na prvu i drugu kategoriju te je „Nišni marketing i njegove osobitosti” uključivao prednosti i mane nišnog marketinga na društvenim mrežama te njegovu važnost u ovom trenutku u odnosu na nikad veću povezanost ljudi, odnosno korisnika društvenih mreža, dok se kategorija „Adaptacija upravljanja društvenim mrežama” sukladno ciljanim javnostima fokusirala na ciljeve aktivnosti i komunikacije na društvenim mrežama s naglaskom na povezanost ciljeva i ciljane skupine, upravljanje društvenim mrežama i komuniciranje s korisnicima te svjetske trendove u marketinškoj komunikaciji na društvenim mrežama. Ispitanici su anonimizirani i označeni s I1, I2 te I3.

Kategorija 1: Specifičnosti marketinške komunikacije

Marketinška komunikacija danas uključuje veći broj kanala komunikacije no što je to bio slučaj u prošlosti, a to znači da pokriva tradicionalne medije poput televizije, radija i tiska te digitalne medije kao što su internetske stranice i društvene mreže. Međutim, kako bi takva komunikacija bila uspješna i ostvarila zadane ciljeve, potrebno je da ona bude strateški planirana što potvrđuje i usuglašen odgovor sudionika na pitanje postoji li marketinška strategija koju pratite za vašu robnu marku koji je bio potvrđan. Kao marketinške aktivnosti i alate koje koriste ističu društvene mreže, suradnje s influencerima, tiskane materijale u HoReCa kanalima¹⁴², Google oglašavanje i *bannere* na portalima, sponzorstva, *billboarde*, nagradne igre, sponzorirane događaje. Dva od tri sudionika istaknula su i televizijske spotove, dok je radio spomenuo samo jedan od sudionika. U skladu s tim, sva tri sudionika rekla su kako internetski marketing i njegove alate koriste u većoj mjeri u odnosu na ostale vrste marketinga. Tako na pitanje o omjeru internetskog marketinga i drugih aktivnosti, jedan od ispitanika odgovara: *Većinom internetski marketing. Preko 50 % koristimo digitalne kanale, a u manjoj mjeri ostale vrste marketinga. Naš brend je digital-first brend (I1)*. Od alata internetskog marketinga sva tri sudionika navode internetske stranice, društvene mreže (Facebook i Instagram je zajednički sva tri sudionika, dok dva navode TikTok i YouTube, a jedan i Twitter) te

142 HoReCa ili HORECA pokrate su nastale na engleskome govornom području uzimanjem prvih slogova riječi hotel, restaurant i café. Te se pokrate upotrebljavaju osobito u marketingu i prodaji i njima se označuje širok spektar aktivnosti i proizvoda usmjerenih distribuciji proizvoda i njihovoj prodaji kupcu ugostitelju. U hrvatskom prijevodu koristi se i izraz prodajni kanal za ugostiteljstvo.

Google Display Network. Dva sudionika kao korištene alate navode i *native PR* članke na portalima te jedan sudionika ističe internetsku trgovinu.

Kategorija 2: Uloga diferencijacije u marketinškoj komunikaciji

Diferencijacija se pokazala kao bitan dio strateških marketinških komunikacija sve tri robne marke.

"Budući da smo dosad najviše komunicirali putem društvenih mreža, segmentiranje ciljanih skupina nam je bilo prilično bitno budući da se radi o regionalnom piću te radimo razliku o tome koji okus ćemo gdje u kolikom volumenu oglašavati, no bitno je i kod same tematike oglašavanja. Primjerice, ako se radi o nekoj objavi ili kampanji koja uključuje i LGBT+ tematiku, radimo razliku u tome u kojoj zemlji ćemo kolikom jačinom oglašavati ovisno o karakteristikama zemlje, odnosno publike. Isto tako, razlikujemo potrošače po kupovnoj moći što je bitno zbog različitih veličina proizvoda, ali i zbog mjesta prodaje." (I2)

S ovakvim pristupom složili su se i ostali sudionici koji su naglasili razliku između stvarnih potrošača proizvoda i onih za koje žele da to postanu, a važnost daju i karakteristikama samih proizvoda u ponudi njihovih robnih marki i segmentima društva koji su uz njih povezani.

"[...] bitno nam je razlikovati našu ciljanu skupinu i onu skupinu koja čini najveći udio naših potrošača – tu ih dijelimo na ciljanu skupinu onih za koje želimo da jednog dana budu naši najveći potrošači i na tzv. shoppere koji to već jesu." (I1)

"Bitna nam je kad biramo koji proizvod ćemo prema kome oglašavati, primjerice kada radimo na prodaji [...] u limenci, onda se fokusiramo na mlađu ciljanu skupinu i njihove karakteristike. [...] je dosad jako bila vezana uz ljetno razdoblje i uz konkretne trenutke s kojima društvo u cjelini može rezonirati, ali sada, kako bismo potaknuli da se piće pije cijelu godinu, segmentiramo na temelju toga koji proizvod komuniciramo i na kojem kanalu." (I3)

Na pitanje o konkretnim ciljanim skupinama, sva tri sudionika odgovaraju u okviru generacijske teorije te dva navode milenijalce kao primarnu ciljanu skupinu, dok jedan sudionik navodi generaciju Z. No na pitanje o tome kome je upućena marketinška komunikacija robne marke u cjelini, sva tri sudionika rade razlike između primarne ciljane skupine i upućenosti komunikacije te navode kako je njihova opća marketinška komunikacija upućena prema puno širem segmentu društva, dok je na društvenim mrežama onda usmjeravaju prema nižim skupinama.

"Prema cijelom društvu. [...] marketinška komunikacija često uključuje različite kampanje o pojedinim marginaliziranim skupinama unutar društva, primjerice prema Romima ili LGBT+ zajednici što su bile među posljednjim kampanjama, no mi ne komuniciramo samo s njima, već s društvom u cjelini budući da nam je cilj s takvim kampanjama postići dijalog. Ako ne razgovaramo o pojedinim kampanjama, već prodajno orijentiranoj marketinškoj komunikaciji, onda se fokusiramo na stariju ciljanu skupinu na nedigitalnim kanalima, a na milenijalce na digitalnim." (I1)

Jedan od sudionika ističe važnost razlikovanja samih digitalnih platformi prema njihovim korisnicima te kaže kako je na TikToku komunikacija robne marke usmjerena prema generaciji Z, dok je na Facebooku i Instagramu komunikacija usmjerena prema milenijalcima. Kao ciljeve iza korištenja diferencijacije u svojim marketinškim strategijama sudionici navode stvaranje svijesti o robnoj marki i povezivanje s različitim asocijacijama u odnosu na konkurenciju. Isto tako ističe se dosezanje različitih ciljanih skupina s različitim proizvodima koji su primjereni njima kako bi poticanje na konzumaciju doseglo već ostvarenu visoku svijest o robnoj marki.

"Cilj nam je doprijeti do svake od ciljanih skupina i stvoriti svijest o našem brendu – diferenciramo komunikaciju po kanalima i približavamo se potrošačima koji se tamo nalaze, odnosno kojima se tamo obraćamo. Isto tako, diferenciranjem te komunikacije bolje upoznajemo svaku ciljanu skupinu, pogotovo na digitalnim kanalima te je možemo bolje razumjeti i prilagođavati komunikaciju njima. Želimo biti dio zajednice s kojom komuniciramo i stvoriti širu priču, odnosno pokazati da [...] nije samo gazirano piće, već cijelo stanje uma i vrijednosti, a to se različitim ciljanim skupinama pokazuje na različite načine i kroz različite kanale." (I2)

Ovaj iskaz jasno upućuje na maksimum suvremenog marketinškog komuniciranja koje se bitno sastoji u pričanju priča, takozvanome *storytellingu*. Tako ključan element nišnog komuniciranja predstavlja upravo upoznatost s vrijednostima određene ciljane javnosti, odnosno tržišne skupine. Iz tog razloga, kako je navedeno, tržišni akteri prilagođavaju komunikacijski stil i sadržaj pojedinim generacijama i njihovim preferencijama. Međutim, može se postaviti pitanje kreiranja društvenih trendova, normi i vrijednosti. Jesu li marketinški stručnjaci oni koji samo prate trendove i prilagođavaju svoje kampanje njima? Odnosno može se zaključiti da se u marketinškom komuniciranju reflektira društvena svijest ili pak suprotno. Možda se radi o tome da marketinška komunikacija zapravo usmjerava trendove, ono društveno prihvatljivo ili neprihvatljivo. Iako detaljnija analiza ovog odnosa po pitanju društvenih vrijednosti nadilazi dosege ovoga rada, na temelju prikupljene empirijske građe legitimno je tvrditi da se zasigurno radi o nekoj vrsti odnosa reciprociteta.

Pritom se pojam reciprociteta može preuzeti iz njegove klasične antropološke konceptualizacije, koji se odnosi na praksu razmjene dobara, usluga ili drugih resursa između pojedinaca ili grupa na način koji uključuje međusobnu korist ili obvezu¹⁴³ (Mauss, 2016). Nadalje, diferencirani marketing, kako je vidljivo iz iskaza koji slijedi, bitna je odrednica i u slučajevima već ostvarene svijesti o marki. Sudionik koji smatra da je njegova robna marka već ostvarila cilj u pogledu svijesti o robnoj marki objašnjava razloge iza korištenja diferenciranog marketinškog pristupa na sljedeći način:

“Cilj je poticanje konzumacije onih proizvoda koji bolje funkcioniraju sa svakom ciljanom skupinom. Ono što je karakteristično za [...] jest da je u posljednjih nekoliko godina ostvarena jako visoka svijest o robnoj marki te nam to više nije cilj, pogotovo kada govorimo o najčešćem tipu komunikacije, na društvenim mrežama, već nam je sada cilj poticanje konzumacije i njome se približiti toj vrlo visokoj svijesti.” (I3)

Kategorija 3: Nišni marketing i njegove osobitosti

Nišni marketing sva tri sudionika vide kao strategiju, odnosno pristup za izgradnju robne marke i komuniciranje njezinih vrijednosti i to ističu kao glavnu prednost. Ovakav pristup ističe se kao rješenje za sadržaj koji određena nišna skupina može podržati i pokazati naklonost te utjecati na razgovor o robnoj marki. Isto tako, ovakav pristup istaknut je kao dobar način za doseganje što većeg broja korisnika društvenih mreža unutar ciljane skupine jer se nišni marketing može istovremeno koristiti za komunikaciju prema različitim društvenim nišama pod istom krovnom komunikacijom. Isto tako, ovakav pristup posebno je prigodan za manja tržišta:

“Prednost je stvaranje osjećaja posebnosti kod potrošača. Hrvatska je malo tržište i mislim da se kod nas isplati ulagati u manje, personalizirane kampanje i aktivnosti te da je to često efektivnije ako se dobro plasira od velikih kampanja. Mislim da, ako si brend može priuštiti nišne kampanje ili aktivnosti, da bi ih trebao i koristiti za vlastitu izgradnju. Nama se to isplatilo 2019. kada se LGBT+ zajednica ohrabrila jednom našom objavom, prepoznala nas kao brend koji im se sviđa i počela nas pratiti. Mi smo tada dobili duplo više pratitelja i potrošača tom objavom nego što smo ih izgubili.” (S3)

143 Reciprocitet je ključni aspekt društvenih odnosa i igra važnu ulogu u različitim kulturama i društvima diljem svijeta. Antropolozi su identificirali različite oblike reciprociteta, koji se mogu kategorizirati u tri glavne vrste: generalizirani reciprocitet, izbalansirani reciprocitet i negativni reciprocitet. Upravo ove kategorije vidljive su i u analitičkom dijelu ovoga rada.

S druge strane, kada su upitani o manama nišnog komuniciranja, sva tri sudionika navode potencijalne rizike koje takav pristup donosi kao što su negativne reakcije, gubitak potrošača ili korisnika na društvenim mrežama, ograničenost na mali broj korisnika te dostupnost sadržaja i drugim skupinama kojima on nije namijenjen.

“Može se dogoditi da dođe do negativne reakcije drugih društvenih skupina. Kad smo napravili rebrandiranje [...] i imali LGBT kampanju, pojedinci su pokrenuli peticiju protiv [...], no to je nešto na što se brend može i unaprijed pripremiti. Postoji mogućnost smanjenja prodaje kod nekih skupina, no onda se gleda trenutni market share, postotak niše kojoj se obraćate u populaciji i koliko možete dobiti ili izgubiti time.” (I1)

No sva tri sudionika ipak ističu da opća komunikacija, iako moguća, nije efikasna te na pitanje o mogućnosti poopćene komunikacije na društvenim mrežama odgovaraju da je moguća, no dovodi do generičnosti te time ne pomaže marketinškim ciljevima.

“Takva je komunikacija moguća, ali nije efikasna, što je bit marketinške komunikacije. Opće komuniciranje dovodi do generičnosti i zaboravljivosti u većini slučajeva, a sigurno kod mladih brendova koji se nisu usadili u umove potrošača i koji nemaju bogatu prošlost.” (I2)

Jedan od sudionika generičnost navodi kao veliki izazov te dovodi u korelaciju s prije spomenutom diferencijacijom:

“Mislim da nije moguće sve zadovoljiti nikakvom komunikacijom, a opća dovodi do generičnosti ili do overpromisinga. Volim reći da brendovi plivaju kao ribe u moru i ako žele da ih netko primijeti, moraju evoluirati i izaći na kopno, marketinški riječima: moraju se diferencirati. Kada izađu na kopno, prvo će se svi začuditi jer je to nešto neviđeno, ali samo tako te mogu primijetiti. Jer ako si riba među ostalima u moru, moraš čekati da te netko upeca, a za to je vjerojatnost mala.” (I1)

U skladu s tim, na pitanje osnažuje li nišna komunikacija robnu marku, sva tri sudionika odgovaraju potvrdno i naglašavaju proces učenja takvim pristupom koji utječe na smjer razvoja robne marke. Ipak, jedan sudionik (I2) naglašava kako je bitno da nišni pristup, ako se prakticira, ne bude površan, već iskren kako bi mogao biti prepoznat među ciljanom skupinom.

“U suprotnom ako je komunikacija površna, napravljena samo zbog prodaje i ako se ciljana publika, odnosno niša, ne poznaje, onda može doći do protuefekta kod same ciljane publike. Primjer toga je Mjesec ponosa i stavljanje duginih boja na najrazličitije proizvode bez konkretnih akcija ili razloga.” (I2)

Sva tri sudionika vjeruju da je nišni marketing budućnost marketinške komunikacije robnih marki, odnosno da će robne marke u budućnosti fokus

stavljati na određene društvene nišne skupine. Kao razloge iza toga navode rezoniranje korisnika i potrošača s personaliziranim pristupom i izgradnju osobnosti robne marke te zajednice oko nje koja bi trebala biti slična samoj robnoj marki. Jedan od sudionika ipak kaže kako korištenje nišnog marketin- ga ovisi i o arhetipu robne marke:

“Vjerujem da hoće, no to ovisi i o tipovima brendova. Primjerice, Cedevida je everyman prema svom arhetipu, što je u populaciji otprilike 50 % populacije, dok je [...] navodi drugi proizvod] buntovnik što je puno manji dio populacije. O tome hoće li biti više nišne komunikacije ovisi i to hoće li u budućnosti biti više brendova koji po svom arhetipu nisu everyman.” (I1)

Poveznicu između niša s kojima njihove robne marke komuniciraju na društvenim mrežama i marketinških ciljeva sudionici zajednički vide u prenošenju priče iza robne marke i vrijednosti odabranim skupinama kako bi se stvorila veća svijest o robnoj marki.

“[...] je piće nastalo još u Jugoslaviji i cilj je bio prenijeti njezinu priču na sljedeću generaciju koja su milenijalci, koji svjedoče njezinom novom poglav- lju. Što se niša o kojima komuniciramo tiče, mi se fokusiramo na njihove iza- zove i komuniciramo ih cijelom društvu, ne komuniciramo samo s njima jer je cilj izgraditi svijest o problematici i povezati brend kao nekoga tko to ističe.” (I1)

“Naša ciljana skupina je generacija Z jer su oni budućnost. S njima ima- mo čist početak jer oni nemaju tradiciju ni s jednim pićem, nisu je imali kada stvoriti. Odgojeni su u zapadnoj kulturi, ne zahtijevaju legacy od brenda, ali zahtijevaju statement što [...] ima, možeš ući u njihove živote i pokušati ući u njihove potrošačke navike iako oni danas možda nemaju kupovnu moć, ali ubrzo će je imati. Najstariji dio populacije gubi kupovnu moć, mlađi je dobiva i tako je uvijek, radi se o prirodnom ciklusu. Također, kod njih postoji veća po- treba za hedonizmom.” (I2)

“Budući da imamo više ciljanih skupina, ideja je bila stvoriti savršenog po- trošača u svakome od njih i vidjeti što povezuje potrošača i priču iza brenda, a cilj je bio prvo dosegnuti svakoga od njih kako bismo stvorili svijest o brendu.” (I3)

Kategorija 4: Adaptacija upravljanja društvenim mrežama sukladno cilja- nim javnostima

Razvojem tehnologije evidentno je da su društvene mreže postale impera- tiv kad su marketinške komunikacije unutar kategorije gaziranih pića u pita- nju, što su potvrdili i sami sudionici. Imajući toliku bitnost, društvene mreže zahtijevaju vlastiti strateški pristup kako bi se ostvarili zadani marketinški ci-

ljevi. Sudionici su složni oko toga da im je primarni cilj na društvenim mrežama izgradnja svijesti o robnoj marki, no dvoje sudionika naglašava i da se vode prijašnjim kampanjama te da je cilj da svaka buduća bude uspješnija.

"Kada smo oživjeli društvene mreže [...] prije nekoliko godina i promijenili etiketu, prvi cilj nam je bio awareness među ciljanom skupinom, što je i dalje slučaj kad se radi o novim okusima, dakle doseg kao metrika, a što se općenito naše komunikacije na društvenim mrežama tiče, cilj nam je uvijek napredovati." (I2)

Sudionici su na pitanje definiraju li prvo ciljanu skupinu ili ciljeve svojim odgovorima potvrdili i da koriste kombinaciju pristupa usmjerenog na čovjeka i pristupa usmjerenog na proizvod (eng. *brand-centric, consumer-centric*) kako bi marketinškom komunikacijom ostvarili ciljeve robne marke. Sva tri sudionika kažu kako su ciljevi robne marke prvo definirani, a onda potom komunikacijski prilagođeni ciljanim skupinama na društvenim mrežama.

"Na prvom mjestu je brend sa svojim ciljevima, a onda u priču ulaze ciljne skupine kojima se prilagođava komunikacija kako bi se ti ciljevi ostvarili. Potrebno je naći ono što povezuje priču brenda i potrošače kako bi to imalo smisla i kako bi funkcioniralo." (I3)

Kao i s ciljevima, i vrijednosti robne marke prvo su definirane, a onda komunicirane ciljanim skupinama na njima svojstven način. Jedan od sudionika ovdje naglašava kombinaciju pristupa iz perspektive robne marke i iz perspektive korisnika nasuprot isključivo *čovjekocentričnom* pristupu.

"Na prvom mjestu su vrijednosti brenda s kojima idemo prema ciljanoj skupini. Čest je govor o consumer-centric pristupu, no realnost je da bi se brendovi puno drukčije oglašavali da se prilagođavaju samim korisnicima u potpunosti." (I1)

Ipak, korisnici do izražaja u razvoju komunikacije dolaze s vremenom. Kako se komunikacija između robne marke i korisnika društvenih mreža odvija, tako sami ljudi iza robnih marki dobivaju informacije o reakcijama korisnika i sentimentu o robnoj marki i komunikaciji. Svi sudionici slažu se da reakcije korisnika imaju snažan utjecaj na planiranje budućih aktivnosti

"Pomažu nam u planiranju, a i daju nam do znanja kad smo pogriješili. Isto tako, reakcije publike na tuđe kampanje nam pomažu da mi ne ponovimo njihove greške, odnosno da učimo iz njih." (I1)

"Reakcije korisnika vrlo snažno utječu na strategiju, bar kod [...] koja je na društvenim mrežama izgradila neplaniranu priču i odnos s korisnicima, a sada je planirano da se ta komunikacija i odnos preslikaju na sve druge marketinške sfere vezane uz ovaj brend. Prepoznali smo reakcije korisnika kao zlatni rudnik iz kojeg crpimo inspiraciju za daljnje korake." (I2)

“Od njih učimo. Primjerice, na početku smo na društvenim mrežama imali vizualni stil koji korisnicima nikako nije odgovarao te smo ga zbog njihovih reakcija, a posljedično i neostvarivanja ciljeva, promijenili.” (I3)

Nastavno na to, sva tri sudionika pridaju veliku važnost komunikaciji i aktivnostima na društvenim mrežama te smatraju da se radi o reprezentativnom mjestu. Uz to, sudionici vjeruju kako su društvene mreže dio šire priče i da trebaju podržavati ostale aktivnosti koje su potrebne kako bi se robna marka izgradila. Na pitanje o tome koliko komunikacija na društvenim mrežama utječe na izgradnju robne marke oni odgovaraju:

“Nažalost, ne rade se istraživanja koja nam mogu reći koliko samo ta komunikacija utječe, već cjelokupna pa je teško reći. Sigurno utječe, ali teško je reći koliko. Brend ima svoj DNK i to svi trebaju zapamtiti, a s obzirom na to da se na društvenim mrežama može doseći jako puno korisnika, sigurno je da bar neki zapamte. Mislim da je za cjelovitu izgradnju brenda uvijek potrebna 360 kampanja¹⁴⁴.” (I1)

“Mislim da komunikacija na društvenim mrežama može izgraditi ili uništiti brend, ovisno o tome kako se radi. Ovdje jako veliku ulogu igraju i drugi oblici marketinga, odnosno i offline aktivnosti.” (I2)

“Mislim da značajno utječu i da uvijek trebaju biti reprezentativno mjesto – mjesto na kojem bilo tko može vidjeti iza čega brend stoji i što je on, no za izgradnju brenda je potrebna i šira kampanja, odnosno aktivnosti.” (I3)

Jedan od sudionika ipak pridaje značajnu važnost interakcijama s korisnicima na društvenim mrežama, odnosno upravljanju društvenim mrežama (*community management*):

“Ono što je na društvenim mrežama jako izgradilo [...] je community management koji je posebno bitan na našem tržištu gdje robne marke stavljaju jako mali naglasak na njega, a radi se o formi u kojoj si u direktnoj dvosmjernoj komunikaciji s korisnicima.” (I2).

144 360 kampanja ili pristup jest marketinški pojam koji označava sveobuhvatnu i integriranu marketinšku strategiju koja ima za cilj stvaranje kohezivnog i uranjajućeg doživljaja brenda na različitim komunikacijskim kanalima. Obuhvaća razne elemente tradicionalnog i digitalnog marketinga, uključujući oglašavanje, odnose s javnošću, društvene medije i iskustveni marketing, među ostalima. Kampanja nastoji uključiti i utjecati na ciljne publike na svakoj točki kontakta, koristeći usklađeni pristup koji osigurava dosljedne poruke i identitet branda. Korištenjem različitih kanala poput tiskanih medija, televizije, internetskih stranica, mobilnih aplikacija i događaja, 360 kampanja nastoji maksimizirati izloženost brenda i privući pažnju publike preko višedimenzionalnog pristupa. Konačni je cilj stvaranje cjelovitog i sinergijskog marketinškog napora koji potiče svjesnost o brandu, potiče angažman kupaca i konačno generira željene rezultate, poput povećanja prodaje ili lojalnosti prema brandu (Kelley, Sheehan, 2017).

Na pitanje o svjetskim trendovima koje uočavaju u komuniciranju robnih marki na društvenim mrežama i o budućnosti lokalnih i regionalnih marketinških komunikacija sudionici kažu da je uključenost zajednice ključna, a takva će i biti u budućnost te da će se fokus sve više stavljati na izgradnju ljubavi prema robnoj marki aktivnostima poput reakcija robnih marki na događaje u stvarnom vremenu, interakcijama između samih robnih marki na društvenim mrežama i povezivanjem s lokalnim zajednicama – pristup bitno usmjeren na nišno komuniciranje.

5. ZAKLJUČAK

Marketinško komuniciranje na društvenim mrežama može se provoditi na različite načine koji uključuju ono fokusirano na proizvodu ili usluzi ili, s druge strane, ono fokusirano na korisnike. Isto tako, teme komunikacije mogu biti zasnovane na samom proizvodu ili usluzi ili mogu biti povezane uz nešto sasvim drugo. Razvojem društva razvila se i ljudska svijest o marketinškoj komunikaciji, a time su se promijenili i zahtjevi samih potrošača prema robnim markama i vezano uz njihove interne i eksterne aktivnosti i uz razvoj proizvoda i usluga, ali i marketinšku komunikaciju. Osim što novi komunikacijski tržišni uvjeti od praktičara marketinških komunikacija zahtijevaju nove napore, oni su potaknuli i jači razvoj koncepta diferencijacije te dali maha razvoju nišnog i marketinga odnosa koje robne marke pomoću društvenih mreža imaju priliku prakticirati neposredno s korisnicima i u svako doba dana na način prilagođen njihovim ciljevima, bilo da se radi o povećanju dosega prema određenoj ciljanoj skupini, izgradnji svijesti o robnoj marki ili pak stvaranju ljubavi prema robnoj marki. Istraživanje je pokazalo da marketinška komunikacija ovisi o kanalu komunikacija te o ciljanoj skupini i ciljevima vezanim uz određeni kanal. Kada su društvene mreže u pitanju, robne marke iz istraživanja uz njih su vezale mlađe ciljane skupine u odnosu na druge kanale, odnosno komunicirale su prema milenijalcima i generaciji Z te o različitim temama s kojima se pojedina robna marka želi povezivati. Ciljevi ovakvog pristupa podrazumijevaju ostvarivanje svijesti o robnoj marki te stvaranje diferencijacije u odnosu na konkurenciju. Analiza dubinskih intervjua pokazala je da praktičari marketinga i odnosa s javnošću prepoznaju vrijednost nišnog marketinga kao alata za izgrađivanje robne marke i stvaranje značajnih odnosa s korisnicima te za doseganje specifičnih društvenih niša. Reakcije samih korisnika društvenih mreža koje mogu uključivati i članove niše kojoj se robne marke obraćaju, ali mogu biti i izvan nje, vrijedna su povratna informacija za planiranje budućih marketinških aktivnosti i predstavljaju temelj za sve buduće planove. Ipak, u

primarnom strateškom planiranju aktivnosti, važno je definirati ciljeve robne marke, njezin arhetip i osobnost te ih potom prilagođavati ciljanoj skupini. U budućnosti se predlažu daljnja istraživanja iz područja nišnog marketinga kako bi se dobio još bolji uvid u efikasnost i posljedice takvih praksi te kako bi se mogle definirati smjernice za praktičare. Predlaže se istraživanje praksi marketinških komunikacija drugih industrija, kao i robnih marki na drugim tržištima. Isto tako, budući da marketinška komunikacija uključuje robnu marku, sadržaj i publiku, predlažu se istraživanja recepcije sadržaja nastalog na načelima nišnog marketinga te analiza samog sadržaja i njegovih poruka.

LITERATURA

1. Bijakšić, S., Leko, O. i Raguž, A. (2021). Digitalni marketing – predvodnik ili sastavnica integrirane komunikacije. *CroDiM*, 4 (1), 163-178.
2. Dalgic, T. i Leeuw, M. (1994). Niche Marketing Principles. *European Journal of Marketing*. 28. (2), 39-55.
3. De Anda, A. (2022). Why you should be looking for your niche on social media platforms. <https://prem-ps.com/why-you-should-be-looking-for-your-niche-on-social-media-platforms/> (pristupljeno 28. prosinca 2022.)
4. Dorotić, M. (2005). Promjena strateškog fokusa u marketingu – razvoj relationship marketing paradigme. *Market-Tržište*, 17 (1-2), 7-24.
5. How diversity in advertising can unlock brand growth“. (2022). Portal Kantar. <https://www.kantar.com/north-america/inspiration/advertising-media/howdiversity-in-advertising-can-unlock-brand-growth> (pristupljeno 28. prosinca 2022.)
6. Kallenbach, S. R. (2011). Niche Marketing: Where Quality Is Better than Quantity. *LIMRA's MarketFacts Quarterly*. 11 (1), 24-30.
7. Kotler, P.; Kartajaya, H. i Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. Hoboken.
8. Kotler, P.; Kartajaya, H. i Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. Hoboken,
9. Kotler, P.; Lane Keller, K. i Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. London: Pearson.
10. Mauss, M. (2016). *The Gift: Expanded Edition*. Chicago: Hou Books
11. Mileva, G. (2022). How To Do Niche Marketing – Top Strategies & Best Practices. <https://influencermarketinghub.com/niche-marketing/> (pristupljeno 28. prosinca 2022.)

12. Miller, D. at. al. (1998). *Shopping, Place, and Identity*. London: Routledge.
13. Shastri, A. (2021). „Detailed Marketing Strategy of Rolls Royce“. <https://iide.co/casestudies/marketing-strategy-of-rolls-royce/> (pristupljeno 30. prosinca 2023.)
14. Panyor, A. (2009). Applicability of niche marketing on the market of organic honey. *Acta Scientiarum socialum*. 111-119.
15. Popović, D. (2007). Niche Marketing. *Zbornik Beogradske otvorene škole*. 245-259.
16. Šimić, Z. (2011). Kako je nastala Cockta, 'piće vaše i naše mladosti'. Jutarnji list – online izdanje. <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/kako-je-nastala-cockta-%E2%80%98pice-vase-i-nase-mladosti%E2%80%99-3106874> (pristupljeno 25. rujna 2023.)
17. The History of Social Media Marketing (2022). The Payment Association. <https://thepaymentsassociation.org/article/the-history-of-social-media-marketing/> (pristupljeno 1. svibnja 2023)
18. Toften, K. i Hammervoll, T. (2013). Niche marketing research: status and challenges. *Marketing Intelligence & Planning*, 31 (3), 272-285.
19. Zarella, D. (2009). *The Social Media Marketing Book*. Sebastopol: O'Reilly Media.

ANALIZA SUSTAVA FINANCIRANJA JEDINICA LOKALNE I PODRUČNE (REGIONALNE) SAMOUPRAVE U REPUBLICI HRVATSKOJ

Pregledni rad

Robert Matić

Maroni d.o.o.
Mate Balote 11
51000 Rijeka
osiguranje@maroni.hr

Sažetak¹⁴⁵

Prijenos odgovornosti pružanja javnih usluga i izvora financiranja od središnje države na niže razine vlasti povećava ekonomsku učinkovitost jer lokalne jedinice zbog izravnijeg kontakta sa stanovnicima mogu adekvatnije, brže i učinkovitije zadovoljiti javne potrebe od lokalnog značaja, što rezultira učinkovitijom javnom upravom. U Republici Hrvatskoj lokalne jedinice razlikuju se po mogućnosti prikupljanja prihoda na svom području, što prvenstveno proizlazi iz stupnja gospodarskog razvoja. To je rezultat različitih političkih, ekonomskih, prirodnih i demografskih uvjeta u kojima su se pojedina područja razvijala. U trenutku nastojanja ekonomske politike za ostvarivanjem viših stopa gospodarskog rasta, lokalni sektor mora svojim djelovanjem biti dio potencijala za ostvarivanje tog cilja. Navedeno se može ostvariti prvenstveno povećanom investicijskom ulogom lokalnih jedinica pri čemu su ključni njihovi veći financijski kapaciteti, s obzirom na to da o njima ovisi stvarna mogućnost zadovoljavanja potreba stanovnika koji žive na području te jedinice. Iz navedenog proizlazi potreba da se analizira postojeći sustav financiranja lokalne i područne (regionalne) samouprave u Republici Hrvatskoj. Prema teorijskim pretpostavkama nužno je da lokalne jedinice na raspolaganju imaju porezne i neporezne alate kojima će moći privući stanovništvo na svoje područje. U Republici Hrvatskoj, nažalost, većinu lokalnih poreza i njihove osnovne elemente kao što su porezna stopa i porezna osnovica određuje središnja država te je mali broj izvora prihoda na koje lokalne jedinice mogu samostalno utjecati u pogledu osnovice i/ili stope. Mali je broj lokalnih

145 Rad je nastao kao dio istraživanja u sklopu izrade doktorske disertacije autora koja je obranjena na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Rijeci u veljači 2023. godine.

jedinica koji je sposoban bez pomoći središnje države podmirivati postojeću razinu javnih usluga svojim stanovnicima te upravljati svojim razvojem. U Republici Hrvatskoj treba težiti što većoj fiskalnoj autonomiji lokalne samouprave kako bi imale dovoljnu financijsku osnovu te bi mogle samostalno odlučivati o rashodima koji se odnose na projekte i aktivnosti bez financijske potpore (međudržavnih transfera) središnje države. Bez stabilnih i dostatnih izvora financiranja nižih razina vlasti one ne mogu ispuniti zadaće koje im se povjeravaju procesom decentralizacije.

Ključne riječi: financiranje, fiskalni kapaciteti, lokalne jedinice, Republika Hrvatska

ANALYSIS OF THE FINANCING SYSTEM OF LOCAL AND REGIONAL SELF-GOVERNING UNITS IN THE REPUBLIC OF CROATIA

Abstract

The transfer of responsibility for public service delivery and funding sources from the central government to lower levels of government increases economic efficiency because local units, due to their more direct contact with residents, can meet public needs of local importance more adequately, quickly, and efficiently, resulting in more efficient public administration. In the Republic of Croatia, local units differ in their ability to generate revenue in their area, primarily due to the level of economic development. This is also the result of different political, economic, natural, and demographic conditions in which certain areas have developed. The current economic policy aims for higher economic growth rates, and the local sector, through its actions, must be part of the potential to achieve this goal. This can be achieved, first, through a stronger role of local units in investments, in which their greater financial power plays a decisive role since the real possibility of meeting the needs of the inhabitants living in the territory of that unit depends on them. From the above, it is necessary to analyze the existing system of financing local and regional self-government in the Republic of Croatia. According to the theoretical assumptions, the local units must have tax and non-tax instruments at their disposal, which will help them to attract the population to their territory. Unfortunately, in the Republic of Croatia, most local taxes and their basic elements, such as the tax rate and tax base, are set by the central government, and there are few sources of revenue that local units can independently influence in terms of tax base and/or tax rate. Few local units can meet the existing level of public services for their residents and manage their development without the help of the central government. In the Republic of Croatia, we should strive for the greatest possible fiscal autonomy of local self-government, so that it has a sufficient financial basis and can independently decide on expenditures related to projects and activities without financial support (interstate transfers) from the central government. Without stable and sufficient sources of funding for the lower levels of government, they will not be able to fulfill the tasks assigned to them by the decentralization process.

Keywords: financing, fiscal capacity, local units, Republic of Croatia

1. UVOD

Fiskalna decentralizacija definira se kao prijenos odgovornosti pružanja javnih usluga i izvora financiranja od središnje države na niže razine vlasti (Kee, 2003). Rezultati fiskalne decentralizacije ovise o načinu osmišljenog i provedenog procesa, o kapacitetima nižih razina vlasti i kvaliteti upravljanja na više razina. Ako se fiskalna decentralizacija pravilno provodi, dovodi do ravnoteže u svim područjima javnih politika te postoje dokazi da decentralizirani fiskalni sustavi mogu pridonijeti ekonomskom rastu kojima se postižu ekonomski ciljevi koji služe kao alat za ostvarivanje alokacije resursa, stabilizacije ekonomskih kretanja i preraspodjele dohotka. Decentralizacija povećava ekonomsku učinkovitost jer lokalne jedinice zbog izravnijeg kontakta sa stanovnicima mogu adekvatnije (u skladu sa stvarnim preferencijama stanovništva), brže, jeftinije i učinkovitije zadovoljiti javne potrebe od lokalnog značaja, što rezultira učinkovitijom javnom upravom (Brennan i Buchanan 1980; Oates 1972; Tiebout 1956). Osim ekonomskih koristi, decentralizacija bi mogla dovesti do veće odgovornosti, transparentnosti i angažmana građana, čime bi se poboljšala i razina demokracije u društvu (Qian i Weingast, 1997). Ključno pitanje učinkovitosti decentralizacije povezano je s načinom na koji se odgovornosti raspoređuju na svim razinama vlasti. No da bi lokalne jedinice mogle adekvatno pružati javne usluge na maksimalno učinkovit način, one moraju imati i ovlasti raspolaganja „vlastitim” poreznim prihodima i odlučivati o veličini poreznih stopa te utvrđivati porezne osnovice za te prihode. To je bit fiskalne decentralizacije (Ebel i Yilmaz, 2002, str. 29).

U literaturi prevladava argument da će niže razine vlasti efikasnije i produktivnije alocirati i kontrolirati svoje troškove ako kontroliraju i vlastite prihode. Ključno je pravilo da „raspodjela poreza treba slijediti dodijeljene odgovornosti prema rashodima“ (Warren, 2006). Odgovarajući način dodjele poreza u bilo kojoj zemlji ovisi o tome kako su dodijeljene odgovornosti za pružanje javnih usluga i dobara. Ako su lokalne jedinice odgovorne samo za čišćenje ulica i odvoz smeća, tada će korisničke naknade i neka vrsta općeg lokalnog poreza s niskim stopama (kao dobar porez za lokalne jedinice u literaturi ističe se imovinski porez, odnosno porez na nekretnine) vjerojatno biti dovoljni. U tim okolnostima centralizirani porezni sustav čini se ispravnim. Ako su niže razine vlasti odgovorne za pružanje socijalnih usluga poput zdravstva ili obrazovanja, a kao što je i primjer u Republici Hrvatskoj, centralizirano prikupljanje prihoda vjerojatno neće donijeti održive rezultate (Bird, 2011). Ako niže razine vlasti trebaju odgovorno izvršavati javne funkcije koje iziskuju velike izdatke, potreban je pristup većim izvorima prihoda za koje će imati i političku odgovornost. Literatura fiskalnog federalizma ističe i potrebu značajnije pore-

zne autonomije lokalnih jedinica koje bi trebale biti što samostalnije prilikom donošenja odluka o vlastitoj poreznoj politici, posebice o visini svojih poreznih stopa. Pretpostavka je da će lokalne vlasti puno učinkovitije trošiti i kontrolirati vlastite rashode ako ujedno kontroliraju i prihode koje prikupljaju te ako javnosti odgovaraju za svoje postupke (Bahl i Bird, 2008).

Lokalna autonomija vjerojatno je jedno od najvažnijih obilježja lokalne samouprave. Lokalna autonomija opisuje slobodu lokalne samouprave „da odredi kombinaciju lokalnih dobara i usluga, kao i lokalnih poreznih stopa“ (Goldsmith 1995, str. 229). U brojnim istraživanjima daju se različite definicije fiskalne autonomije lokalnih jedinica (Boyn, 1996; Wolman i Goldsmith, 1990; Whitney i suradnici, 2018). Možemo zaključiti da se fiskalna autonomija lokalnih jedinica odnosi na sposobnost lokalnih jedinica da određuju porezne stope i uspostavljaju potencijalnu bazu prihoda bez vanjskog utjecaja, da odrede kako trošiti te prihode te da budu sposobne pružiti razinu usluge koju zahtijevaju građani u nadležnosti pojedine lokalne jedinice.

Proces fiskalne decentralizacije u Republici Hrvatskoj započeo je 2001. godine, kada je dio lokalnih jedinica preuzeo nadležnost nad pojedinim decentraliziranim funkcijama. Preduvjeti za početak provedbe procesa fiskalne decentralizacije postupno su ispunjavani od 1994. procesima političke i administrativne decentralizacije s obzirom na to da fiskalna decentralizacija izravno ovisi o razvijenosti sustava financiranja lokalnih jedinica. U razvoju fiskalne decentralizacije u Republici Hrvatskoj može se raspoznati nekoliko faza: prva faza trajala je od 1994. do 2001. – administrativna i politička decentralizacija, druga faza trajala je od 2001. do 2007. – fiskalna decentralizacija, treća faza trajala je od 2007. do 2015. godine s kontekstom provođenja reformi sustava fiskalne decentralizacije i četvrta faza koja traje od 2015. godine do danas te se veže uz novi sustav financiranja lokalne i područne (regionalne) samouprave (Bajo i Primorac, 2014; Bajo i suradnici, 2020, str. 115). Najavljenom poreznom reformom, koja stupa na snagu od 1. siječnja 2024. godine, a kojom se ukida prirez porezu na dohodak te gradovima i općinama daje mogućnost da samostalno određuju stope poreza na dohodak u zakonski određenim rasponima, može se reći da započinje nova peta faza. Cilj je povećanje fiskalne autonomije općina i gradova te povećanje fiskalne decentralizacije.

Republika Hrvatska ima decentraliziranu administraciju koju čini središnja, regionalna i lokalna vlast. Gradovi i općine predstavljaju prvu razinu lokalne vlasti i najbliže su građanima, županije čine drugu razinu, posredničku razinu vlasti. Središnju razinu vlasti čine razna ministarstva i autonomna tijela središnjih državnih agencija. Karakteristika postojećeg sustava je neuravnotežen sustav s izrazito neujednačenim krugom i kvalitetom javnih usluga za građane različitih jedinica i dijelova zemlje, previše složena teritorijalna struktura

samoupravnih jedinica (Koprić i Đulabić, 2018), izrazite razlike u ekonomskoj razvijenosti, financijskom kapacitetu i troškovima jedne te iste vrste javnih usluga u različitim dijelovima zemlje, izrazita upravna neefikasnost, slabi razvojni potencijali te osiguravanje centralističkog modela upravljanja zemljom.

Raspodjela javnih funkcija između središnje i nižih razina vlasti s pratećim odgovarajućim modelom financiranja lokalnih jedinica te primjereni teritorijalno-administrativni ustroj od presudnog je značaja za adekvatno i učinkovito zadovoljavanje javnih potreba na lokalnoj razini. Od lokalne samouprave očekuje se da obavlja dvije važne uloge u sustavima suvremenih država, a to su: uloga pružatelja/nositelja velikog broja javnih poslova od kojih su najvažnije lokalne komunalne službe (upravna dimenzija) te uloga zaštitnika i predstavnika interesa lokalnog stanovništva (politička dimenzija) (Škarica, 2013, str. 57 prema: Lyngstad, 2010, str. 95). Iz svega navedenog potrebno je analizirati sustav financiranja jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave u Republici Hrvatskoj kako bi se kreirao što kvalitetniji sustav javnih financija fiskalnom decentralizacijom te kako bi javni sektor mogao obavljati svoju ulogu što efikasnije u cilju pozitivnog utjecaja na ekonomska kretanja.

2. ZAKONSKO UTEMELJENJE IZVORA FINANCIRANJA LOKALNE I PODRUČNE (REGIONALNE) SAMOUPRAVE

U Republici Hrvatskoj složeni se unutardržavni odnosi uređuju brojnim pravnim propisima (odlukama, uredbama i zakonima). Osnovu financiranja nižih razina vlasti čine sljedeći propisi: Europska povelja o lokalnoj samoupravi, Ustav Republike Hrvatske NN 56/90 (NN 05/14), Zakon o proračunu NN 144/21, Zakon o porezu na promet nekretnina NN 115/16 (NN 106/18), Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi NN 33/01 (NN 144/20), Zakon o regionalnom razvoju Republike Hrvatske NN 147/14 (NN 118/18), Zakon o financiranju jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave NN 127/17 (NN 151/22), Zakon o komunalnom gospodarstvu NN 68/18 (NN 32/20) i Zakon o lokalnim porezima NN 115/16 (NN 114/22). Zakonom o financiranju jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave u najvećem dijelu propisuje se sustav financiranja lokalnih jedinica čime su utvrđeni izvori sredstava i financiranje poslova iz njihovog samoupravnog djelokruga, fiskalno izravnavanje, raspodjela prihoda od poreza na dohodak te financiranje decentraliziranih funkcija. Od donošenja Zakona bilo je dosta izmjena, što ukazuje da se kontinuiranim reformama sustav financiranja nastoji prilagoditi i unaprijediti nacionalnim razvojnim ciljevima i makroekonomskoj situaciji. Također, vidljivo je da je sustav financiranja lokalne samouprave prilično složen te obuhvaća različite izvore prihoda.

Prihodi koje prikupljaju jedinice lokalne i područne (regionalne) samouprave trebaju biti razmjerni poslovima koje izvršavaju, a čine ih: a) općinski, gradski i županijski porezi, prirez porezu na dohodak, doprinosi, naknade te pristojbe, b) udjeli u zajedničkim poreznim prihodima koje dijele s Republikom Hrvatskom, c) sredstva pomoći koja se dodjeljuju iz središnjeg proračuna, d) prihodi od imovinskih prava i stvari u njihovom vlasništvu, e) prihodi od naknada za koncesije koje dodjeljuje predstavničko tijelo lokalne jedinice, f) prihodi od trgovačkih društava i drugih pravnih osoba u njihovom vlasništvu, odnosno u kojima imaju udjele, g) novčane kazne i oduzeta imovinska korist za prekršaje, h) drugi prihodi koji su određeni zakonom (Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi NN 33/01 (NN 144/20)).

Dotacije ili pomoći predstavljaju važan izvor prihoda jedinicama lokalne i područne (regionalne) samouprave. Definiraju se kao bespovratni prijenosi sredstava koje lokalne jedinice mogu primati iz inozemstva i od domaćih subjekata unutar opće države. Inozemne pomoći potječu od međunarodnih organizacija i inozemnih vlada, a domaće pomoći dolaze iz državnog i županijskog proračuna te od drugih subjekata unutar opće države. U načelu, pomoći središnje države neophodne su onim samoupravnim jedinicama u kojima prikupljeni proračunski prihodi ne osiguravaju odgovarajuću razinu javnih usluga te kao takve predstavljaju instrument fiskalnog izravnjanja. Središnja država propisuje minimalnu ili standardnu razinu javne usluge koje lokalne jedinice trebaju osigurati građanima u svojoj nadležnosti. Kako bi lokalne jedinice pružile odgovarajuću razinu javne usluge, središnja država pokriva dotacijama razliku između fiskalnog kapaciteta lokalne jedinice i njezine potrebe za rashodima, te tako provodi vodoravno fiskalno izravnjanje između bogatijih i siromašnijih jedinica (Bajo i Bronić, 2007).

Lokalne jedinice ostvaruju porezne prihode iz nekoliko skupina poreza koji se dijele na gradske ili općinske poreze, županijske poreze te zajednički porez (slika 1). Lokalne poreze ubiru lokalne jedinice prema zakonskim propisima koje je donijela središnja država: Zakon o lokalnim porezima NN 115/16 (NN 114/22) i Zakon o porezu na promet nekretnina NN 115/16 (NN 106/18). Središnja država odredila je uvođenje prethodno spomenutih lokalnih poreza te su unaprijed određene i porezne osnovice, porezne stope i slično. Jedini porezni prihod koji je ostao pod kontrolom lokalnih jedinica je prirez porezu na dohodak, a njegovo uvođenje, kao i određivanje stopa određuje predstavničko tijelo lokalne samouprave, iako se i kod ovog poreznog oblika ne može govoriti o potpuno autonomnom poreznom prihodu s obzirom na to da je središnja država propisala maksimalne porezne stope, a samo uvođenje i odabir visine stope prepušten je gradovima i općinama.

Tablica 1.: Prikaz lokalnih poreza u Republici Hrvatskoj

Zajednički porez	Županijski porezi	Gradski ili općinski porezi
*porez na dohodak	*porez na nasljedstva i darove	*prirez porezu na dohodak
	*porez na cestovna motorna vozila	*porez na potrošnju
	*porez na plovila	*porez na kuće za odmor
	*porez na automate za zabavne igre	*porez na korištenje javnih površina
		*porez na promet nekretnina

Izvor: Izrada autora prema Zakonu o lokalnim porezima NN 115/16 (NN 101/17) i Zakonu o porezu na promet nekretnina NN 115/16 (NN 106/18)

U većini lokalnih i regionalnih samouprava postoji nerazmjernost u fiskalnim kapacitetima i fiskalnim potrebama, odnosno fiskalni kapaciteti nedovoljni su za zadovoljenje povjerenih javnih poslova. Fiskalna politika koja se temelji na transferima središnje države lokalnim i regionalnim jedinicama, negativno se odrazila na nerazvijene lokalne i regionalne samouprave u Republici Hrvatskoj. Prema prikazanoj strukturi županijskih i gradskih/općinskih poreza, vidljivo je da se radi o malom broju poreznih oblika, koji u ukupnim i u pojedinačnim iznosima ne donose značajnije porezne prihode u proračune lokalnih jedinica.

Uz porezne prihode lokalnim jedinicama na raspolaganju su i neporezni prihodi koji predstavljaju sve one prihode koji ne potječu od primjene različitih poreznih oblika, tj. od ubiranja različitih vrsta poreza. U Hrvatskoj su, u pravilu, neporezni prihodi autonomni prihodi lokalnih jedinica te su uglavnom namjenskog karaktera i kao takvi mogu se koristiti samo za točno utvrđene (propisane) namjene (Bajo i Bronić, 2004, str. 450), što ukazuje da su neporezni prihodi vezani za funkcije samoupravnih jedinica te pojedine gospodarske djelatnosti. Primjenom načela porezne korisnosti kod neporeznih prihoda za konzumirane javne usluge korisnici plaćaju odgovarajuću naknadu. Neporezni

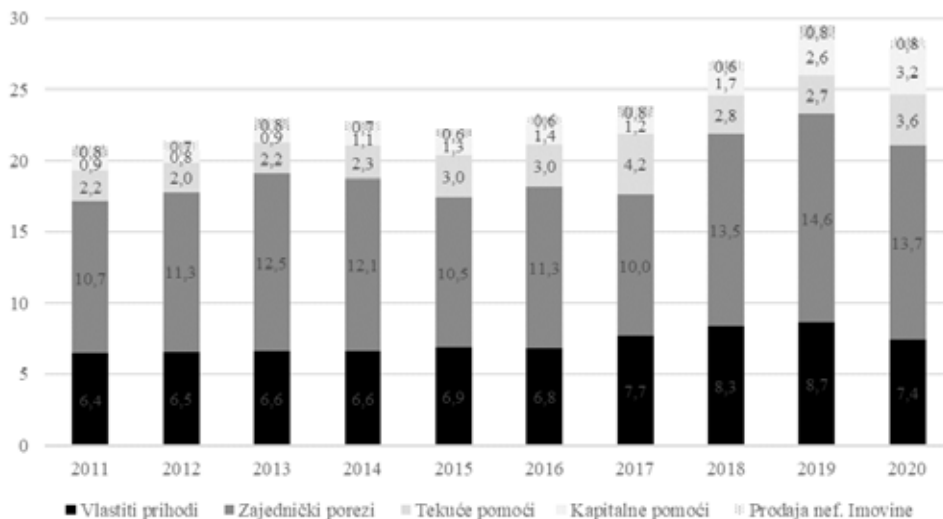
prihodi smatraju se poželjnima jer povećavaju autonomiju lokalnih jedinica izravnom vezom između korisnika u lokalnoj zajednici i pružene javne usluge i u određenoj mjeri promoviraju odgovornost u trošenju prikupljenih sredstava (Bajo, 2007).

3. FINANCIRANJE OBAVLJANJA JAVNIH POSLOVA U NADLEŽNOSTI LOKALNE I REGIONALNE (PODRUČNE) SAMOUPRAVE

U ovom radu za analizu uglavnom se koriste javno dostupni podatci iz Izvještaja o prihodima i rashodima, primicima i izdacima (PR-RAS) županija, općina i gradova za razdoblje 2002. – 2020. godine sa stranica Ministarstva financija Republike Hrvatske.

U nastavku se daje prikaz fiskalne autonomnosti lokalnih jedinica gdje je glavni pokazatelj fiskalne autonomnosti iznos ostvarenih vlastitih prihoda. Lokalne jedinice promatraju se u širem smislu na području županija, što obuhvaća proračune županija te proračune svih općina i gradova na području tih županija. U vlastite prihode ubrajaju se lokalni porezi (županijski, općinski i gradski), prihodi od vlastite imovine, prihodi od upravnih i administrativnih pristojbi, raznih naknada i usluga koje lokalne jedinice pružaju, komunalnih doprinosa i naknada, prihodi od kazni, upravnih mjera i ostalih prihoda. S druge strane, promatra se prihod od zajedničkih poreza (porez na dohodak), tekućih i kapitalnih pomoći te prihoda od prodaje nefinancijske imovine. Kao zajednički porez do 1. siječnja 2017. godine smatra se i porez na promet nekretnina koji od navedene godine više nije zajednički porez već prihod jedinice lokalne samouprave na čijem se području nalazi nekretnina. Od 1. siječnja 2017. godine jedini zajednički porez je porez na dohodak. Prirez porezu na dohodak se u Izvještaju o prihodima i rashodima, primicima i izdacima (PR-RAS) županija, općina i gradova za razdoblje sa stranica Ministarstva financija Republike Hrvatske vodi s prihodom od poreza na dohodak tako da se u prikazima on pribraja porezu na dohodak kao zajedničkom porezu. U nastavku u grafikonu 1 daje se pregled lokalnih prihoda od 2011. godine do 2020. godine prema navedenoj podjeli u apsolutnim iznosima.

Grafikon 1.: Prihodi lokalnih jedinica u razdoblju od 2011. do 2020. godine (u mlrd. kuna)



Izvor: Izrada autora prema podacima iz Izvještaja o prihodima i rashodima, primicima i izdacima (Obrazac PR-RAS), Ministarstvo financija, razdoblje 2010. – 2020. godine

Iz grafikona 1 vidljivo je kako je sustav financiranja lokalnih jedinica uvelike ovisan o prihodima od zajedničkih poreza, odnosno o porezu na dohodak te se gotovo 50 % prihoda ostvaruje iz navedenog izvora. Iz vlastitih prihoda prikupi se oko 25 % – 30 % lokalnih prihoda, a većina dolazi od komunalne naknade i doprinosa koji su namijenjeni izgradnji i održavanju komunalne infrastrukture. Pomoći u promatranom razdoblju čine oko 20 % lokalnih prihoda, a vidljivo je da veći udio imaju prihodi od tekućih pomoći u odnosu na kapitalne pomoći. Lokalne jedinice imaju relativno malu kontrolu nad porezima te ostalim pristojbama i naknadama, osim komunalne naknade i doprinosa, što posljedično utječe i na mali udio vlastitih prihoda u ukupnim prihodima lokalnih jedinica.

U nastavku u tablici 2 daje se prikaz prihoda lokalnih jedinica. Prikazani su podatci Državnog zavoda za statistiku iz 2020. godine s obzirom na to da su za predmetnu godinu zadnje dostupni podaci za BDP po županijama.

Tablica 2.: Prikaz BDP-a, prihoda i broja stanovnika u 2020. godini po županijama

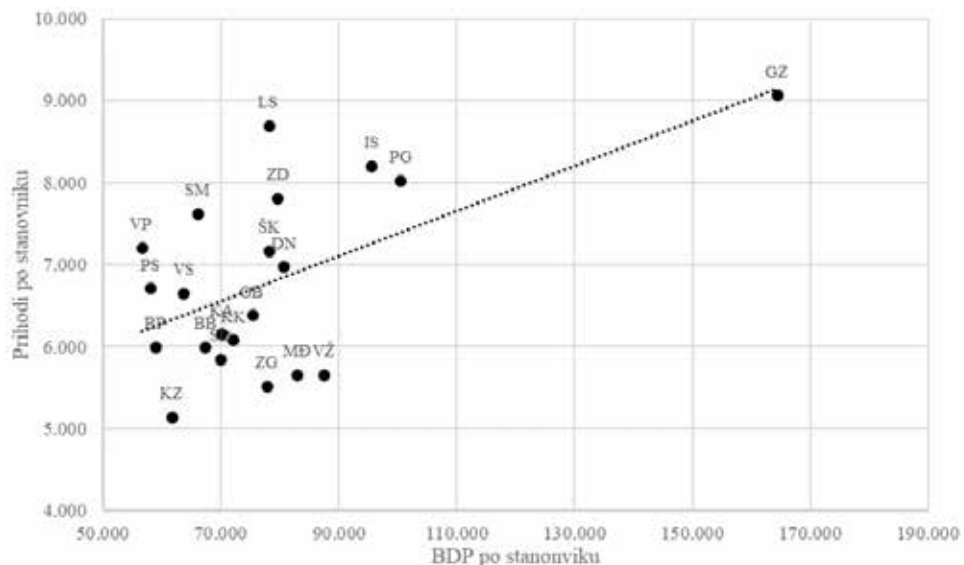
Županija	Broj stanovnika	BDP (tis. kuna)	BDP po stanovniku	Ukupno prihodi	Prihodi po stanovniku
Zagrebačka	309.463	24.071.455	77.785	1.708.064.540	5.519
Krapinsko-zagorska	124.110	7.650.770	61.645	637.472.909	5.136
Sisačko-moslavačka	143.618	9.484.070	66.037	1.093.732.936	7.616
Karlovačka	114.269	8.011.913	70.114	702.797.252	6.150
Varaždinska	165.357	14.476.621	87.548	934.539.953	5.652
Koprivničko-križevačka	105.385	7.603.192	72.147	640.253.990	6.075
Bjelovarsko-bilogorska	104.908	7.069.314	67.386	628.973.603	5.995
Primorsko-goranska	281.056	28.231.041	100.446	2.255.460.885	8.025
Ličko-senjska	44.068	3.442.811	78.125	383.067.451	8.693
Virovitičko-podravska	72.378	4.093.126	56.552	521.135.223	7.200
Požeško-slavonska	65.134	3.785.488	58.118	436.754.372	6.705
Brodsko-posavska	135.483	7.990.437	58.977	812.365.432	5.996
Zadarska	167.914	13.377.629	79.670	1.310.750.690	7.806
Osječko-baranjska	269.511	20.297.914	75.314	1.719.104.582	6.379
Šibensko-kninska	98.453	7.706.142	78.272	705.789.858	7.169

Vukovarsko-srijemska	148.389	9.454.186	63.712	987.123.726	6.652
Splitsko-dalmatinska	447.440	31.341.326	70.046	2.614.345.049	5.843
Istarska	210.083	20.089.762	95.628	1.721.654.702	8.195
Dubrovačko-neretvanska	122.571	9.891.297	80.699	854.441.702	6.971
Međimurska	108.822	9.023.996	82.924	615.758.437	5.658
Grad Zagreb	809.268	133.030.590	164.384	7.331.133.490	9.059
Ukupno RH	4.047.680	380.123.080	93.911	28.614.720.782	7.069

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Izvještaja o prihodima i rashodima, primicima i izdacima (Obrazac PR-RAS), Ministarstvo financija, razdoblje 2014. – 2020. godine; DZS, Zagreb; Statistika u nizu, 2023, DZS, Zagreb

Iz tablice 2 vidljivo je kako se 6 županija ističe iznad ostalih po ukupno prikupljenom prihodu u 2020. godini, a to su ujedno županije s iznadprosječnim BDP-om i s najvećim brojem stanovnika (Grad Zagreb, Splitsko-dalmatinska, Primorsko-goranska, Istarska, Zagrebačka i Osječko-baranjska županija). Promatranjem prikupljenih prihoda po stanovniku, Grad Zagreb ima najveće prihode po stanovniku 9.059 kuna te slijede županije koje su među županijama s najvećim ukupnim prihodima: Zadarska, Istarska i Primorsko-goranska županija. Visoke prihode po stanovniku iznenađujuće ima Ličko-senjska, čak 8.693 kune po stanovniku. Visina proračuna kojima su lokalne jedinice raspolagale u 2020. godini kreće se slično kao i broj stanovnika po županijama, a navedena je veza u velikom dijelu posljedica činjenice da su lokalne jedinice visoko ovisne o porezu na dohodak. Situaciju da županije kao što su Ličko-senjska (8.693 kn/st) i Sisačko-moslavačka županija (7.616 kn/st) imaju iznadprosječne prihode po stanovniku, a u ukupnim iznosima najmanje prihode, može se objasniti dodijeljenim pomoćima i transferima od središnje države. U grafikonu 2 prikazat će se povezanost između BDP-a po stanovniku i prikupljenog prihoda po stanovniku pojedine županije kako bi se ispitala veza između dviju varijabli.

Grafikon 2.: Odnos između visine prihoda po stanovniku i BDP-a po stanovniku u 2020. godini



Napomena: PG – Primorsko-goranska, ZG – Zagrebačka, GZ – Grad Zagreb, KK – Koprivničko-križevačka, LS – Ličko-senjska, BP – Brodsko-posavska, ŠK – Šibensko-kninska, SM – Sisačko-moslavačka, MĐ – Međimurska, DN – Dubrovačko-neretvanska, VP – Virovitičko-podravska, OB – Osječko-baranjska, PS – Požeško-slavonska, VS – Vukovarsko-srijemska, BB – Bjelovarsko-bilogorska, KZ – Krapinsko-zagorska, KA – Karlovačka, ZD – Zadarska, IS – Istarska, SD – Splitsko-dalmatinska, VŽ – Varaždinska.

Izvor: Izrada autora prema podacima iz Izvještaja o prihodima i rashodima, primicima i izdacima (Obrazac PR-RAS), Ministarstvo financija, razdoblje 2014. – 2020. godine; DZS, Zagreb; Statistika u nizu, 2023, DZS, Zagreb

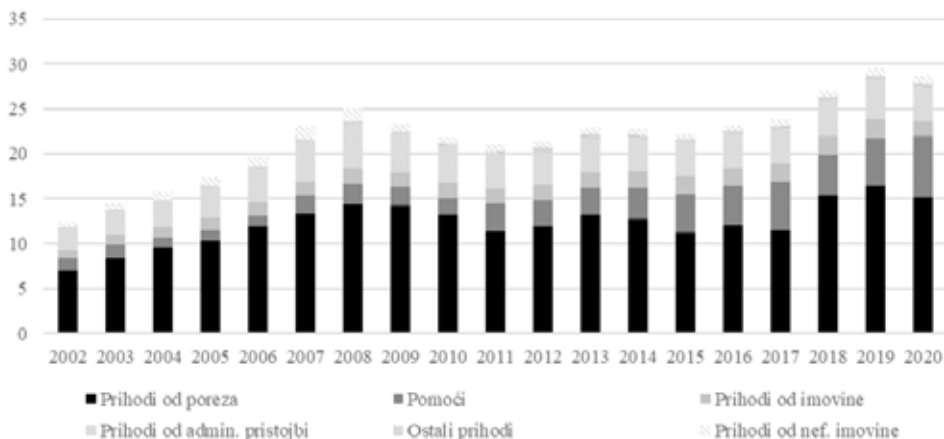
Iz predmetnog grafikona 2 vidljiva je blaga pozitivna korelacija između visine prihoda i BDP-a po stanovniku, te se može zaključiti da su prihodi za izvršavanje javnih funkcija, koje su na raspolaganju lokalnim jedinicama, uglavnom raspoređeni ravnomjerno po županijama prema njihovom gospodarskom stanju i veličini. Razvidno je da je određen broj iznimaka, kao što su Ličko-senjska, Virovitičko-podravska, Varaždinska i Međimurska županija, gdje visina prikupljenog BDP-a i gospodarsko stanje županije ne odgovara prikupljenom prihodu po stanovniku, što je već prethodno pojašnjeno s dodjelom prihoda od pomoći. Također, bitno je naglasiti da je u promatranoj godini bio izražen i određeni pad BDP-a u odnosu na 2019. godinu uslijed pandemije bolesti CO-

VID-19, što je utjecalo i na veći udio prihoda od pomoći kod lokalnih jedinica dodijeljenih od središnje države.

4. STRUKTURA PRIHODA JEDINICA LOKALNE I REGIONALNE (PODRUČNE) SAMOUPRAVE

U grafikonu 3 prikazuje se struktura prihoda te kretanje u razdoblju od početka procesa fiskalne decentralizacije (2002. godine) do 2020. godine za lokalne jedinice u Republici Hrvatskoj. Prihodi se dijele na prihode poslovanja koji se smatraju prihodima koji su nastali redovnim poslovanjem lokalnih jedinica, a prihodi od prodaje nefinancijske imovine smatraju se izvanrednom poslovnom aktivnošću koja potječe od prodaje kapitalne imovine lokalne jedinice (Šimović, Deskar-Škrbić, 2020). Iz grafikona 3 vidljiv je pozitivan trend te se iznos prihoda od 2002. godine povećao za gotovo 130 %. U zadnjim godinama vidljiv je rast prihoda od pomoći koji možemo pripisati bespovratnim sredstvima iz Europske unije. Također, vidljivo je i značajno povećanje na stavci poreznih prihoda od 2018. godine, što je rezultat novog sustava fiskalnog izravnavanja. Razvidno je i prociklično kretanje prihoda lokalnih jedinica koje je obilježeno padom u razdobljima recesije od 2008. godine pa do 2016. godine te rast u razdobljima gospodarske konjunktуре.

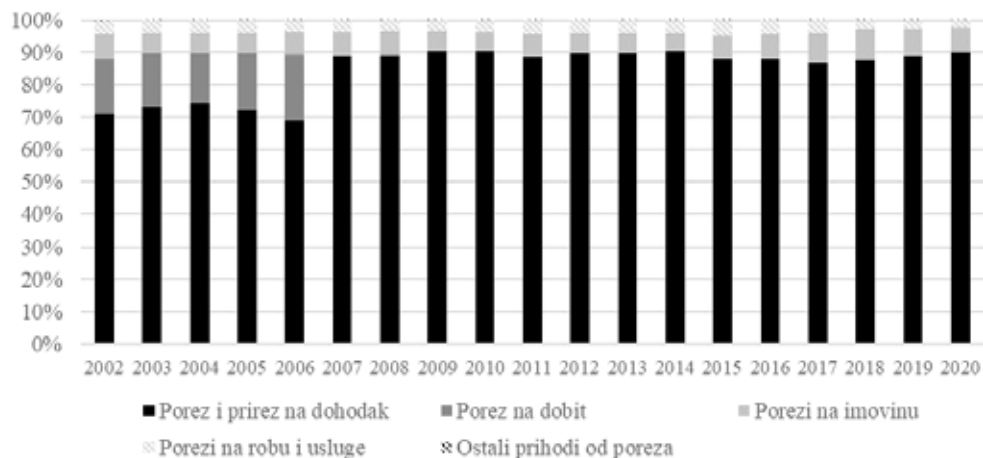
Grafikon 3.: Prihodi lokalnih jedinica prema izvorima od 2002. do 2020. godine (u mlrd. kuna)



Izvor: Izrada autora prema podacima iz Izvještaja o prihodima i rashodima, primicima i izdacima (Obrazac PR-RAS), Ministarstvo financija, razdoblje 2002. – 2020. godine

Ukupni prihodi u proračunima općina, gradova i županija u 2020. godini iznosili su 28,6 milijardi kuna. Struktura prihoda lokalnih jedinica uglavnom je stabilna. Najveći udio u ukupnim prihodima općina, gradova i županija odnosi se na porezne prihode, koji u 2020. godini čine 53 % ukupnih prihoda, dok je ukupan iznos pomoći dodijeljen svim lokalnim jedinicama iznosio 6,8 milijardi kuna, što čini ukupno 23,7 % ukupnih proračunskih prihoda. Veliki udio prihoda od pomoći ukazuje na to da većina lokalnih jedinica treba pomoć od središnje države kako bi se financirale decentralizirane funkcije. Prenošnje odgovornosti za izvršavanje javnih funkcija bez adekvatnog prijenosa financijskih sredstava predstavlja decentralizaciju „na papiru“. Prihodi od administrativnih pristojbi jedan su od važnijih izvora prihoda proračuna lokalnih jedinica i čine oko 13,4 % ukupnih prihoda, a u najvećem dijelu ostvaruju se od komunalnih naknada i komunalnih doprinosa. Komunalne naknade i doprinosi isključivo su prihodi općina i gradova. Vidljiv je velik porast pomoći u ukupnim prihodima koji su se povećali sa 11,8 % udjela u 2002. godini na 24,33 % u 2020. godini, što predstavlja više nego dvostruko povećanje. Kao što je navedeno, najznačajniji izvori prihoda lokalnih jedinica su prihodi od poreza, a unutar kategorije poreznih prihoda najznačajniji su prihodi od poreza na dohodak (grafikon 4).

Grafikon 4.: Struktura poreznih prihoda lokalnih jedinica od 2002. do 2020. godine (u %)

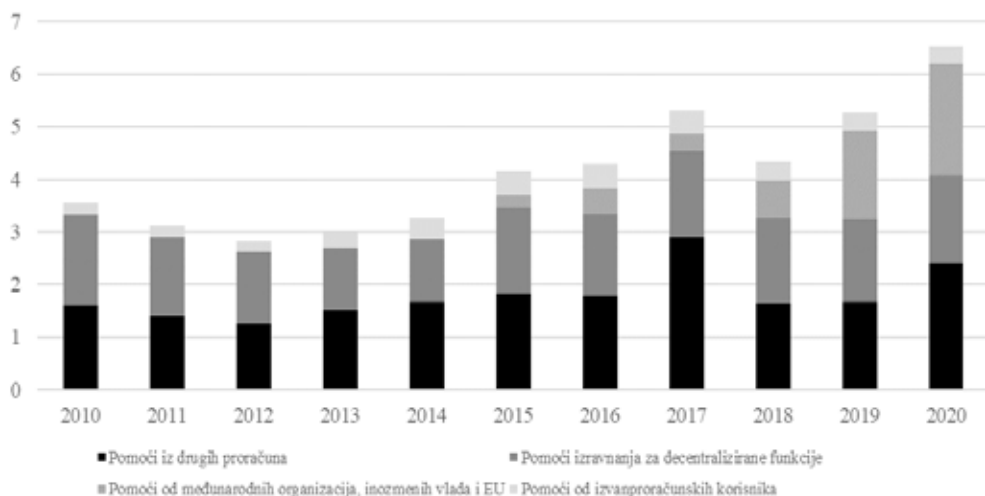


Izvor: Izrada autora prema podacima iz Izvještaja o prihodima i rashodima, primicima i izdacima (Obrazac PR-RAS), Ministarstvo financija, razdoblje 2002. – 2020. godine

Najveća promjena u strukturi poreznih prihoda vidljiva je u 2007. godini kada se prihodi od poreza na dobit u potpunosti prepuštaju državnom proračunu, dok se država u potpunosti odrekla prihoda od poreza na dohodak u korist lokalnih jedinica i time postaje dominantni izvor prihoda za lokalne jedinice. Porez na dohodak i prirez čine 90,0 % ukupnih poreznih prihoda lokalnih jedinica u 2020. godini. Zatim slijede prihodi od poreza na imovinu (7,5 %) kojeg čine stalni i povremeni porezi na nepokretnu imovinu, porez na kapitalne i financijske transakcije i porezi na nasljedstva i darove. Najveći udio poreznih prihoda lokalnih jedinica odnosi se na prihode od zajedničkih poreza (porez na dohodak) i iznosi 13,7 milijardi kuna, što je oko 47,8 % ukupnih prihoda općina, gradova i županija. Prihodi od poreza na imovinu s 4,0 % udjela u ukupnim prihodima lokalnih jedinica na drugom su mjestu, dok su prihodi od poreza na robu i usluge s udjelom od 1,27 % na trećem mjestu. Može se zaključiti da su lokalne jedinice u Republici Hrvatskoj ovisne o prihodima od poreza i prireza na dohodak s obzirom na to da 90 % poreznih prihoda dolazi po toj osnovi. Evidentno je da će svaka promjena u sustavu poreza i prireza na dohodak snažno utjecati na prihode lokalnih jedinica. Analizirana struktura ukupnih prihoda lokalnih jedinica potvrđuje kako je glavni izvor prihoda lokalnih jedinica porez i prirez na dohodak, a koji država koristi kao instrument za ublažavanje neravnoteže, ali i vodoravnih fiskalnih nejednakosti.

Važan su izvor prihoda u lokalnim proračunima pomoći iz inozemstva i od subjekata unutar općeg proračuna. Pomoći predstavljaju kapitalne ili tekuće primitke koje proračuni lokalnih jedinica ostvaruju od međunarodnih organizacija, inozemnih vlada i drugih subjekata unutar opće države. U zadnje promatranoj fiskalnoj godini (2020.) ukupno je od pomoći u proračune lokalnih jedinica uplaćeno 6.779.618.100 kuna. U ukupnom iznosu iskazuje se i dio poreza na dohodak koji je ostvaren u svojstvu pomoći izravnavanja koji se uplaćuje za decentralizirane funkcije, a u grafikonu 5 prikazuje se kretanje prihoda od pomoći. Prikazano je kretanje od 2010. godine od kada se u dostupnim podacima iz Izvještaja o prihodima i rashodima, primicima i izdacima (PR-RAS) županija, općina i gradova Ministarstva financija Republike Hrvatske pomoći izravnavanja koji se uplaćuje za decentralizirane funkcije vode kao pomoći pod skupinom 635.

Grafikon 5.: Prihodi od pomoći lokalnih jedinica u razdoblju od 2010. do 2020. godine (u mlrd. kuna)

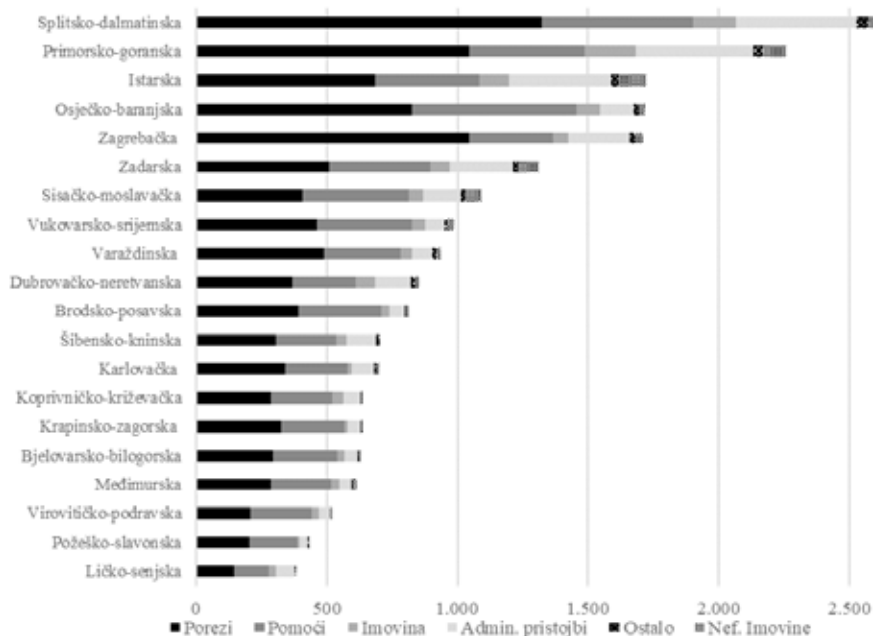


Izvor: Izrada autora prema podacima iz Izvještaja o prihodima i rashodima, primicima i izdacima (Obrazac PR-RAS), Ministarstvo financija, razdoblje 2002. – 2020. godine

U ukupnim prihodima svih općinskih, gradskih i županijskih proračuna, pomoći u 2020. godini čine 23,7 %, što je najveći udio u promatranom razdoblju u ukupnim prihodima. Pomoći za izravnavanje za financiranje decentraliziranih funkcija i prihodi od pomoći iz drugih proračuna uglavnom su u promatranom razdoblju stabilni, dok dolazi do velikog rasta kod prihoda od međunarodnih organizacija, inozemnih vlada i Europske unije, a prednjače prihodi od sredstva za financiranje EU projekata. Može se zaključiti da lokalne jedinice ovisu u velikoj mjeri o pomoćima kako bi financirale postojeću razinu javne potrošnje. Nedostatak vlastitih prihoda i ovisnost o pomoći središnje države faktori su koji u velikoj mjeri priječe obavljanje obveznih lokalnih poslova, a posebno onemogućuje fakultativno širenje samoupravnog djelokruga, nadstandard u pružanju pojedinih javnih funkcija lokalnih jedinica te srednjoročno i dugoročno planiranje. U cilju daljnje uspješne decentralizacije u strukturi prihoda treba što više povećati prihode lokalnih jedinica vlastitim prihodima od lokalnih poreza te provesti reformu neporeznih prihoda s obzirom na to da u Republici Hrvatskoj postoji velik broj neporeznih prihoda.

Iz prethodnih grafičkih prikaza vidljivo je da se lokalne jedinice u Hrvatskoj u najvećem dijelu financiraju iz poreznih prihoda (dominantan je izvor prihod od poreza na dohodak i pripadajućeg prireza) te prihoda od pomoći, a u grafikonu 6 prikazuju se prihodi lokalnih jedinica na području pojedinih županija u 2020. godini. Bit će zanimljivo analizirati utjecaj najavljene porezne reforme u vidu ukidanja prireza te autonomnog određivanja poreza na dohodak od lokalnih jedinica na sam iznos prikupljenih poreznih prihoda te odnosa prema ukupno prikupljenim prihodima i ostalim izvorima prihoda koje ostvaruju lokalne jedinice. Predmetnom reformom uvelike će se povećati udio autonomnih poreznih prihoda.

Grafikon 6.: Prihodi lokalnih jedinica na području pojedinih županija u 2020. (u mil. kn)

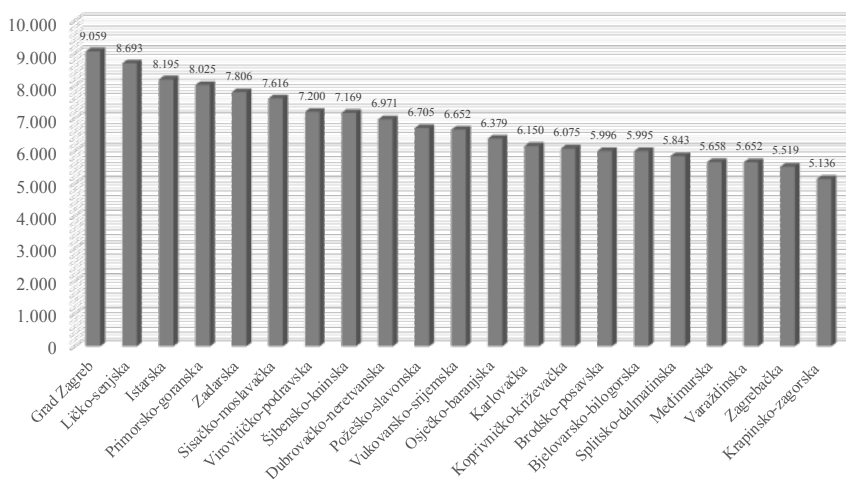


Izvor: Izrada autora prema podacima iz Izvještaja o prihodima i rashodima, primicima i izdacima (Obrazac PR-RAS), Ministarstvo financija, razdoblje 2014. – 2020. godine

Od ukupno prikupljenih prihoda lokalnih jedinica u 2020. godini koji su iznosili gotovo 30 mlrd. kuna, 26 % (7,3 mlrd. kuna) ukupno prikupljenih prihoda otpada na Grad Zagreb koji je izuzet iz grafičkog prikaza radi bolje preglednosti ostalih analiziranih jedinica. Slijede Splitsko-dalmatinska (2,6 mlrd.

kuna), Primorsko-goranska (2,2 mlrd. kuna) i Istarska (oko 1,7 mlrd. kuna), dok je najmanje prihoda prikupljeno u Ličko-senjskoj (0,38 mlrd. kuna), Požeško-slavonskoj (0,44 mlrd. kuna) i Virovitičko-podravskoj županiji (0,52 mlrd. kuna). Udio poreznih prihoda u ukupnim prihodima varira od 37 % u Sisačko-moslavačkoj županiji pa do 71 % u Gradu Zagrebu i 61 % u Zagrebačkoj županiji. Najviše prihoda od pomoći prikuplja se u Virovitičko-podravskoj županiji (45 %) i u Požeško-slavonskoj županiji (41 %), a najmanje u najrazvijenijim jedinicama: Gradu Zagrebu (5,7 %), Zagrebačkoj (18,8 %) i Primorsko-goranskoj županiji (19,5 %). Značajniji prihodi prikupljaju se od upravnih i administrativnih pristojbi, pristojbi po posebnim propisima i naknada koje u najvećem dijelu čine prihodi od komunalnih naknada i komunalnih doprinosa. Ostvaruju se od 6,9 % u Požeško-slavonskoj županiji do 22,7 % u Istarskoj županiji. U pojedinim lokalnim jedinicama financiranje je utemeljeno na stabilnim izvorima prihoda, poreznim prihodima i prihodima od upravnih i administrativnih pristojbi te naknada, dok se pojedine lokalne jedinice u velikom dijelu oslanjaju na financiranje iz pomoći. Unatoč tome što Grad Zagreb dominira s visinom ukupnih prihoda u usporedbi s ostalim županijama, u nastavku se daje usporedba prihoda po stanovniku koja znatno ublažava tu dominaciju.

Grafikon 7.: Prihodi po stanovniku lokalnih jedinica na području županija u 2020.



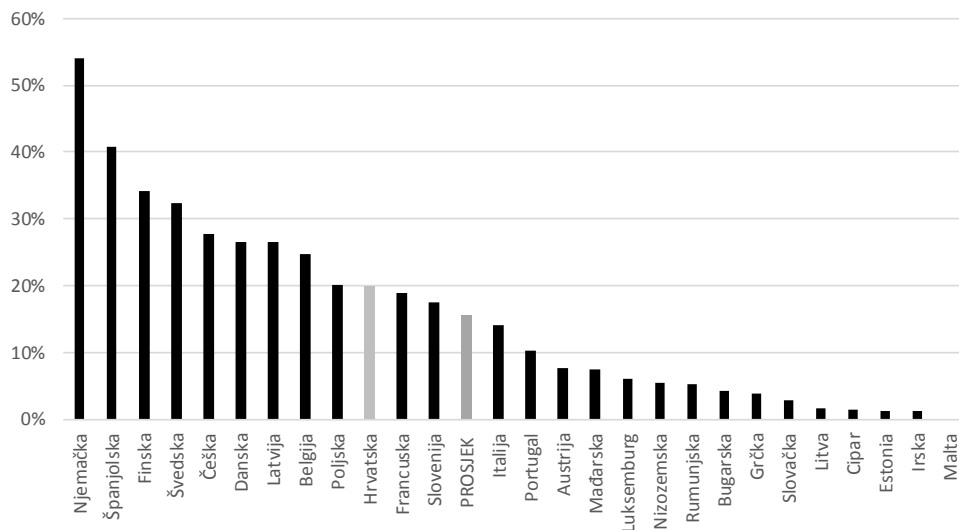
Izvor: Izrada autora prema podacima iz Izvještaja o prihodima i rashodima, primicima i izdacima (Obrazac PR-RAS), Ministarstvo financija, razdoblje 2014. – 2020. godine; DZS, Zagreb; Statistika u nizu, 2023.

Ukupni prihodi po stanovniku Grada Zagreba u 2020. godini bili su 9.059 kuna, dok su najmanji prihodi po stanovniku ostvareni na području Krapinsko-zagorske županije i iznose 5.136 kuna. Iznenađujuće visoke prihode po stanovniku ima Ličko-senjska županija (8.693 kune), što se može pripisati visokim iznosima pomoći koji se dodjeljuju županiji i malom broju stanovnika. Iznenađuju i iznosi koji su prikupljeni u Međimurskoj (5.658 kuna), Varaždinskoj (5.652 kune) i Zagrebačkoj županiji (5.519 kuna) koje spadaju u razvijenija područja.

5. USPOREDBA UDJELA POREZNIH PRIHODA NIŽIH RAZINA VLASTI U ZEMLJAMA EUROPSKE UNIJE

S obzirom na to da porezni prihodi čine najznačajniji izvor prihoda jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave u Republici Hrvatskoj, u ovom dijelu rada daje se usporedba udjela poreznih prihoda nižih razina vlasti u ukupno prikupljenim poreznim prihodima opće države u zemljama članicama Europske unije. Blöchliger i King (2006) i Allain-Dupré (2018) kao jednu od mjera fiskalne autonomnosti navode i udio poreznih prihoda raspoređenih nižim razinama vlasti. Pokazatelj koji se odnosi na udio poreznih prihoda nižih razina vlasti u ukupnim poreznim prihodima opće države može pomoći u procjeni fiskalne decentralizacije. Iako ovaj pokazatelj teško može otkriti složenost i višedimenzionalnost fiskalnih odnosa, može dati prvi dojam o tome koliku financijsku moć imaju niže razine vlasti. Sljedeći grafikon 8 prikazuje koliko je značajan prihod lokalnih jedinica, preko pokazatelja omjera lokalnog poreznog prihoda u ukupnom poreznom prihodu opće države i pokazuje značaj procesa lokalne preraspodjele nacionalnog gospodarstva u EU 27 zemljama u 2020. godini. U ovom izračunu uključena je savezna i lokalna razina vlasti.

Grafikon 8.: Udio poreznih prihoda nižih razina vlasti u ukupnim poreznim prihodima opće države zemalja EU 27 u 2020. godini



Izvor: Izračun autora na temelju podataka Eurostat, 2023 „Annual government finance statistics“

Iz grafikona 8 vidljivo je da su među zemljama s visokim udjelom poreznih prihoda nižih razina vlasti Njemačka, Španjolska te nordijske zemlje (Švedska, Finska, Danska) gdje je udio lokalnih poreznih prihoda u ukupnim poreznim prihodima opće države u prosjeku iznad ili blizu 30 %. Najviši udio ima Njemačka (54 %), a najniži Irska (1 %). Zemlje kao što su Grčka, Slovačka, Litva, Estonija i Cipar imaju zanemariv udio lokalnih poreznih prihoda u ukupnim poreznim prihodima opće države. Primjerice, u Malti svi porezni prihodi prikupljeni su na centralnoj razini. Nove zemlje članice Europske unije imaju centraliziranije javne prihode od starih zemalja članica, te je samim time i manji udio lokalnih poreznih prihoda u ukupnim poreznim prihodima opće države. Prosječni udio lokalnih poreznih prihoda u ukupnim poreznim prihodima opće države (EU 27) iznosi 15 %. Republika Hrvatska nalazi se u skupini zemalja s višim udjelom poreznih prihoda, odnosno stupnjem lokalne autonomije (20 %) s obzirom na to da ostvaruje vrijednost iznad prosjeka zemalja članica Europske unije u promatranoj godini.

Nizak udio lokalnih poreznih prihoda u ukupno prikupljenim prihodima opće države pokazuje ne samo da su učinci fiskalne decentralizacije u promatranim zemljama upitni, već je jasno da lokalne jedinice nemaju dovoljno financijskih sposobnosti za autonomno pružanje adekvatnih javnih usluga. Iz dobivenih podataka vidljivo je da su porezni prihodi visoko centralizirani, što lokalne samouprave čini visoko ovisnima o središnjim vlastima u smislu određivanja ciljeva proračunskog trošenja i dovodi u sumnju uspjeh fiskalne decentralizacije s obzirom na njihovu poreznu autonomiju. Jedan od aspekata fiskalne autonomije lokalne samouprave je sposobnost lokalnih uprava da imaju dovoljnu financijsku osnovu kako bi mogle samostalno odlučivati o rasnodima koji se odnose na projekte i aktivnosti bez financijske potpore (međudržavnih transfera) središnje države. Takva bi fiskalna autonomija proširila opseg lokalnih aktivnosti i osigurala više financijskih sredstava za financiranje postojećih javnih usluga u lokalnim samoupravama.

Lokalne jedinice u Republici Hrvatskoj imaju potpunu autonomiju pri uvođenju lokalnih poreza samo za porez na korištenje javnih površina, dok kod poreza na potrošnju, poreza na kuće za odmor i prireza porezu na dohodak lokalne jedinice same određuju porezne stope uz ograničenja postavljena od središnje države. U Republici Hrvatskoj treba težiti većoj poreznoj autonomnosti i povećanju prihoda od autonomno određenih lokalnih poreza. Najavljena porezna reforma povećat će fiskalnu autonomiju općina i gradova te ujedno poboljšati položaj nižih razina vlasti u kontekstu provedbe procesa fiskalne decentralizacije. Povećanjem fiskalne autonomije povećat će se i odgovornost lokalne vlasti. Niže razine vlasti imat će veću kontrolu nad svojim financijskim sredstvima, što će uzrokovati veći interes za efikasnim i odgovornim upravljanjem jer lokalne vlasti nose teret za svoje fiskalne odluke pred svojim biračima. Također, veća fiskalna autonomija može prouzrokovati razne izazove ako lokalne ili regionalne vlasti nemaju dovoljne resurse ili kapacitete za efikasno upravljanje sredstvima. Zbog toga je važno uspostaviti ravnotežu između fiskalne autonomije i odgovornosti kako bi se osiguralo pravedno i održivo upravljanje javnim financijama na svim razinama vlasti.

Balansiranje između fiskalne autonomije i odgovornosti često predstavlja veliki izazov. Potrebni su dobro kreirani zakoni, politike i mehanizmi nadzora kako bi se osiguralo da lokalne vlasti mogu efikasno upravljati svojim financijama bez ugrožavanja ekonomske stabilnosti. Najavljena reforma kojom se ukida prirez porezu na dohodak te značajan prihod lokalnih jedinica (pogotovo većih hrvatskih gradova), vjerojatno će primorati gradove i općine koji imaju uveden prirez da ga kompenziraju s većim stopama poreza na dohodak.

6. ZAKLJUČAK

Lokalne jedinice u Republici Hrvatskoj uglavnom ne mogu samostalno utvrđivati porezne stope i osnovice (županije nemaju autonomnost ni kod jednog poreznog prihoda) te većina prikupljenih sredstava već ima određenu zakonsku namjenu, stoga je teško planirati dugoročan razvoj lokalnih jedinica. U Republici Hrvatskoj sustav financiranja lokalnih jedinica uvelike je ovisan o prihodima od zajedničkih poreza, odnosno o porezu na dohodak te se gotovo 50 % prihoda ostvaruje iz navedenog izvora. Pomoći u promatranom razdoblju čine oko 20 % lokalnih prihoda, a veći udio imaju prihodi od tekućih pomoći u odnosu na kapitalne pomoći. Mali je broj lokalnih jedinica koji je sposoban bez pomoći središnje države podmirivati postojeću razinu javnih usluga svojim stanovnicima te upravljati svojim razvojem. Lokalne jedinice imaju relativno malu kontrolu nad porezima te ostalim pristojbama i naknadama, osim komunalne naknade i doprinosa, što posljedično utječe i na mali udio vlastitih prihoda u ukupnim prihodima lokalnih jedinica. Time je mogućnost privlačenja stanovništva poreznom politikom svedena na minimum. Potrebno je provesti sveobuhvatnu funkcijsku i fiskalnu decentralizaciju koja će biti praćena efikasnim teritorijalnim ustrojem, kako bi se dizajnirao održiv i uspješan sustav lokalne i područne samouprave, a što će u konačnici zasigurno doprinijeti društvenom i ekonomskom razvitku cjelokupne zajednice. Najavljena reforma zasigurno će povećati fiskalnu autonomiju općina i gradova, no uz zakonska ograničenja koja je nametnula središnja država.

Analizirana struktura ukupnih prihoda lokalnih jedinica potvrđuje kako je glavni izvor prihoda lokalnih jedinica porez i prirez na dohodak (90 % poreznih prihoda dolazi po toj osnovi), a koji država koristi kao instrument za ublažavanje neravnoteže, ali i vodoravnih fiskalnih nejednakosti. Evidentno je da će svaka promjena u sustavu poreza i prireza na dohodak snažno utjecati na prihode lokalnih jedinica. Potrebno je povećati prihode od imovinskih poreza koji dominiraju u većini zemalja, a radi se o porezima čija je mobilnost osnove mala i smatraju se najprikladnijim porezom za ubiranje na lokalnoj razini. U cilju daljnje uspješne decentralizacije u strukturi prihoda treba što više povećati prihode lokalnih jedinica vlastitim prihodima od lokalnih poreza te provesti reformu neporeznih prihoda s obzirom na to da u Republici Hrvatskoj postoji velik broj neporeznih prihoda.

Lokalna samouprava percipira se kao upravljački i ekonomski problem, umjesto kao vrijedan resurs te stečevina demokratskih i civilizacijskih procesa. U trenutku nastojanja ekonomske politike za ostvarivanjem viših stopa gospodarskog rasta, lokalni sektor mora svojim djelovanjem biti dio potencijala za ostvarivanje tog cilja. Navedeno se može ostvariti prvenstveno povećanja

nom investicijskom ulogom lokalnih jedinica pri čemu su ključni veći financijski kapaciteti, s obzirom na to da o njima ovisi stvarna mogućnost zadovoljavanja potreba stanovnika koji žive na području te jedinice.

U budućim istraživanjima nužno je fokusirati se na fiskalnu autonomnost lokalnih jedinica u Republici Hrvatskoj te kreiranje prikladnog sustava fiskalnog izravnavanja. Istodobno treba paziti da središnja razina vlasti zadrži određenu razinu kontrole nad potrošnjom nižih razina vlasti kako ne bi došlo do neadekvatno oblikovanog sustava prihoda koji može rezultirati neefikasnim trošenjem i nagomilavanjem fiskalnih deficita nižih razina vlasti i time dovesti u opasnost makroekonomsku stabilnost cijele zemlje.

LITERATURA

1. Allain-Dupré, D. (2018). Assigning responsibilities across levels of government: Trends, challenges and guidelines for policy-makers. *OECD Working Papers on Fiscal Federalism*, 24, OECD Publishing, Paris, doi: 10.1787/f0944eae-en.
2. Bahl, R. W. i Bird, R. M. (2008). Subnational taxes in developing countries: The way forward. *Public Budgeting and Finance*, 28(4), 1–25. doi: 10.2139/ssrn.1273753
3. Bajo, A. (2007). Fiskalna decentralizacija. U: K. Ott (ur.), *Javne financije u Hrvatskoj* (str. 53-74). Zagreb: Institut za javne financije
4. Bajo, A. i Bronić, M. (2004). Fiskalna decentralizacija u Hrvatskoj: problem fiskalnog izravnavanja. *Financijska teorija i praksa*, 28(4), 445-467. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/5722>
5. Bajo, A. i Bronić, M. (2007). Mogu li sve općine i gradovi u Hrvatskoj pružati adekvatne javne usluge? *Newsletter: Institut za javne financije*, 30, 1-7. Preuzeto s: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:242:917794>
6. Bajo, A. i Primorac, M. (2014). Fiskalna decentralizacija i fiskalna neravnoteža u državama članicama Europske unije. *Hrvatska i komparativna javna uprava*, 14(2). Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/129898>
7. Bajo, A., Primorac, M. i Drezgić, S. (2020). Fiskalni federalizam. U: A. Bajo i M. Primorac (ur.), *Financije županija, gradova i općina* (str. 89-127). Zagreb: Ekonomski fakultet, Sveučilište u Zagrebu
8. Bird, R. M. (2011). Subnational Taxation in Developing Countries: A review of the Literature. *Journal of International Commerce, Economics and Policy*, 2(1), 139-161. doi: 10.1142/S1793993311000269

9. Blöchliger, H. i King, D. (2006). Fiscal Autonomy of Sub-central Governments, *OECD Working Papers on Fiscal Federalism*, 2, OECD Publishing, Paris, doi: 10.1787/5k97b127pc0t-en
10. Boyne, G. A. (1996). Competition and Local Government: A Public Choice Perspective. *Urban Studies*, 33(4-5), 703-721. doi:10.1080/00420989650011799
11. Brennan, G. i Buchanan, J. (1980). *The Power to Tax: Analytical Foundations of a Fiscal Constitution*. Cambridge: Cambridge University Press.
12. Državni zavod za statistiku (2023). *Statistika u nizu*, Preuzeto 06.06.2023. s <https://podaci.dzs.hr/hr/statistika-u-nizu/>
13. Ebel, R. i Yilmaz, S. (2002a). Način mjerenja fiskalne decentralizacije i njezin utjecaj na makroekonomske pokazatelje. U: K. Ott, A. Bajo, i M. Pitarević (ur.), *Fiskalna decentralizacija u Hrvatskoj* (str. 27-42). Zagreb i Budimpešta: Institut za javne financije i The Fiscal Decentralization Initiative for Central and Eastern Europe
14. Eurostat (2023). *Annual Government finance statistics*, Eurostat Database, Preuzeto 15.09.2023. s <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>
15. Goldsmith, M. (1995). Autonomy and City Limits. U: D. Judge, G. Stocker i H. Wolman (ur.), *Theories of Urban Politics*, (str. 228-252). London: Sage
16. Kee, J. E. (2003). *Fiscal decentralization: Theory of reform*. Washington: The George Washington University.
17. Koprić, I. i Đulabić, V. (2018). Evaluation of the Decentralisation Programme in Croatia: Expectations, Problems and Results. U: I. Koprić, H. Wollmann i G. Marcou (ur.), *Evaluating Reforms of Local Public and Social Services in Europe: More Evidence for Better Results* (str. 243-260). London, UK: Palgrave Macmillan
18. Ministarstvo financija Republike Hrvatske (2021). *Izvršaj o prihodima i rashodima, primicima i izdacima (Obrazac PR-RAS), Ministarstvo financija, razdoblje od 2002.-2020. godine*. Preuzeto 05.05.2023. s <https://mfin.gov.hr/istaknute-teme/lokalna-samouprava/financijski-izvjestaji-jlp-r-s/203>
19. Oates, W. E. (1972). *Fiscal Federalism*, New York: Harcourt, Brace, Jovanovich.
20. Pravilnik o proračunskom računovodstvu i računskom planu NN 124/14 (NN 108/20). Preuzeto 20.06.2023. s: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_10_124_2374.html
21. Qian, Y. i Weingast, B. (1997). Federalism as a Commitment to Reserving Market Incentives. *Journal of Economic Perspectives*, 11(4), 83-92. doi: 10.1257/jep.11.4.83
22. Šimović, H. i Deskar-Škrbić, M. (2020). *Ekonomika javnog sektora: s hrvatskih primjerima*. Zagreb: Arhivanalitika.

23. Škarica, M. (2013). Lokalni djelokrug u svjetlu novih funkcija i uloga lokalne samouprave. U: I. Koprić (ur.), *Reforma lokalne i regionalne samouprave u Hrvatskoj* (str. 55–98). Zagreb: Institut za javnu upravu i Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu
24. Tiebout, C. M. (1956). A Pure Theory of Local Expenditures. *Journal of Political Economy*, 64(5), 416–424. doi: 10.1086/257839
25. Ustav Republike Hrvatske NN 56/90 (NN 05/14). Preuzeto 20.06.2023. s <https://www.zakon.hr/z/94/Ustav-Republike-Hrvatske>
26. Warren, N. (2006). *Benchmarking Australia's Intergovernmental Fiscal Arrangements: Final Report*. Preuzeto: 10.04.2023. s <https://apo.org.au/node/8522>
27. Whitney, S., Fenning, K., Skalski, P. i Clarence, E. (2018). *A Call for Greater Fiscal Autonomy for Our Cities*. Preuzeto 12.05.2023. s: https://www.corecities.com/sites/default/files/field/attachment/Metro%20Dynamics_Core%20cities%20report_V12.pdf
28. Wolman, H. i Goldsmith, M. (1990). Local Autonomy as a Meaningful Analytic Concept. Comparing Local Government in the United States and in the United Kingdom. *Urban Affairs Quarterly*, 26(1), 3–27. doi: 10.1177/004208169002600101
29. Zakon o financiranju jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave NN 127/17 (151/22). Preuzeto 20.06.2023. s <https://www.zakon.hr/z/411/Zakon-o-financiranju-jedinica-lokalne-i-podru%C4%8Dne-%28regionalne%29-samouprave>
30. Zakon o komunalnom gospodarstvu NN 68/18 (NN 32/20). Preuzeto 20.06.2023. s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2018_07_68_1393.html
31. Zakon o lokalnim porezima NN 115/16 (NN 114/22). Preuzeto 20.06.2023. s <https://www.zakon.hr/z/875/Zakon-o-lokalnim-porezima>
32. Zakon o lokalnoj i područnoj (regionalnoj) samoupravi NN, 33/01 (NN 144/20). Preuzeto 20.06.2023. s <https://www.zakon.hr/z/132/Zakon-o-lokalnoj-i-podru%C4%8Dnoj-%28regionalnoj%29-samoupravi>
33. Zakon o porezu na promet nekretnina NN 115/16, (NN 106/18). Preuzeto 20.06.2023. s <https://www.zakon.hr/z/69/Zakon-o-porezu-na-promet-nekretnina>
34. Zakon o proračunu NN 144/21. Preuzeto 20.06.2023. s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2021_12_144_2457.html
35. Zakon o regionalnom razvoju Republike Hrvatske NN 147/14, (NN 118/18). Preuzeto 20.06.2023. s <https://www.zakon.hr/z/239/Zakon-o-regionalnom-razvoju-Republike-Hrvatske>

POTENCIJAL INVESTICIJSKIH CIKLUSA KOHEZIJSKIH FONDOVA: OSJEČKO- BARANJSKA ŽUPANIJA I GRAD ĐAKOVO

Pregledni rad

Maja Vizjak

Institut za istraživanje migracija
Trg Stjepana Radića 3
Zagreb
maja.vizjak@imin.hr

Sažetak

Strateški razvoj preko projektnih aktivnosti programa za razvoj fondova EU-a najveći je investicijski ciklus u povijesti Hrvatske. Kohezijskom politikom Europska komisija je Operativnim programima Konkurentnosti i kohezije potaknula rast gospodarstva i stimulirala otvaranje novih radnih mjesta. Temelji za procjenu investicijskih programa su analiza socioekonomskog stanja te detektiranje prepreka za rast i razvojne potrebe. Korištenjem ovih fondova ubrzat će se proces rasta i održivog razvoja čime će se uravnotežiti gospodarski i društveni status potreban za osiguravanje kvaliteta življenja. Cilj je ovoga rada analiza projekata kroz kohezijske fondove u Osječko-baranjskoj županiji i gradu Đakovu te posljedični gospodarsko-demografski učinci u okruženju promatrane regije. Osječko-baranjska županija je na šestom mjestu po ukupnim alokacijama. U Osječko-baranjskoj županiji najvažnije se investiralo u sektor poljoprivrede, IT sektor i razvoj kontinentalnog turizma dok se u gradu Đakovu investiralo u proizvodnju u malim i srednjim poduzećima te na projekte obnove energetske učinkovitosti. Znanstveni doprinos ovoga rada očituje se u detekciji učinaka dosadašnjih raznih čimbenika te razmatranju daljnjih razvojnih strategija.

Ključne riječi: Europski fond za regionalni razvoj, Operativni program Konkurentnost i kohezija, Osječko-baranjska županija, grad Đakovo

INVESTMENT CYCLES OF COHESION FUNDS: OSIJEK-BARANJA COUNTY AND THE CITY OF ĐAKOVO

Abstract

Strategic development through project activities of the program for the development of EU funds, the largest investment cycle in the history of Croatia. With the Cohesion Policy, the European Commission's Competitiveness and Cohesion Operational Programs stimulated the growth of the economy and stimulated the creation of new jobs. The basis for evaluating investment programs is the analysis of the socioeconomic situation and the detection of obstacles to growth and development needs. By using these funds, the process of growth and sustainable development will be accelerated, which will balance the economic and social status needed to ensure the quality of life. The aim of this work is the analysis of projects through cohesion funds in Osijek-Baranja County and the city of Đakovo, as well as the demographic and economic effects in the environment of the observed region. Osijek-Baranja County is in sixth place in terms of total allocation. In the Osijek-Baranja County, the most important investments were made in the agricultural sector, the IT sector and the development of continental tourism, while in the city of Đakovo, investments were made in production in small and medium-sized enterprises and in energy efficiency renovation projects. The scientific contribution of this work is manifested in the detection of the effects of various factors so far and the consideration of further development strategies.

Keywords: European Fund for Regional Development, Competitiveness and Cohesion Operational Program, Osijek-Baranja County, Đakovo city

1. UVOD

Kohezijska politika sufinancira projekte od regionalno gospodarskog značaja. Investicije su najvažniji pokretač gospodarskog rasta, a za posljedicu će imati produktivnost i bolji životni standard s ciljem smanjenja razlika u stupnju razvijenosti regija što će spriječiti daljnju demografsku devastaciju slabije razvijenih krajeva. Istraživačko pitanje ovoga istraživanja odnosi se na analizu najznačajnijih investicija, a one su se realizirale Operativnim programom

Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020. te realnim učinkom na demografske čimbenike. Osječko-baranjska županija jedna je od takvih regija te bilježi negativni migracijski saldo, broj stanovnika opada te je negativan prirodni prirast. U Osječko-baranjskoj županiji najvažnije su se investicije u novije vrijeme odnosile na sektor poljoprivrede, IT sektor i razvoj kontinentalnog turizma. Na području županije osnovano je više od 80 poduzetničkih zona dok je iz Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020. prihvaćeno za realizaciju 576 projekata. U gradu Đakovu Operativnim programom Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020. najviše investicija bilo je u usmjereno prema ulaganjima u proizvodnju u malim i srednjim poduzećima te na projekte obnove energetske učinkovitosti gdje je ukupno prihvaćeno za realizaciju 49 projekata. Prema provedenoj anketi građani Đakova podržavaju investicije u gospodarstvo te su održavanje komunalnog sustava ocijenili kao najboljom, a privlačenje stranih ulagača najgorom kategorijom. Veliki strateški projekt koji se planira u gradu Đakovu jest digitalna transformacija Smart City Đakovo kako bi se javni sektor efikasnije približio svojim uslugama građanstvu i poduzetništvu. Prema istraživanju Analiza digitalne spremnosti Hrvatskih gradova provedenom 2019., gdje je Đakovo promatran u kategoriji manjih gradova (do 50 000 stanovnika), prema indeksu digitalne spremnosti nalazi se na 10. mjestu, prema participaciji građana u odlučivanju nalazi na 2. mjestu dok je prema mjeranju dostupnost i otvorenost gradskih podataka ocijenjen s 0 bodova. Prema dostupnost i kvaliteta e-usluga građanima prema kategorijama gradova, kao i prema udjelu administrativnih postupaka prema stupnju digitalizacije, Đakovo je na dnu ljestvice u kategoriji manji gradovi. U kategorijama moguće je pokrenuti postupak online i cijeli postupak se odvija online Đakovo nije zastupljeno. Projekt digitalne transformacije imat će veliki doprinos u daljnjem razvoju grada, a nove strateške ciljeve potrebno je razvijati ovisno o postignućima prethodnih. Učinci dosadašnjih aktivnosti nisu bili dovoljni da zadrže i privlače stanovništvo, stoga ove regije bilježe negativne gospodarsko-demografske čimbenike. Metodologija korištena u istraživanju je analiza kvantitativnih značajki, analizom statističkih podataka pri čemu se uspoređuju vrijednosti i parametri vrijednosnih značajki.

2. OPERATIVNI PROGRAM KONKURETNOST I KOHEZIJA

Republici Hrvatskoj kao članici Europske unije na raspolaganju su Strukturni instrumenti – Europski fond za regionalni razvoj, Europski socijalni fond i Kohezijski fond. Operativni program Konkurentnost i kohezija – OPKK temeljni je programski dokument kojim se provodi kohezijska politika. Sufinan-

cira se iz Europskog fonda za regionalni razvoj (EFRR) i Kohezijskog fonda (KF), a njegova se strategija temelji na koncentraciji ulaganja s ciljem smanjenja razlika u stupnju razvijenosti regija u EU-u te poboljšanju životnog standarda. Prioritetna su područja ona koja su trajno gospodarski i demografski narušena te ona s niskom gustoćom naseljenosti kao što su otoci, pogranični krajevi i planinske regije. Europski fond za regionalni razvoj ima dva glavna cilja, i to ulaganje u rast i zapošljavanje jačanjem tržišta rada i regionalnog gospodarstva te europska teritorijalna suradnja, u cilju jačanja prekogranične, transnacionalne i međuregionalne suradnje unutar EU-a.

Tijekom programskog razdoblja 2014. – 2020. Europska je unija za svoju kohezijsku politiku dodijelila više od 350 milijardi EUR, tj. 32,5 % ukupnog proračuna EU-a za to razdoblje. EFRR-u je dodijeljeno približno 199 milijardi EUR od čega 9,4 milijarde EUR za europsku teritorijalnu suradnju i 1,5 milijardi EUR posebne dodjele sredstava za najudaljenije i slabo naseljene regije. U manje razvijenim regijama može se financirati do 85 % troškova projekta dok se u tranzicijskim regijama može financirati do 60 % troškova projekta, a u razvijenijim regijama do 50 %. U razdoblju od 2014. do 2020. glavni su prioriteti: istraživanja i inovacije, informacijske i komunikacijske tehnologije, mala i srednja poduzeća (MSP-ovi) te promicanje gospodarstva s niskom emisijom ugljika (Kolodziejski, 2022).

Kohezijski fond osnovan je u svrhu jačanja ekonomske, socijalne i teritorijalne kohezije Europske unije u interesu promicanja održivog razvoja državama članicama čiji je bruto nacionalni dohodak po stanovniku od 90 % prosjeka EU-a. Kohezijski fond je u razdoblju 2014. – 2020. u okviru Instrumenta za povezivanje Europe (CEF) pružio potporu u iznosu od 11,3 milijarde EUR za projekte prometne infrastrukture s europskom dodanom vrijednosti (Kolodziejski, 2022). U programskom razdoblju 2014. – 2020. i 2021. – 2027. podupiru se projekti potpore: ulaganja u okoliš, uključujući područja povezana s održivim razvojem i energijom te izgradnjom i izgradnja transeuropske mreže u okviru prometne infrastrukture. Članice koje su povukle najviše sredstava u razdoblju 2014. – 2020. su: Poljska s 23 207,9 milijuna EUR, Rumunjska 6 934,9 milijuna EUR, Češka 6 258,9 milijuna EUR, Mađarska 6 025,4 milijuna EUR (Portal Europske komisije za otvoreni pristup podacima o ESIF-u, 2017).

Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije zaduženo je za pripremu Programa Konkurentnost i kohezija 2021. – 2027. i Integriranog teritorijalnog programa 2021. – 2027. Dodijeljena sredstva iz Kohezijskog fonda za razdoblje 2014. – 2020. iznosila su 2 559,5 milijuna EUR dok je za program Konkurentnost i kohezija 2021. – 2027. predviđen fond od 38,6 milijardi kuna, a za Integrirani teritorijalni program 2021. – 2027. fond je 11,5 milijardi kuna (Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije, 2022). Re-

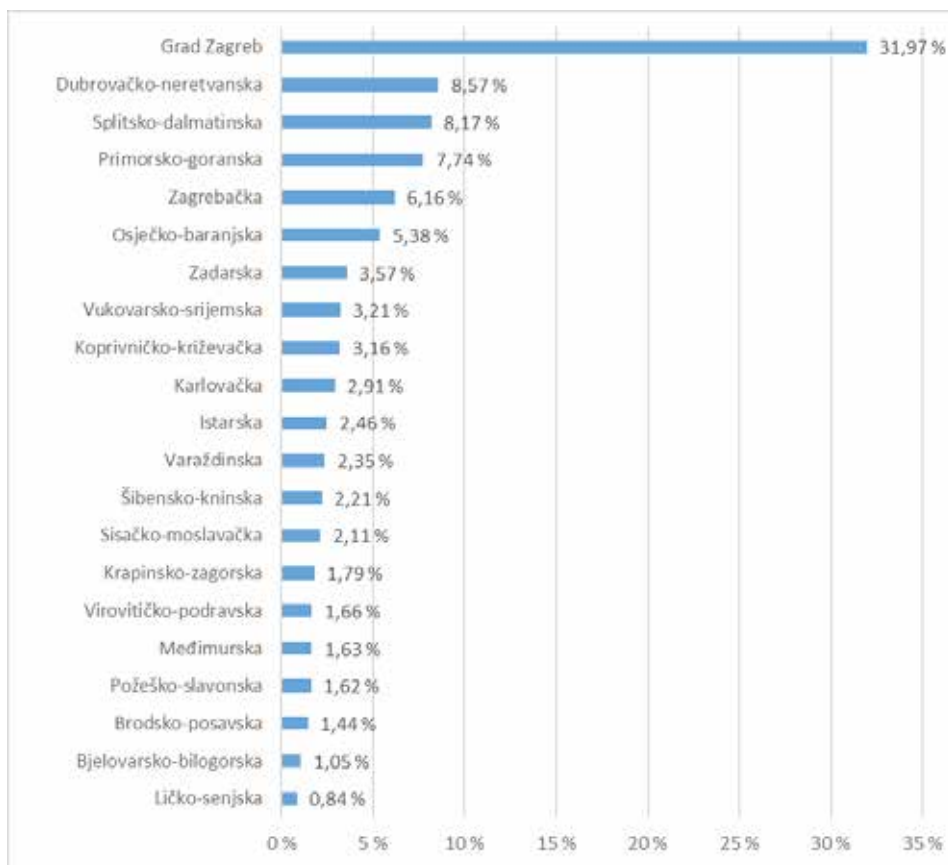
publika Hrvatska je za financijsko razdoblje 2014. – 2020. kao prioritete odredila sljedećih šest područja: inovativno i konkurentno poslovno i istraživačko okruženje, energetska učinkovitost, obnovljivi izvori energije i zaštita prirodnih resursa, održiva i moderna prometna i mrežna infrastruktura, povećanje sudjelovanja na tržištu rada i podizanje razine kvalitete obrazovnog sustava, smanjenje siromaštva i socijalna uključenost, potpora kvaliteti i učinkovitosti sustava javne uprave i pravosuđa (internetska stranica Konkurentnost i kohezija – InterMedia Projekt).

Republika Hrvatska je od pristupanja Europskoj uniji do 30. lipnja 2022. uplatila u europski proračun oko 4,37 milijardi eura, odnosno oko 32,92 milijardi kuna, dok je u istom razdoblju Republici Hrvatskoj iz europskog proračuna uplaćeno 12,76 milijardi eura, odnosno oko 96,19 milijardi kuna. U okviru OPKK-a iz Europskog fonda za regionalni razvoj (EFRR) i Kohezijskog fonda (KF) na raspolaganju je ukupno 6,83 milijardi eura od čega 4,7 milijardi eura iz EFRR-a i 2,13 milijardi eura iz KF-a. Kada se tome pridoda nacionalno sufinanciranje, ukupna vrijednost iznosi 8,02 milijardi eura (Izvješće o korištenju europskih strukturnih i investicijskih fondova, 2022).

3. INVESTICIJSKI CIKLUSI KROZ KOHEZIJSKE FONDOVE NA PRIMJERU OSJEČKO-BARANJSKE ŽUPANIJE

Konkurentnosti regija temelje se na snažnom lokalnom gospodarstvu zajednice i poduzeća, a ostvaruje se prepoznavanjem, poticanjem i upravljanjem razvojnim potencijalima datog područja. Budući da našu zemlju konstantno prati negativan migracijski saldo treba znatnije posegnuti za sredstvima programa kohezije. Cilj je razvijanje poduzetničke klime ovakvim investicijskim ciklusima. Što je lokalna sredina manje okrenuta poduzetnicima, veća je i želja za napuštanjem toga kraja. Grafikon 1 daje prikaz rasprostranjenosti projekata prema županijama u RH u projektom razdoblju 2014. – 2020. Osječko-baranjska županija je s 5,38% na šestom mjestu po ukupnim alokacijama gdje prednjači grad Zagreb zbog resursa, kapaciteta i potražnje samoga tržišta.

Grafikon 1. Grafički prikaz geografske rasprostranjenosti projekata u okviru shema dodjele bespovratnih sredstava Operativnog programa Konkurentnost i kohezija od početka provedbe do kraja izvještajnog razdoblja 30. lipnja 2022.



Izvor: Izvješće o korištenju europskih strukturnih i investicijskih fondova, 2022.

U Osječko-baranjskoj županiji najvažnije su se investicije u novije vrijeme odnosile na sektor poljoprivrede, IT sektor i razvoj kontinentalnog turizma. Na području županije osnovano je više od 80 poduzetničkih zona. U tijeku su investicije od 145 milijuna kuna u dva regionalna centra kompetentnosti u županiji, započela je izgradnja Gospodarskog centra Osijek u vrijednosti od 355 milijuna kuna, u provedbi je projekt IT park Osijek u vrijednosti od 36 milijuna kuna, 2023. Otvoren je Regionalni distribucijski centar za voće i povrće u vrijednosti od 101 milijuna kuna (Županije – razvojna raznolikost i gospodarski potencijal, 2021). Detekcija problema ukazuje na nedostatak radnika s potrebnim znanji-

ma, vještinama i kompetencijama što je sve izraženiji problem županije. Tablica 1 prikazuje opće pokazatelje demografskog i gospodarskog stanja županije po godinama gdje zamjećujemo kontinuirani pad broja stanovništva, negativan prirodni prirast te negativan migracijski saldo. Migracijski saldo s drugim županijama 2008. – 2017. godine kumulativno u Osječko-baranjskoj županiji iznosi – 5.883. Na dnu ljestvice je Vukovarsko-srijemska županija s – 8.958, Brodsko-posavska s – 7.137 i Sisačko-moslavačka s – 5.948. Migracijski saldo s inozemstvom 2008. – 2017. godine kumulativno u Osječko-baranjskoj županiji iznosi – 11.9563. Ukupne migracije u 2021. godini prikazane su u tablicama 2 i 3. Na dnu ljestvice je Sisačko-moslavačka županija s – 12.952 (Demografski podaci po županijama, 2019). Investicije su u novije vrijeme značajne te broj poduzetnika raste, no i dalje se gospodarski učinci ne prelijevaju na opće demografske pokazatelje. Najviše investicija Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020. bilo je usmjereno prema razvoju malog i srednjeg poduzetništva, no učinci nisu dovoljni da zadržavaju i privlače stanovništvo. Broj zaposlenih, promatrano zadnjih 20 godina, blago raste, dok broj nezaposlenih u istom periodu drastično pada zbog pojačanog migracijskog salda što je razvidno iz tablice 4.

Tablica 1. Opći pokazatelji demografskog i gospodarskog stanja u Osječko-baranjskoj županiji 2016./2020.godini

Pokazatelji	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.
Broj stanovnika	290.412	283.035	277.277	272.673	269.511
Prirodni prirast stanovništva	– 1.418	– 1.519	– 1.547	– 1.622	– 2.108
Broj odseljenog stanovništva	5.744	7.233	5.717	5.040	3.543
Saldo ukupne migracije	– 3.952	– 5.460	– 3.542	– 2.557	– 948
Saldo migracije s inozemstvom	– 3.112	– 4.496	– 2.756	– 1.844	– 704
Saldo migracije s drugim županijama	– 840	– 964	– 786	– 713	– 244
Broj poduzetnika	4.764	5.103	5.551	5.787	5.869

Broj tvrtki među 1000 najvećih po ukupnim prihodima u Hrvatskoj	48	41	41	-	43
Inozemna izravna ulaganja (FDI)	32,0 mil EUR	11,8 mil EUR	30,9 mil EUR	8,2 mil EUR	- 15,6 mil EUR

Izvor: Županije – razvojna raznolikost i gospodarski potencijal 2021./2022.

Tablica 2. Unutarnje migracije u Osječko-baranjskoj županiji u 2021. godini

Doseljeni		Odseljeni		Preseljeno stanovništvo unutar županije		Saldo migracije među županijama
Ukupno	Iz druge županije	Ukupno	U drugu županiju	Među naseljima istoga grada/općine	Među gradovima/općinama iste županije	
4 694	1 313	4 941	1 560	1 116	2 265	- 247

Izvor: Migracije stanovništva RH u 2021. (2022).

Tablica 3. Ukupno doseljeno i odseljeno stanovništvo u Osječko-baranjskoj županiji u 2021. godini

Doseljeni		Odseljeni		Saldo ukupne migracije	Saldo migracije među županijama	Saldo migracije s inozemstvom
Ukupno	Iz inozemstva	Ukupno	U inozemstvo			
2 589	1 267	3 802	2 242	- 1 222	- 247	- 975

Izvor: Migracije stanovništva RH u 2021. (2022).

Tablica 4. Statistički podatci o zaposlenosti/nezaposlenosti te neto/bruto plaći u Osječko-baranjskoj županiji po godinama 2002./2021.

Godina	Ukupno zaposleni	Ukupno nezaposleni	Neto plaća (euro)	Bruto plaća (euro)
2002.	80 860	38 745	438	605
2003.	81 928	35 742	470	648
2004.	88 028	33 860	488	677
2005.	88 174	34 368	515	714
2006.	91 738	32 363	535	746
2007.	94 569	30 214	572	805
2008.	97 203	27 423	611	862
2009.	94 134	28 673	625	880
2010.	86 733	34 724	634	887
2011.	87 035	34 724	649	902
2012.	86 146	35 700	665	925
2013.	80 960	38 221	674	936
2014.	77 092	40 208	667	927
2015.	76 556	35 221	686	939
2016.	77 220	31 245	683	934
2017.	79 391	26 346	717	969
2018.	81 436	21 900	740	1005
2019.	83 462	17 834	761	1038
2020.	85 426	17 202	799	1089
2021.	87 076	17 645	-	-

Izvor: Analiza autora iz podataka Statistika u nizu, Zaposleni prema spolu po županijama (2022).

Iz Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020. u Osječko-baranjskoj županiji prihvaćeno je za realizaciju 576 projekata, a tablica 5 prikazuje one najveće. Najviše investicija bilo je usmjereno prema razvoju malog i srednjeg poduzetništva te obnovi energetske učinkovitosti. Podjela projekata prema prioritetnim osima s brojem projekata:

001 – Generičko ulaganje u proizvodnju u malim i srednjim poduzećima – 219 projekata

- 013 – Obnova energetske učinkovitosti javne infrastrukture, demonstracijski projekti i mjere potpore – 98 projekata
- 014 – Obnova energetske učinkovitosti postojećih stanova, demonstracijski projekti i mjere potpore – 44 projekta
- 017 – Gospodarenje kućanskim otpadom (uključujući smanjivanje količine, odvajanje, mjere recikliranja) – 31 projekt
- 072 – Poslovna infrastruktura za MSP-ove (uključujući industrijske parkove i pogone) – 21 projekt
- 055 – Ostala socijalna infrastruktura koja doprinosi regionalnom i lokalnom razvoju – 19 projekata
- 064 – Procesi istraživanja i inovacija u MSP-ovima – 19 projekata
- 066 – Napredne usluge potpore za MSP-ove i grupe MSP-ova – 15 projekata
- 043 – Infrastruktura čistog gradskog prometa i promicanje – 14 projekata
- 018 – Gospodarenje kućanskim otpadom (uključujući mehaničku biološku obradu, termalnu obradu, spaljivanje i mjere odlaganja) – 12 projekata
- 094 – Zaštita, razvoj i promicanje javnih kulturnih resursa i resursa naslijeđa – 10 projekata
- 121 – Priprema, provedba, praćenje i inspekcija – 10 projekata
- 060 – Aktivnosti istraživanja i inovacija u javnim istraživačkim centrima i centrima kompetencije uključujući umrežavanje – 8 projekata
- 056 – Ulaganje u infrastrukturu, kapacitete i opremu u MSP-ovima izravno povezanim s aktivnostima istraživanja i inovacija – 7 projekata
- 010 – Obnovljiva energija: solarna energija – 6 projekata
- 020 – Pružanje vode za ljudsku uporabu (ekstrakcija, obrada, skladištenje i distribucijska infrastruktura) – 5 projekata
- 095 – Razvoj i promicanje javnih kulturnih usluga i usluga naslijeđa – 5 projekata
- 087 – Prilagodba mjerama borbe protiv klimatskih promjena i sprečavanje i upravljanje rizicima povezanim s klimom – 4 projekta
- 091 – Razvoj i promicanje turističkog potencijala prirodnih područja – 4 projekta
- 053 – Zdravstvena infrastruktura – 3 projekta
- 068 – Energetska učinkovitost i demonstracijski projekti u MSP-ovima i mjere potpore – 3 projekta
- 070 – Promicanje energetske učinkovitosti u velikim poduzećima – 3 projekta
- 049 – Obrazovna infrastruktura za visoko obrazovanje – 2 projekta
- 089 – Sanacija industrijskih područja i onečišćenog zemljišta – 2 projekta
- 050 – Obrazovna infrastruktura za strukovno obrazovanje i osposobljavanje i učenje odraslih – 2 projekta
- 011 – Obnovljiva energija: biomasa – 1 projekt
- 016 – Visokoučinkovita kogeneracija i centralizirano grijanje – 1 projekt

- 021 – Vodno gospodarstvo i očuvanje pitke vode – 1 projekt
- 022 – Obrada otpadnih voda – 1 projekt
- 041 – Unutarnji plovni putovi i luke – 1 projekt
- 044 – Pametni prometni sustavi – 1 projekt
- 058 – Infrastruktura za istraživanje i inovacije – 1 projekt
- 059 – Infrastruktura za istraživanje i inovacije – 1 projekt
- 061 – Aktivnosti istraživanja i inovacija u privatnim istraživačkim centrima uključujući umrežavanje – 1 projekt
- Zaštita i poboljšanje biološke raznolikosti, zaštita prirode i zelena infrastruktura – 1 projekt

4. INVESTICIJSKI CIKLUSI I PLAN RAZVOJA GRADA ĐAKOVA

U gradu Đakovu broj stanovništva kontinuirano opada (tablica 5). Promatrajući zaposlenost zadnjih desetak godina evidentan je veliki pad broja zaposlenih 2013., a tek 2018. godina opet se izjednačuje s prethodnim razdobljem i nakon toga se kreće oko 5 600 što je prikazano u tablici 6. Promatrano zadnjih desetak godina, Đakovo bilježi negativan migracijski saldo, a najveći broj stanovništva migrira u inozemstvo (tablica 7). Najveće investicije su iz Operativnog programa Konkurentnost i kohezija, a veliki projekt koji se planira jest digitalna transformacija Smart City Đakovo kako bi se javni sektor efikasnije približio svojim uslugama građanstvu i poduzetništvu. Građani Đakova podržavaju investicije u gospodarstvo.

Tablica 5. Broj stanovništva u gradu Đakovu po godinama 2011./2021.

2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
27 721	27 659	27 551	27 238	26 865	26 433	25 813	25 412	25 063	24 853	23 470

Izvor: Analiza autora iz Gradovi i općine u statistici, statistika u nizu (2023)

Tablica 6. Zaposleni u pravnim osobama u gradu Đakovu po godinama 2011./2021.

2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
5 215	5 617	4 670	4 836	4 815	4 559	5 185	5 684	5 620	5 520	5 502

Izvor: Analiza autora iz Gradovi i općine u statistici, statistika u nizu (2023)

Tablica 7. Doseljeno i odseljeno stanovništvo u gradu Đakovu po godinama 2011./2021.

Godina	Doseljeni				Odseljeni			
	Ukupno	Iz drugoga grada/općine iste županije	Iz druge županije	Iz inozemstva	Ukupno	U drugi grad/općinu iste županije	U drugu županiju	U inozemstvo
2011.	366	130	116	39	393	101	182	29
2012.	313	107	91	44	408	112	179	46
2013.	359	141	134	17	446	142	202	45
2014.	393	140	130	40	643	151	244	165
2015.	446	184	127	56	731	142	237	273
2016.	325	126	89	54	665	120	212	277
2017.	354	123	102	53	868	104	199	489
2018.	456	153	101	91	793	123	351	427
2019.	427	156	106	96	697	132	205	291
2020.	461	139	132	127	530	91	144	232
2021.	437	115	122	129	525	107	167	180

Izvor: Analiza autora iz Gradovi i općine u statistici, statistika u nizu (2023)

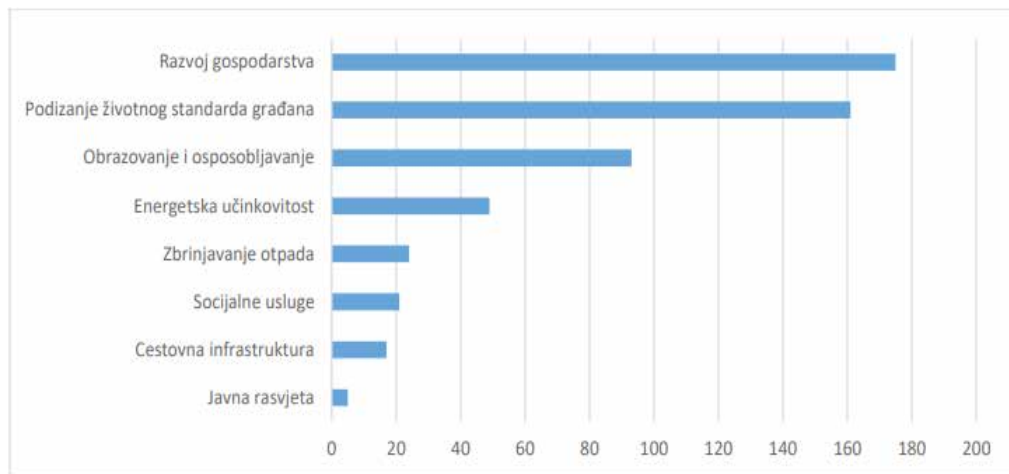
Investicije iz kohezijskih fondova predstavljaju plan za razvoj grada Đakova. Definirani su ključni strateški ciljevi, uspostavljeni referentni okvir i platforma koja će pratiti pokazatelje. Na razini Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020. najviše investicija bilo je usmjereno prema ulaganjima u proizvodnju u malim i srednjim poduzećima te na projekte obnove energetske učinkovitosti. U gradu Đakovu ukupno je prihvaćeno za realizaciju 49 projekata, a tablica 9 prikazuje one najveće. Podjela projekata prema prioritetnim osima s brojem projekata:

- 001 – Generičko ulaganje u proizvodnju u malim i srednjim poduzećima – 24 projekta
- 014 – Obnova energetske učinkovitosti postojećih stanova, demonstracijski projekti i mjere potpore – 8 projekata

- 010 – Obnovljiva energija: solarna energija – 4 projekta
- 013 – Obnova energetske učinkovitosti javne infrastrukture, demonstracijski projekti i mjere potpore – 4 projekta
- 017 – Gospodarenje kućanskim otpadom – 3 projekta
- 018 – Gospodarenje kućanskim otpadom – 1 projekt
- 020 – Pružanje vode za ljudsku uporabu – 1 projekt
- 022 – Obrada otpadnih voda – 1 projekt
- 055 – Ostala socijalna infrastruktura koja doprinosi regionalnom i lokalnom razvoju – 1 projekt
- 064 – Procesi istraživanja i inovacija u MSP-ovima – 1 projekt
- 095 – Razvoj i promicanje javnih kulturnih usluga i usluga naslijeđa – 1 projekt

S ciljem utvrđivanja referentnog okvira i rađenja platforme pokazatelja propitani su stavovi građana anketiranjem. Anketa je rađena u svrhu identifikiranja stavova i potreba građana. Propitani su stavovi o trenutnom viđenju grada Đakova te o daljnjim očekivanjima građana u kojem ga smjeru treba voditi. Na anketno pitanje *Odaberite 3 područja u koja bi, po Vašem mišljenju, grad Đakovo trebao koncentrirati svoja ulaganja?* najviše ispitanika, njih 63% (između 36 i 45 godina) te 60 % (između 26 i 35 godina), izjasnilo se da treba investirati u razvoj gospodarstva te u podizanje životnog standarda građana (graf 2).

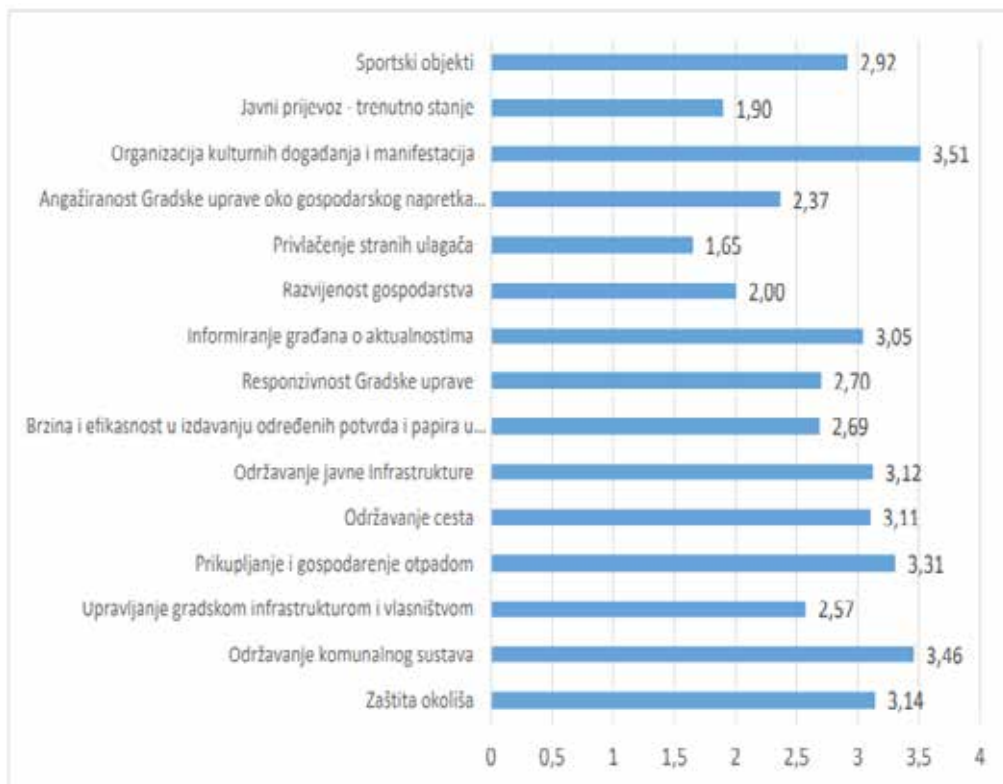
Graf 2. Rezultati ankete o budućem razvoju grada Đakova, 2020. godine



Izvor: Smart city Đakovo, 2020.

Anketni ispitanici zadovoljavajućim su ocijenili sve segmente gradskog sustava te su najbolje ocijenili održavanje komunalnog sustava, a najgore privlačenje stranih ulagača (graf 3).

Graf 3. Rezultati ankete zadovoljstvo građana različitim segmentima gradskog života, 2020. godine



Izvor: Smart city Đakovo, 2020.

U sljedećem razdoblju planira se koncept razvoja pametnog grada ulaganjem u infrastrukturu i nove tehnologije. Detektiran je nedostatak digitalizacije poslovnih procesa i procesa odlučivanja dok bi se provedbom ovoga projekta objedinjavale i organizirale baze podataka. Osnovni je cilj bolje vođenje grada te ostvarenje privlačnijeg mjesta za život građanima. Koncept pruža nov pristup strategiji razvoja grada na osnovu razvoja tehnologija, inovacija i kreativnosti kako bi se povećala konkurentnost grada. Ciljevi koje ova strategija želi ostvariti su (Smart city Đakovo, 2020):

1. stvaranje digitalnog ekosustava grada za sve njegove korisnike
2. korištenje digitalnih tehnologija za sveobuhvatni razvoj gospodarstva
3. korištenje pametnih rješenja za održivi razvoj i očuvanje okoliša
4. korištenje pametnih rješenja za razvoj Đakova kao „grada po mjeri čovjeka”.

Ovi ciljevi su u strategiji razrađeni kroz 11 prioriteta, 22 mjere i 44 indikativne aktivnosti, sve s ciljem kako bi se osigurali preduvjeti za stvaranje Pametnog grada Đakova, a naglasak je stavljen na stvaranje digitalnog ekosustava grada. Digitalna transformacija javnog sektora usmjerena je na agilnost i vidljivost procesa, organizacija i ljudi. Digitalna transformacija javne uprave u fokusu ima korisnike, a time se daje na dodatnoj vrijednosti koju uprava pruža građanima. Digitalna transformacija proces je s više faza. Kada se uvede, potrebno je detektirati potrebu za promjenama, anticipirajući nova rješenja i tehnološke mogućnosti te raditi na stalnom unaprjeđivanju setova usluga i načina komunikacije uprave s građanima. Značajan pomak u organizacijskoj kulturi ključan je katalizator procesa digitalne organizacije. Prema istraživanju Analiza digitalne spremnosti hrvatskih gradova provedenom 2019. promatrano je 20 najvećih gradova koji su podijeljeni u 3 skupine; veći (Zagreb, Split, Rijeka, Osijek), srednji (Zadar, Velika Gorica, Slavonski Brod, Pula, Karlovac) i manji gradovi. Grad Đakovo promatran je u kategoriji manjih gradova (do 50 000 stanovnika) te su u istoj kategoriji Sisak, Varaždin, Šibenik, Dubrovnik, Bjelovar, Kaštela, Samobor, Vinkovci, Karlovac i Vukovar. Prema indeksu digitalne spremnosti gradova promatrajući sve gradove RH, Đakovo se nalazi na 19. mjestu, na 1. mjestu je Rijeka, 2. Zagreb i 3. Pula. Prema indeksu digitalne spremnosti gradova Đakovo se nalazi u kategoriji manji gradovi na 10. mjestu s 18,64 bodova, na 1. mjestu je Sisak s 40 bodova, na 2. mjestu je Dubrovnik s 37,37 bodova, na 3. mjestu je Varaždin s 37,36 bodova. Prema participaciji građana u odlučivanju prema kategorijama na gradove, Đakovo se nalazi na 2. mjestu u kategoriji manjih gradova s 41,67 bodova, a na 1. mjestu je Sisak s 58,33 boda. Prema mjerenju dostupnost i otvorenost gradskih podataka prema kategorijama gradova, Đakovo je dobio 0 bodova, kao i Šibenik, Samobor, Vinkovci, Koprivnica. Prema dostupnost i kvaliteta e-usluga građanima prema kategorijama gradova, Đakovo je na dnu ljestvice u kategoriji manji gradovi. Prema istraživanju udjela administrativnih postupaka prema stupnju digitalizacije, Đakovo je na dnu u kategoriji manjih gradova u kategoriji potrebno je s ispisanim obrascem doći u ured. U kategorijama moguće je pokrenuti postupak online i cijeli postupak se odvija online Đakovo nije zastupljen. Kada se sagledavaju komunikacijski kanali između gradske uprave i građana prema kategorijama gradova, Đakovo je najagilniji na mediju YouTube kanal gdje se nalazi

na indeks ljestvici manjih gradova pri sredini s 46,51 bod, gdje su Sisak 2 62,21 bod te Varaždin s 58,33 boda na prva dva mjesta (Analiza digitalne spremnosti Hrvatskih gradova, 2019).

Prema istraživanju koje provodi Udruga Glas poduzetnika (UGP) o lakoći poslovanja u pojedinim gradovima i općinama, grad Đakovo nije zastupljen na ljestvici promatranih gradova od ukupno njih 25. Gradovi su rangirani prema tome kako se odnose prema privatnom sektoru, posebno malom i srednjem poduzetništvu, provođenjem ankete među poduzetnicima (UGP, Indeks lakoće poslovanja, 2023).

5. ZAKLJUČAK

Investicije su najvažniji pokretač gospodarskog rasta, a za posljedicu će imati produktivnost i bolji životni standard. Ulaganja na području gospodarstva, infrastrukture i nove tehnologije mijenjaju način života u datom području. Lokalni razvojni prioriteti definiraju se dokumentima županijskih razvojnih strategija gdje je važan partnerski pristup. Prilikom razmatranja apsorpcijskih kapaciteta razvidno je da veći gradovi prednjače u projektima zbog raspoloživih resursa. U Osječko-baranjskoj županiji, kao i u gradu Đakovu, bilježi se negativan migracijski saldo posljednje desetljeće. Broj zaposlenih u Osječko-baranjskoj županiji zadnjih deset godina lagano raste dok je u gradu Đakovu približno isti. Najveće su investicije iz Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020. u Osječko-baranjskoj županiji, jednako kao i u gradu Đakovu, bile usmjerene prema razvoju malog i srednjeg poduzetništva te u obnovu energetske učinkovitosti. U sljedećem razdoblju planira se projekt digitalizacija i razvoj pametnih rješenja, Smart city Đakovo, razvoj grada po mjeri čovjeka, što je dobra ideja jer Đakovo kao grad jako loše kotira na ljestvici gradova prema digitalizaciji i korištenju pametnih rješenja što će olakšati administrativne radnje i time ubrzati poslovne procese. Kumulativno gledano investicijski ciklusi nisu zaustavili migracije iz toga kraja. Strateška ulaganja kroz kohezijsku politiku regionalnog razvoja nastavljaju se i dalje u novom programskom razdoblju od 2021. do 2027. što će svakako biti značajno za daljnju analizu. Svako novo kohezijsko razdoblje donosi i nove ciljeve, ovisno o postignućima prethodne. Jačanje konvergentnosti i regionalne konkurentnosti uvijek je osnova za planiranje kohezijske politike. Takvi infrastrukturni projekti omogućavaju pametan, održiv i uključiv rast hrvatskog gospodarstva ispunjavanjem ciljeva Strategije Europe.

LITERATURA

1. Analiza digitalne spremnosti Hrvatskih gradova (2019). Apsolon, preuzeto s https://apsolon.com/wp-content/uploads/2019/04/test_compressed.pdf
2. Demografski podaci po županijama (2019). Hrvatska gospodarska komora, preuzeto s <https://www.hgk.hr/documents/demografija-po-zupanijama-konacno5c41d3cf80bb7.pdf>
3. Gradovi i općine u statistici, statistika u nizu (2023). Državni zavod za statistiku, Zagreb, preuzeto s <https://podaci.dzs.hr/hr/statistika-u-nizu/>
4. Izvješće o korištenju europskih strukturnih i investicijskih fondova (2022). Vlada Republike Hrvatske, preuzeto s <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages/2016/Sjednice/2022/Prosinac/178%20sjednica%20VRH/178%20-%2013.docx>
5. Kolodziejski, M. (2022). Europski parlament, Informativni članci o EU, preuzeto s <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hr/sheet/95/europski-fond-za-regionalni-razvoj-efrr->
6. Konkurentnost i kohezija – InterMedia Projekt, preuzeto s <https://intermediaprojekt.hr/2017/09/10/op-konkurentnosti-kohezija/>
7. Migracije stanovništva RH u 2021. (2022). Državni zavod za statistiku, Zagreb, preuzeto s <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29030>
8. Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova EU (2022). Višegodišnji financijski okvir – Kohezijska politika 2021.-2027. preuzeto s <https://razvoj.gov.hr/vijesti/4966>
9. Popis projekata u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014-2020, preuzeto s <https://strukturnifondovi.hr/popis-operacija/>
10. Portal Europske komisije za otvoreni pristup podacima o ESIF-u (2017). preuzeto https://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/hr/FTU_3.1.3.pdf
11. Smart city Đakovo (2020). Strategija zavoja pametnoga grada Đakova, preuzeto s <file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/Strategija%20razvoja%20pametnog%20Grada%20akova.pdf>
12. UGP - Indeks lakoće poslovanja (2023). Koji gradovi i općine su najbolji u hrvatskoj, a koji najgori za poduzetnike, preuzeto s <https://www.glaspoduzetnika.hr/blog-ugp-a/ugp-indeks-lakoce-poslovanja-koji-gradovi-i-opcine-su-najbolji-u-hrvatskoj-a-koji-najgori-za-poduzetnike->
13. Zaposleni prema spolu po županijama (2022). Statistika u nizu, Državni zavod za statistiku, Zagreb, preuzeto s <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/31515>
14. Županije – razvojna raznolikost i gospodarski potencijal 2021./2022. (2021). Hrvatska gospodarska komora, preuzeto s <https://hgk.hr/documents/analiza-zupanija-2021-f-web61e92db81b50d.pdf>

Prilog

Tablica 1. Najveći projekti u Osječko-baranjskoj županiji iz Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020.

Ukupni prihvatljivi izdaci dodijeljeni operaciji	Naziv korisnika	Naziv operacije	Kategorija intervencije s kodom
271.578.968,00 kn	Dvorac d.o.o.	Projekt vodoopskrbe i odvodnje Valpovo – Belišće	060
244.330.965,03 kn	JU Lučka uprava Osijek	Izgradnja terminala za pretovar rasutih tereta u luci Osijek	058
214.058.760,00 kn	Gradski prijevoz putnika d.o.o.	Modernizacija tramvajske infrastrukture na području grada Osijeka	060
213.851.627,05 kn	Đakovački vodovod d.o.o.	Poboljšanje vodnokomunalne infrastrukture aglomeracije Đakovo	060
200.679.737,00 kn	Vodovod-Osijek d.o.o.	Projekt poboljšanja vodnokomunalne infrastrukture grada Osijeka – Faza II	060

060 - Aktivnosti istraživanja i inovacija u javnim istraživačkim centrima i centrima kompetencije uključujući umrežavanje

058 - Infrastruktura za istraživanje i inovacije (javna)

Izvor: Analiza autora iz Popisa projekata u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020.

Tablica 2. Najveći projekti u gradu Đakovu iz *Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020.

Ukupni prihvatljivi izdaci dodijeljeni operaciji	Naziv korisnika	Naziv operacije	Kategorija intervencije s kodom
213.851.627,05 kn	Inspecto d.o.o.	Inspecto Lab - Centar za laboratorijska ispitivanja u području agroekologije, hrane i predmeta opće uporabe	001
175.653.809 kn	Ancona grupa d.o.o.	Proizvodno-inteligentna, energetska održiva tvornica budućnost	001
24.855.557,2 kn	Inspecto d.o.o.	Optimizacija poslovnih procesa tvrtke Inspecto d.o.o. uvođenjem IKT rješenja	001
18.233.212,42 kn	Libro	Jačanje konkurentnosti obrta Libro ulaganjem u informacijsko-komunikacijske tehnologije	001
15.245.054,02 kn	Tehno-elektro	Jačanje konkurentnosti poduzeća Tehno-elektro	001
8.600.048,65 kn	Saga dizajn	Jačanje konkurentnosti obrta Saga Dizajn kroz opremanje i proširenje djelatnosti	001

001 - Generičko ulaganje u proizvodnju u malim i srednjim poduzećima – MSP

Izvor: Analiza autora iz Popisa projekata u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020.

ANALIZA SADRŽAJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA HRVATSKIH KORPORACIJA: JE LI PANDEMIJA BOLESTI COVID-19 UTJECALA NA PROMJENU KORPORATIVNE STRATEGIJE KOMUNICIRANJA NA DRUŠTVENIM MEDIJIMA?

Pregledni rad

Marija Volarević Sršen

Sveučilište VERN'
Palmotićeve ulica 82/1
1000 Zagreb
marija.volarevic@vern.hr

Sažetak

Proteklih godina istraživanja i tumačenje novih medija ticala su se promjene u komunikacijskoj sferi i utjecaju koji su novi mediji napravili u mijenjanju i medijskih, i komunikacijskih, i promocijskih praksi. No društvena izolacija i epidemija uvjetovana bolešću COVID-19 pokazala je i priliku koju nove tehnologije imaju i u društvenom i u poslovnom segmentu. Od povezivanja društveno izoliranih građana diljem svijeta do prilika za poslovanje koji su se u kratkom vremenu organizirali u *online* okruženju. Internet i internetski posredovane tehnologije postali su važan alat u osobnoj, društvenoj, političkoj, građanskoj, ali i korporativnoj komunikaciji. Ovaj rad bavi se analizom komunikacije i postavljanja komunikacijskog pristupa na društvenim medijima vodećih hrvatskih korporacija prije i za vrijeme pandemije bolesti COVID-19 kako bi se utvrdilo je li došlo do promjene i prilagodbe komunikacije u novim društvenim i zdravstvenim okolnostima. Korištenjem metode analize sadržaja Facebook statusnih poruka najuspješnijih korporacija u Hrvatskoj ovaj rad ispituje način korištenja društvenih medija hrvatskih tvrtki prije i tijekom pandemije bolesti COVID-19. Analiza sadržaja podijeljena je u tri ključna dijela: (1) u prvom dijelu ovaj rad analizira tehničke i formativne karakteristike statusnih poruka; (2) u drugom dijelu analize sadržaja ovaj rad analizira fokus sadržaja na društvenim medijima koji korporacije dijele u digitalnom okruženju; (3) u trećem dijelu analize sadržaja analizira se participativni segment digitalnog korporativnog sadržaja kako bi se detektiralo koriste li korporacije nove medijske kanale za angažiranje korisnika prije i tijekom pandemije

bolesti COVID-19. S druge strane, provođenjem polustrukturiranog intervjua s komunikacijskim praktičarima u odabranim hrvatskim korporacijama cilj je ispitati strategiju komunikacije na društvenim mrežama, pripremu *online* sadržaja, viziju i misiju koju korporacija ima za *online* kanale te korist koju novi medijski kanali imaju za korporaciju i utvrditi postoji li razlika u pristupu prije i nakon pandemije bolesti COVID-19. Rezultati ove analize ukazuju na promjenu pristupa i strategije za društvene medije odabranih hrvatskih tvrtki prije i tijekom pandemije bolesti COVID-19.

Ključne riječi: korporativno komuniciranje, HEP, INA, društvene mreže, analiza sadržaja, COVID-19

SOCIAL NETWORK CONTENT ANALYSIS OF CROATIAN CORPORATIONS: DID THE COVID-19 PANDEMIC INFLUENCE THE CHANGE OF CORPORATE COMMUNICATION STRATEGY ON SOCIAL MEDIA?

Abstract

In recent years, research and interpretation of new media have focused on the changes in communication and the impact of new media on the change of media, communication, and promotion practices. However, social isolation and the COVID-19 pandemic have also shown the opportunities that new technologies have both in the social and business domains. From connecting socially isolated citizens around the world to business opportunities organized in a short time in an online environment. The internet and internet-mediated technologies have become important tools in personal, social, political, civil, and corporate communication. This paper analyzes the communication and the communication approach in the social media of leading Croatian corporations before and during the COVID-19 pandemic to determine whether there has been a change and adaptation of communication to the new social and health circumstances. Using content analysis of Facebook status updates of the most successful corporations in Croatia, this paper examines how have Croatian companies used social media before and during the COVID-19 pandemic. The content analysis is divided into three key parts: (1) in the first part, the paper analyzes the technical and formative characteristics of Facebook status updates; (2) in the second part of the content analysis, the focus of the content on social media shared by companies in the digital environment is analyzed; (3) in the third part, the participatory segment of digital corporate content is analyzed to detect whether corporations have been using the new media channels to engage users – before and during the COVID-19 pandemic. On the other hand, by conducting a semi-structured interview with communication professionals in selected Croatian corporations, the strategy of communication on social networks, the preparation of online content, the vision and mission that the corporation has for online channels, and the benefits that the new media channels have for the company will be investigated. It will also determine has there been a difference in communication strategy before and during the COVID-19 pandemic. The results of this analysis suggest that the approach and communication of selected Croatian companies on social media have changed before and during the COVID-19 pandemic.

Keywords: corporate communication, HEP, INA, social networks, content analysis, COVID-19 pandemic

1. UVOD

Uvođenje društvenih medija u eksternu komunikaciju korporacija oduvijek predstavlja veliki izazov (Desai, 2018) koji nije samo potaknut pandemijom bolesti COVID-19 i naglim zaokretom poslovanja na digitalne platforme. S jedne strane, korporacije i dalje trebaju održavati reputaciju, a s druge strane, iz godine u godinu, pred poslovanjima su sve veći zahtjevi u oblikovanju digitalnog sadržaja, digitalnim trendovima, ali i u sve bržoj, intenzivnijoj i interaktivnijoj komunikaciji s korisnicima.

Posljedično, organizacije su pred izazovom usklađivanja svojih marketinških i komunikacijskih strategija i uklapanja uloge društvenih medija u svom poslovanju te postavljanja pristupa za gradnju angažmana i komunikacije s korisnicima (Dolan i sur., 2017). Važnost korištenja društvenih medija u korporativnom sektoru uvelike je ubrzana s dolaskom pandemije COVID-19. Pandemija koja je zahvatila i zaustavila cijeli svijet postala je globalni fenomen koji je promijenio pristup brojnih poslovanja početkom 2020. godine (Herlina i sur., 2022). Hrvatska, kao i hrvatske korporacije, nije bila izuzetak izazova koji je stavljen pred poslovanje te su se korporacije trebale brzo snaći, organizirati i digitalizirati svoju komunikaciju.

Zato je cilj ovog rada utvrditi jesu li najuspješnije korporacije u Hrvatskoj prepoznale ulogu društvenih medija tijekom pandemije COVID-19 te jesu li promijenile način komuniciranja na društvenim medijima i strategiju eksterne komunikacije u digitalnom okruženju. Analizom objava najuspješnijih korporacija na društvenoj mreži Facebook cilj je detektirati promjenu u sadržaju koje su korporacije objavljivale prije i tijekom pandemije bolesti COVID-19. Facebook je uzet kao društvena mreža za analizu jer je i dalje najkorištenija društvena mreža u Hrvatskoj (Reuters Institute Digital News Report, 2023). Kulkarni (2018) objašnjava da su znanstvenici i analitičari uvelike ignorirali Facebook u korporativnom sektoru te da je u tom području potrebno više empirijskih dokaza i analiza kako bi se doprinijelo razumijevanju kako se Facebook može koristiti za komunikaciju i održavanje veza s ključnim dionicima i digitalnim korisnicima. Tako da će ovo istraživanje doprinijeti i ispitivanju primjene Facebooka kao alata korporativne eksterne komunikacije u Hrvatskoj.

Osim metode analize sadržaja Facebook statusnih objava odabranih korporacija, u ovom radu bit će proveden i polustrukturirani intervju kako bi se utvrdila promjena u komunikacijskom pristupu najuspješnijih hrvatskih korporacija na društvenim medijima potaknuta pandemijom bolesti COVID-19.

2. PANDEMIJA BOLESTI COVID-19 KAO POKRETAČ PROMJENA U KOMUNIKACIJI: ZAOKRET PREMA DIGITALNOM

Globalna pandemija uzrokovana bolešću COVID-19 potaknula je nebroje ne promjene u mnogim sferama života, poslovanja i komuniciranja, posebno s korisnicima. Jednako tako uvjetovala je i promjene u načinima na koje su se korporacije trebale organizirati, prilagoditi i promijeniti u vrlo kratkom periodu. Od početnog otkrivanja virusa u Kini krajem prosinca 2019., razvoj pandemije bolesti COVID-19 doveo je do rasta društvenih medija kao važnih komunikacijskih sredstava za brzo širenje informacija (Madziva i sur., 2022). Od tada poslovanja i tvrtke diljem svijeta suočeni su s izazovima i posljedicama pandemije uzorkovane bolešću COVID-19 (Yu i sur., 2022), ali i potrebom za brzu prilagodbu svoje komunikacije na društvenim mrežama i postizanje angažmana s korisnicima. Utjecaj pandemije nije vidljiv samo u poslovanjima, nego i u potrebi za istraživanjem efekata ove pandemije u brojnim sektorima. Tako su Pachucki i sur. (2022) utvrdili potrebu za istraživanjem komunikacije poslovanja i učinaka bolesti COVID-19, posebno njezina intenzivnog prijelaza na digitalne sfere i sfere društvenih medija (str. 1). Autori zaključno navode da je „zbog svog disruptivnog utjecaja COVID-19 stvorio mnoga nova istraživačka područja“ (str. 7).

Pandemija virusa COVID-19 nije promijenila samo pristup korporacija prema korporativnom sadržaju, već i same korisnike. Prvenstveno, pandemija je utjecala na promjenu medijskih navika korisnika koji su se uvelike okrenuli novim medijima kao platformama komuniciranja i informiranja (Digital News Report, 2021), a zatim je došlo i do promjene potrošačkih navika korisnika (Iaia, 2021) koje su se u uvjetima potpunog zatvaranja (*lockdown*) također digitalizirale. Sve to utjecalo je na poslovanja da svoj sadržaj prilagode upravo novim ponašanjima potrošača i novim medijskim navikama korisnika.

Yu i sur. (2022) u svom istraživanju potvrdili su vezu između društvenog distanciranja i stavova prema korištenju društvenih medija u pandemiji bolesti COVID-19. Rezultati njihovog istraživanja potvrđuju da su stavovi upotrebe društvenih medija u pandemiji pozitivno posredovali u odnosu između distanciranja i praksi korištenja društvenih medija usred krize COVID-19. Nalazi pokazuju kako su se ljudi prepustili društvenim medijima kako bi zadovoljili svoje potrebe za poslovnom komunikacijom. Nadalje, Kwok i sur. (2021) u svom istraživanju ispitivali su Facebook i Twitter statusne poruke osam najvećih svjetskih hotelskih lanaca od siječnja do sredine lipnja 2020. godine. U istraživanju su utvrdili da su objave i sadržaji koji su objavljeni na službenim kanalima hotela, a koji su se ticali pandemije uzrokovane bolešću COVID-19, dobivali više angažmana (reakcija korisnika, komentara, dijeljenja sadržaja u

digitalnom okruženju) nego objave koje se nisu ticale COVID-19 pandemije. Zaključno su u svom istraživanju naveli da rezultati potvrđuju vezu između većeg angažmana korisnika te poslovanja koje je angažirano u dijeljenju informacija koje su društveno aktualne.

2.1. Uloga društvenih medija u korporativnim komunikacijama korporacija prije i tijekom pandemije uzrokovane bolešću COVID-19 na promjenu komunikacijskih obrazaca u digitalnim korporativnim komunikacijama

„Kontinuirani razvoj digitalnih alata donio je promjenu paradigme u načinu na koji tvrtke komuniciraju i prodaju“ (Fraccastoro i sur., 2020, str. 1). Prethodna istraživanja već su potvrdila da identifikacija potrošačke robne marke dovodi do podupirućeg ponašanja, kao što je veća namjera kupnje i ponovne kupnje (Kuenzel i Vaux Halliday, 2008; Currás-Pérez i sur., 2009), češću upotrebu robnih proizvoda (Ahearne i sur., 2005.; Donovan i sur., 2006.), manju vjerojatnost promjene marke (Lam i sur., 2010.) ili pozitivni „word-of-mouth“ (Brown i sur., 2005.; Kuenzel i Vaux Halliday, 2008.). Jaka korporativna marka funkcionira kao fokus pažnje, interesa i aktivnosti različitih dionika u njihovom odnosu s korporacijom (Balmer, 2010; Podnar, 2015). Marketing na društvenim mrežama postao je novi trend za tvrtke kao isplativ alat za izgradnju imidža njihove marke i obogaćivanje odnosa s kupcima. Osim toga, društveni mediji usvojeni su kao dio integrirane strategije marketinške komunikacije tvrtki i kao novi način upravljanja odnosima s javnošću (Kang i Park, 2018). Društvene mreže postale su relevantan instrument organizacijske komunikacije jer omogućuju participativniji komunikacijski model utemeljen na interakciji i dijalogu (Capriotti i sur., 2020). Cilj je privući publiku na društvenim mrežama pružanjem vrijednosti korisnicima preko sadržaja. Sadržaj stoga mora biti dizajniran na način koji stvara vrijednost za pojedinačne potrošače kako bi izgradili jaču razinu angažmana (Dolan i sur., 2017). Sadržaj koji se objavljuje ključan je za postizanje angažmana s korisnicima. Capriotti i sur. (2020) navode tri preduvjeta participacije na društvenim medijima: (1) aktivnu prisutnost, (2) interaktivan pristup i (3) interaktivne resurse, u kojima se poseban naglasak stavlja na sadržaj koji potiče angažman. No osim fokusa na ispitivanje sadržaja, svakako je vrlo važno i razumijevanje motivacije korisnika za praćenjem korporativnih stranica na društvenim medijima (Cho i sur., 2017). Kako objašnjavaju Malthouse i sur. (2013) popularizacija društvenih medija ubrzala je promjenu paradigme u ponašanju kupaca na mreži, mijenjajući način na koji kupci komuniciraju međusobno, ali i s robnim markama. Odnosno, inte-

raktivna svojstva društvenih medija i koncept participativne kulture koja je karakteristična za nove medije, pretvorili su potrošače iz pasivnih promatrača sadržaja u aktivne sudionike. Srž same promjene komunikacijske paradigme na društvenim medijima je koncept angažmana korisnika, koji prepoznaje da kupci zajednički stvaraju korporativnu vrijednost interakcijom (Bijmolt i sur., 2010.). Posljedično, organizacije imaju izazov prilagoditi svoje strategije marketinga odnosa kako bi uključile ulogu društvenih medija i usredotočile se na izgradnju angažmana kupaca (Dolan i sur., 2017).

S druge strane, pandemija COVID-19 te zatvaranje stanovništva i izvanredni status usvojen u mnogim zemljama imali su i imaju dubok utjecaj na poslovanje (Dias i sur., 2020.). Tvrtke koje su svjesne ovih problema kreću se prema raznim aktivnostima kako bi privukle kupce, povećale razinu svijesti i maksimalno iskoristile mogućnosti koje nude preko društvenih medija (Miah i sur., 2022, str. 7). Ta mogućnost nastavila se i nakon pandemije virusa COVID-19 kada su medijske navike korisnika ostale visoko digitalizirane (Digital News Report, 2023), a poslovanja i dalje zastupljena na novim platformama. Društveni mediji zadržali su značajnu ulogu u internetskom marketinškom okruženju za kupnju proizvoda iz internetskih trgovina, a ne u tradicionalnim tematskim trgovinama uz pomoć internetske veze (Miah i sur., 2022). Za vrijeme pandemije, kako se publika na društvenim mrežama povećavala, mnoge organizacije sada koriste društvene medije za učinkovito dijeljenje relevantnih i djelotvornih informacija (London i Matthews, 2021).

Nastavno na provedena istraživanja, cilj je ovog rada ispitati primjenu društvenih medija u eksternoj komunikaciji korporacija u Hrvatskoj kako bi se detektirala eventualna promjena u pristupu i sadržaju na društvenim mrežama prije i tijekom pandemije bolesti COVID-19.

3. METODOLOGIJA

3.1. Metode istraživanja

Prvi dio istraživanja odnosi se na analizu sadržaja službenih Facebook stranica najuspješnijih korporacija u Hrvatskoj. Korištenje kvalitativno-kvantitativne analize sadržaja cilj je utvrditi način na koji najuspješnije korporacije u Hrvatskoj koriste Facebook. Analiza sadržaja podijeljena je u 3 dijela. U prvom dijelu provodi se kvantitativna analiza sadržaja čiji je cilj utvrditi tehničke elemente statusnih objava na društvenim mrežama najuspješnijih hrvatskih korporacija. U drugom dijelu provodi se kvalitativno-kvantitativna analiza

sadržaja u kojoj je cilj odrediti fokus Facebook objave, teme i ton korporativnih objava (je li objava korporativna, promotivna, informativna, edukativna ili interaktivna). U trećem dijelu analize cilj je ispitati participativni segment digitalnog korporativnog sadržaja u kojem će biti ispitano koriste li korporacije Facebook objave da bi se povezali i komunicirali s korisnicima za vrijeme pandemije bolesti COVID-19.

Drugi dio analize odnosi se na provedbu polustrukturiranog intervjua s odgovornim osobama za digitalni sadržaj unutar odabranih korporacija. Cilj je intervjuom ispitati komunikacijske praktikante o digitalnoj strategiji koju imaju te koliko se ona promijenila i kako s pandemijom bolesti COVID-19. Zatim o pripremi i planiranju digitalnog sadržaja – prije i tijekom pandemije bolesti COVID-19. U intervjuu je cilj ispitati praktikante i o njihovoj ulozi unutar korporacije, slobodi kreiranja digitalnog sadržaja te objašnjenju promjena koje je pandemija bolesti COVID-19 unijela u komunikacijski pristup korporacije.

3.2. Istraživačka pitanja:

IP1: Kako i na koji način su najuspješnije hrvatske korporacije komunicirale na svojim službenim Facebook profilima prije i tijekom COVID-19 pandemije?

IP2: Jesu li najuspješnije hrvatske korporacije prilagodile teme objava, formu objava i svoju komunikaciju prirodi i publici društvene mreže te COVID-19 pandemiji?

IP3: Je li došlo do promjene strategije na društvenim mrežama najuspješnijih hrvatskih korporacija zbog COVID-19 pandemije?

3.3. Uzorak za analizu i vremenski period analize

Uzorak za analizu čine najuspješnije hrvatske korporacije po prihodima ostvarenima u 2020. godini. Uzorak korporacija uzet je prema podacima FINA-e (Financijske agencije). Popis najuspješnijih kompanija po prihodima nalazi se u tablici 1. Za analizu su uzete prve dvije najuspješnije kompanije, a to su INA d.d., nacionalna naftna kompanija u Hrvatskoj i Hrvatska elektroprivreda (HEP), nacionalna energetska kompanija.

Tablica 1. Top 10 hrvatskih kompanija po prihodima u 2020. godini

TOP 10 KOMPANIJA PO PRIHODIMA			
TVRTKA	UKUPNI PRIHOD (U MIL. KN)		PROMJENA %
	2019.	2018.	
INA - INDUSTRIJA NAFTE	21.613	21.924	-1.42
HRVATSKA ELEKTROPRIVREDA	10.520	9.414	11.75
KONZUM PLUS	7.657	9.532	-19.67
PRVO PLINARSKO DRUŠTVO	7.091	8.166	-13.16
HRVATSKI TELEKOM	6.070	6.195	-2.02
LIDL HRVATSKA	5.865	5.175	13.33
CRODUX DERIVATI DVA	5.721	5.362	6.70
PETROL	5.566	5.447	2.18
ZAGREBAČKA BANKA	5.361	5.219	2.72
SPAR HRVATSKA	4.806	4.524	6.23

IZVOR: FINA

Izvor: FINA (Financijska agencija)

Vremenski period istraživanja uzet je od 1. siječnja 2020., kada je započela pandemija bolesti COVID-19, do 30. lipnja 2020., kada je u Hrvatskoj završen prvi val pandemije. Ovaj vremenski period uzet je kako bi se mogle detektirati eventualne promjene u komunikacijskim obrascima odabranih hrvatskih korporacija na društvenoj mreži Facebook.

Na društvenoj mreži Facebook izuzete su objave koje su odabrane korporacije objavile u odabranom periodu. INA ima svoje službene kanale na društvenim mrežama pod svojim imenom, dok je korporacija HEP na Facebooku dostupna samo u inačici usluge HEP opskrbe pod nazivom HEPI. Konačan uzorak objava prijazan je u tablici 2.

Tablica 2: Konačan uzorak Facebook objava za analizu sadržaja

KOMPANIJA	BROJ KORISNIKA NA FACEBOOKU ²	UKUPAN BROJ OBJAVA ZA ANALIZU (N)
INA	111,518	146
HEP – HEPI	6,214	53

Izvor: samostalan rad autorice

Uzorak za provedbu polustrukturiranog intervjua odnosio se na kontaktiranje voditeljica komunikacijskog odjela obiju odabranih korporacija. Iz Hrvatske elektroprivrede intervjuu se odazvala Ana Meštović iz Odjela komu-

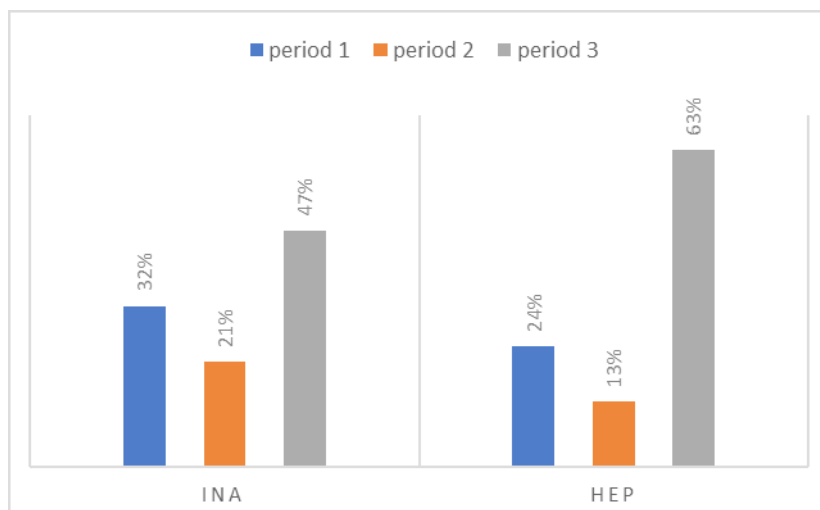
nikacija, dok se iz INA-e nitko iz odjela komunikacija nije odazvao na intervju. Tako da ovaj dio istraživanja uključuje samo odgovore prikupljene od djelatnice Hrvatske elektroprivrede.

4. REZULTATI ANALIZE

4.1. Analiza sadržaja Facebook stranica najuspješnijih hrvatskih korporacija

U prvom dijelu analize sadržaja cilj je bio ispitati tehničke karakteristike Facebook objava odabranih korporacija. Vezano za broj objava u određenim periodima, analiza je bila podijeljena u 3 perioda. Prvi period odnosio se na razdoblje siječnja i veljače 2020. godine, odnosno vrijeme prije pandemije bolesti COVID-19. Drugi period odnosio se na razdoblje ožujka 2020. godine, odnosno prvi mjesec pandemije bolesti COVID-19. Treći period odnosio se na razdoblje travnja, svibnja i lipnja 2020. godine, period u kojem je pandemija bolesti COVID-19 već bila svakodnevica. U grafu 1 prikazan je zanimljiv podatak analize, a to je da su korporacije najviše komunicirale, odnosno imale su najveći broj objava upravo u periodu travnja, svibnja i lipnja, kada je prošao prvi val pandemije i kada je većina građana već bila upoznata s pandemijom bolesti COVID-19 te primorana ostati kod kuće.

Graf 1. Omjer broja Facebook statusnih poruka prema periodu analize

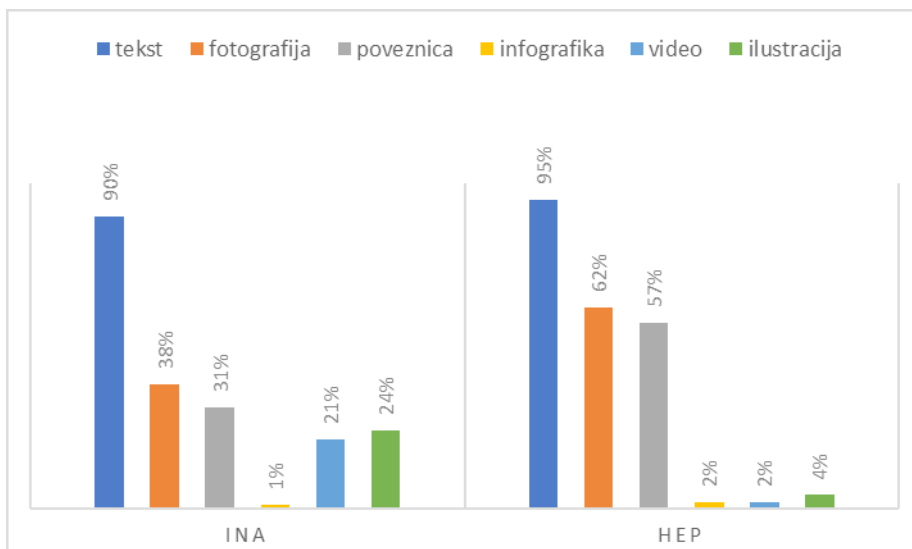


Izvor: Izrada autorice prema rezultatima istraživanja

Prvi segment analize ticao se detektiranja formata objave, odnosno koji tip objave najčešće prevladava u korporativnom sadržaju na društvenim mrežama. Analiza je pokazala da su Facebook objave obiju analiziranih korporacija najčešće imale tekstualni opis te svega nekoliko objava nije imalo tekstualni opis uz vizual. Tekstualni dio objave analiziran je s dodatnim karakteristikama društvenih mreža kao što je detektiranje *hashtagova*, emotikona i označavanja drugih korisnika. Analiza je pokazala da je INA u većini svojih objava (55 %) koristila službeni *hashtag*, a u 89 % objava različite emotikone kojima je nadopunila tekstualni dio objave, za razliku od HEP-a koji je samo u 6 % objava koristio *hashtag* koji nije bio korporativan već općeniti *hashtag* i u 85 % objava emotikone.

Uz tekst grafička forma objave najčešće je fotografija, zatim poveznica, i to najčešće na mrežne stranice korporacija. Iako korporacije u ovom segmentu nisu pretjerano različite, prema analizi u odabranom periodu INA je imala puno više različitih vizualnih formi, kao što su video i ilustracije, dok kod HEP-a to nije bio slučaj.

Graf 2. Forma Facebook objave INA-e i HEP-a



Izvor: Izrada autorice prema rezultatima istraživanja

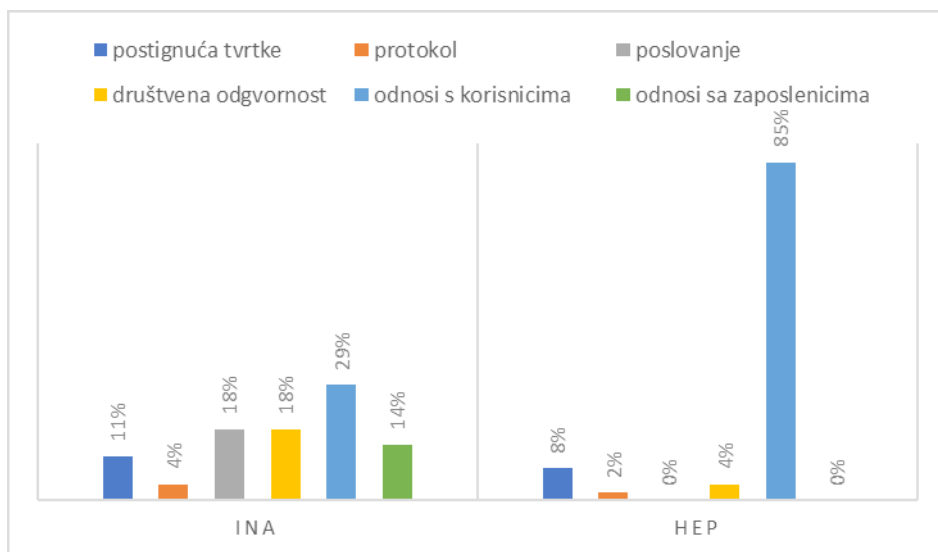
Ovaj dio analize nije prikazao nikakva velika odstupanja od formata sadržaja prije i tijekom pandemije bolesti COVID-19 te su korporacije, osim češćih

objava i komunikacije preko Facebooka, zapravo koristile isti format komuniciranja, a to je pretežno bio tekst i fotografija. Ono što je zanimljiv podatak koji se pokazao drukčijim u komunikaciji tijekom pandemije bolesti COVID-19 je pomicanje fokusa s pretežno korporativnog sadržaja na društveno uključeni sadržaj koji je građane često pozivao na odgovornost i oprez. U tome je INA često u svojim objavama koristila poznate i javne osobe (26 %), dok je HEP najčešće prikazivao obične građane (46 %).

Drugi dio analize odnosio se na detektiranje fokusa, tema te funkcijske analize Facebook objava najuspješnijih hrvatskih korporacija.

Analiza je pokazala da su u većini objava obju korporacija korištene emocije – INA je tako u 58 % koristila emocije, od čega je 64 % objava bilo usmjereno na emocije nade i zajedništva, dok je HEP u 51 % svojih objava koristio emocije, od čega je 19 % objava bilo usmjereno na emocije nade i zajedništva. Pristup odabranih korporacija vezano za fokus objava prikazao je različit pristup ovih dviju odabranih korporacija. Dok je INA imala znatnu zastupljenost i promocijskih kategorija fokusa, kao što su postignuća tvrtke i protokoli, jednako tako bila je okrenuta i društvenoj odgovornosti, odnosima s korisnicima, ali i svojim zaposlenicima. S druge strane, HEP je svoj Facebook račun koristio pretežno za odnose sa svojim korisnicima (85 % objava). Detaljniji prikaz fokusa objava prikazan je u grafu 3.

Graf 3. Prikaz fokusa Facebook objava

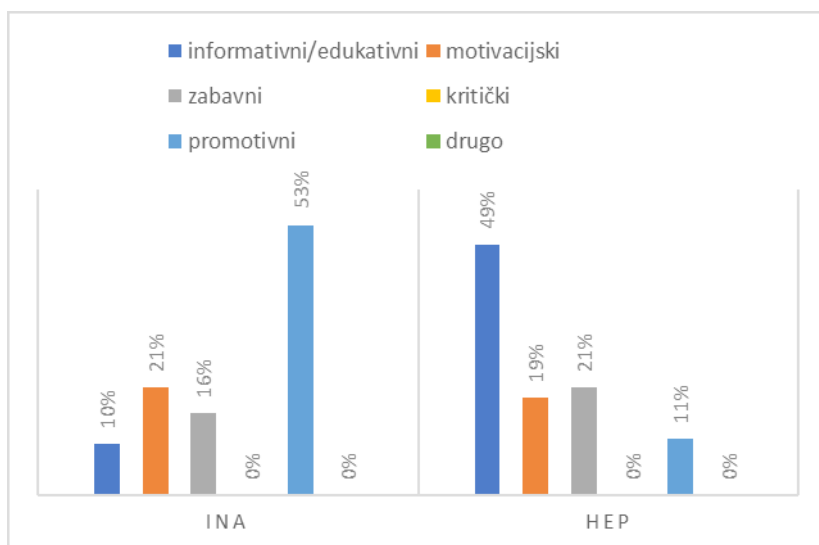


Izvor: Izrada autorice prema rezultatima istraživanja

U temama koje su bile u fokusu objava HEP je najviše objavljivao informacije koje su korisne korisnicima (58 %), dok su nagradne igre bile u fokusu u 21 % objava. INA je, s druge strane, od tema najviše objavljivala teme vezane uz tvrtku (26 %) te nagradne igre (16 %), pa svoje djelatnike (15 %) i korisnike (12 %).

No kada se promatra funkcijska analiza objava zanimljivo je kako je INA većinom objavljivala promotivne objave (53 %) te nešto manje motivacijskih objava tijekom pandemije bolesti COVID-19, dok je HEP većinom objavljivao informativne objave (49 %), i to pretežno tijekom pandemije bolesti COVID-19. Detaljan omjer funkcijske analize prikazan je u grafu 4.

Graf 4. Funkcijska analiza Facebook objava



Izvor: Izrada autorice prema rezultatima istraživanja

Treći dio analize odnosio se na ispitivanje angažmana Facebook objava. Cilj je bio ispitati potiču li korporacije u svojim objavama na angažman i ako da, na koji način. Tako su se objave analizirale na temelju toga potiču li *offline* ili *online* angažman. Analiza je pokazala da objave u većini slučajeva ne potiču *offline* angažman. No u objavama su pozivali često na *online* angažman. HEP je u 64 % svojih objava poticao na *online* angažman, i to najčešće u vidu praćenja i gledanja poveznica, edukativnih videomaterijala ili posjeta internetskoj stranici za više informacija. INA je s druge strane poticala na *online* angažman u 51 % objava, i to često da se korisnici uključe u *online* vježbanje ili da pogledaju neki edukativni materijal. Zaokret prema angažmanu objava vidljiv je u peri-

odu trajanja pandemije bolesti COVID-19, dok u analizi nije zabilježen znatan broj objava koje su pozivale na angažman prije pandemije bolesti COVID-19.

4.2. Analiza polustrukturiranog intervjua

Iako je cilj bio analizirati odjele komunikacija obiju odabranih korporacija, na intervju se odazvala samo jedna korporacija, i to HEP. Ispitivanje polustrukturiranog intervjua provedeno je telefonski. Analiza upitnika bila je podijeljena u dva dijela.

U prvom dijelu intervjua cilj je bio saznati kako se određuje strategija korporacije na društvenim medijima te tko je za tu strategiju odgovoran. U intervjuu s voditeljicom korporativnih komunikacija HEP-a Anom Meštrović utvrđeno je da vođenje komunikacije na društvenim medijima spada u sektor za korporativne komunikacije. Tim komunikacija čine 3 osobe, a to im nije jedini nego usputni posao te unutar tvrtke ne postoji netko tko se bavi samo s tim segmentom posla.

Vežano za strategiju, analiza je pokazala da se plan objava na društvenim mrežama donosi na tjednim kolegijima, što se često zna izmijeniti u hodu, posebno ako se nešto događa, tada je fokus samo na onome što je važno. Sektor za korporativne komunikacije odgovoran je za sadržaj na društvenim mrežama. Kako navodi HEP, cilj komunikacije na društvenim medijima prvenstveno je gradnja imidža, a onda prodaja. Trenutno ocjenjuju da je fokus kanala na društvenim medijima pretežno informativnog i edukativnog karaktera, što je potvrdila i analiza sadržaja Facebook objava.

Sadržaj kreira odjel za komunikacije te surađuju s grafičkom dizajnericom iz tvrtke koja radi sve vizuale za društvene mreže. HEP ima suradnju i s agencijom za odnose s javnošću koju angažiraju samo za događanja tvrtke, ne za sadržaj na društvenim mrežama. Profil pratitelja jesu stariji ljudi i žene 40 – 50 godina. Izazov komunikacije na društvenim mrežama je imidž kompanije i kako ga prikazati, a prepreka je ta da ne mogu funkcionirati na način na koji bi htjeli zbog ograničenja slobode u komunikaciji.

Drugi dio analize ticao se ispitivanja promjene strategije na društvenim mrežama tijekom COVID-19 pandemije. Ističu da je najočitija promjena bila u tome da su se ljudi digitalizirali i počeli njihove usluge koristiti elektronički (npr. primali su račune mailom, a ne poštom). Iako navode da im se sadržaj nije promijenio, analiza sadržaja utvrdila je blagu promjenu u sadržaju. Fokus sadržaja tijekom COVID-a bio im je na savjetovanje ljudi kako uštedjeti te su i nakon prvog vala pandemije nastavili s takvim objavama. Najveća promjena u komunikaciji na društvenim mrežama bila im je ta da su se prilagođavali kori-

snicima te su komunikaciju i poslovanje okrenuli *online*. To je promjena koju su uveli i s kojom nastavljaju u poslovanju. Istaknuli su da je veliki problem u komunikaciji ove tvrtke bio potres, a ne toliko pandemija. No analiza sadržaja Facebook objava nije detektirala nijednu objavu koja se ticala informacije, edukacije ili obavijesti vezano za potres, kao ni vezano za pandemiju. Već samo drukčiji pristup u komunikaciji tijekom analiziranog perioda, više objava, više edukativnih objava te potpuna okrenutost prema korisnicima i njihovim potrebama.

5. RASPRAVA

Korištenjem dvostrukog metodološkog pristupa ovaj rad imao je za cilj odgovoriti na tri istraživačka pitanja.

Prvenstveno, analizom se htjelo utvrditi kako i na koji način su najuspješnije hrvatske korporacije komunicirale na svojim službenim Facebook profilima prije i tijekom COVID-19 pandemije. Analiza sadržaja Facebook statusnih objava najuspješnijih hrvatskih korporacija pokazala je da u tehničkom pogledu i načinu formatiranja objava nije bilo odstupanja u vremenu prije i tijekom pandemije bolesti COVID-19. Tako je najčešći format komuniciranja na društvenoj mreži Facebook tekst i fotografija. Promjena u pristupu dviju analiziranih korporacija vidljiva je u zaokretu s korporativnog sadržaja i izrazito promocijskog sadržaja na senzibilniju komunikaciju. No i tu su se odabrane korporacije razlikovale. INA je i dalje koristila izrazito promotivne objave koje su isticale postignuća tvrtke te su često u objavama koristili poznate osobe. S druge strane, HEP je imao pristup okrenut prema korisnicima, koji su postali ključni u strateškom pristupu na društvenoj mreži Facebook za vrijeme trajanja pandemije COVID-19.

Zatim je cilj analize bio ispitati jesu li najuspješnije hrvatske korporacije prilagodile teme objava, formu objava i svoju komunikaciju prirodi i publici društvene mreže te COVID pandemiji. Analiza je pokazala da su obje analizirane korporacije u svojim Facebook statusnim objavama koristile emocije, i to najviše emocije nade i zajedništva. No sam pristup u komunikaciji na društvenoj mreži Facebook kod ovih se dviju korporacija razlikuje. Tako je INA imala dosta promocijskih objava u kojima je isticala postignuća tvrtke i protokole, no bili su okrenuti i prema korisnicima te prema svojim zaposlenicima koji su morali raditi za vrijeme pandemije bolesti COVID-19. Za razliku od INA-e, HEP je komunikaciju na svom Facebook računu za vrijeme pandemije bolesti COVID-19 koristio pretežno za odnose s korisnicima. Obje su tvrtke za vrijeme

trajanja pandemije COVID-19 pozivale korisnike na *online* angažman, za razliku od perioda prije pandemije.

Konačno, korištenjem metode polustrukturiranog intervjua analiza je htjela ispitati je li došlo do promjene strategije na društvenim mrežama najuspješnijih hrvatskih korporacija zbog COVID pandemije. Iako je cilj bio metodom polustrukturiranog intervjua ispitati obje korporacije koje su u uzorku za analizu sadržaja, na intervju se odazvala samo jedna korporacija, Hrvatska elektroprivreda (HEP). Iako su ti rezultati nedostadni za zaključivanje o ovom pitanju, nalazi su ipak potvrdili da je fokus korporacije HEP bio na informiranju i educiranju za vrijeme trajanja pandemije bolesti COVID-19, za razliku od perioda prije pandemije. Kako navode u korporaciji, pristup se nije promijenio samo u komunikaciji na društvenim medijima već i u poslovanju tvrtke jer su se usluge digitalizirale. Tako da korporacija bilježi širu promjenu pristupa prema digitaliziranju, ne samo u komunikaciji, već i u samom poslovanju. Ono što je najveća promjena koja se tiče komunikacije na društvenim mrežama je pristup okrenut prema korisnicima te veći senzibilitet u Facebook statusnim objavama nego je to bilo prije pandemije bolesti COVID-19.

6. ZAKLJUČAK

Pitanje postavljeno u ovom radu bilo je: „Je li pandemija virusa COVID-19 napravila promjenu u komunikaciji najuspješnijih hrvatskih korporacija na društvenoj mreži Facebook?“ I pojednostavljeni odgovor na to pitanje je „da“. Cilj rada bio je ispitati najuspješnije korporacije u Hrvatskoj u 2020. godini te utvrditi je li došlo do promjene sadržaja na društvenim mrežama i promjene komunikacijskog pristupa ovih dviju korporacija.

Uzorak za analizu čine dvije hrvatske korporacije, INA i HEP, koje su u 2020. godini ostvarile najviše prihoda prema podacima Financijske agencije (FINA). Korištenjem metode analize sadržaja Facebook statusnih poruka ispitano je ukupno 199 objava kojima je cilj bio detektirati način korištenja društvenih medija prije i tijekom pandemije bolesti COVID-19. Analiza sadržaja pokazala je da je utvrđena promjena u komunikaciji na društvenoj mreži Facebook najuspješnijih hrvatskih korporacija i u periodu analize, ali i među korporacijama. Objekte su korporacije u vremenu pandemije imale više informativnih i edukativnih sadržaja u svojim objavama, koristile su više emocija te su imale više nagradnih igara. Vezano za prilagodbu tema objava pandemiji u tom segmentu nisu se istaknule ni jedna ni druga tvrtka jer nisu objavljivale teme koje su se ticale pandemije, kao ni potresa u Hrvatskoj. No obje korporacije bile su okrenute prema korisnicima te su u svojim objavama pozivale korisnike na *onli-*

ne angažman te su u znatnom broju objava koristile emocije. Iako je INA bila pretežno promotivna vezano za svoje usluge i svoj imidž, HEP je bio pretežno okrenut prema korisnicima i njihovom informiranju i educiranju.

S druge strane, proveden je i polustrukturirani intervju s voditeljicom komunikacija u HEP-u, a cilj je bio ispitati strategiju komunikacije na društvenim mrežama, pripremu *online* sadržaja, viziju i misiju koju korporacija ima za *online* kanale te korist koju novi medijski kanali imaju za korporaciju i utvrditi postoji li razlika u pristupu prije i nakon pandemije bolesti COVID-19. Podatci polustrukturiranog intervjuja pokazali su da je došlo do promjene u strategiji i pristupu kompanije na društvenim mrežama. Prednosti pandemije HEP vidi u tome da su se određene usluge i korisnici digitalizirali, a u sadržaju to da su objavljivali više informativnih i edukativnih sadržaja, što je pokazala i analiza sadržaja. No velikog odmaka u komunikaciji na društvenoj mreži nema jer je i analiza sadržaja pokazala da kompanije nisu komunicirale krizne teme kao što su pandemija i potresi, već su bili usmjereni na informativne teme, naglašavanje svojih postignuća i dr. Ono što je analiza pokazala je da su, posebno u HEP-u, u sadržaju na društvenoj mreži Facebook bili orijentirani prema korisnicima te da su puno ažurnije objavljivali sadržaj nego što je to bilo u periodu prije pandemije bolesti COVID-19.

Ovo istraživanje preliminarno je istraživanje koje je fokusirano na detektiranje promjene u komunikacijskoj strategiji i pristupu korporacija na društvenim mrežama u odnosu na period prije i tijekom pandemije bolesti COVID-19. Podatci ovog istraživanja ukazuju na promjenu u pristupu i sadržaju odabranih korporacija na društvenim mrežama, ali i otvaraju perspektive za proširenje istraživanja. Ograničenje ovog istraživanja prvenstveno je uzorak od dvije korporacije koji je nedostatan za generalizaciju i zaključak o tome kako najuspješnije hrvatske korporacije koriste društvene medije i je li došlo do promjene u komunikacijskom pristupu pod utjecajem pandemije bolesti COVID-19. S druge strane, vremenski period od pola godine nedostatan je za zaključak o dugoročnoj strateškoj promjeni komunikacije zbog toga što je pandemija bolesti COVID-19 trajala više godina. Proširenje uzorka na više korporacija u Hrvatskoj i u duljem vremenskom periodu dalo bi zaključke o tome kako i na koji način korporacije koriste društvene medije te je li došlo do promjene u komunikacijskom pristupu zbog pandemije bolesti COVID-19 kod najuspješnijih hrvatskih korporacija.

LITERATURA

1. Ahearne, J.M., (2005). To Empower or Not to Empower Your Sales Force? An Empirical Examination of Influence of Leadership Empowerment Behavior

- on Customer Satisfaction and Performance. *Journal of Applied Psychology*, 90, 945-955. doi: 10.1037/0021-9010.90.5.945
2. Balmer, J. (2010). Explicating corporate brands and their management: Reflections and directions from 1995. *Journal of Brand Management*, 18(3), 180-196. doi: 10.1057/bm.2010.46.
 3. Bijmolt, T. H. A., Leeflang, P. S. H., Block, F., Eisenbeiss, M., Hardie, B. G. S., Lemmens, A., i Saffert, P. (2010). Analytics for Customer Engagement. *Journal of Service Research*, 13(3), 341-356. Doi: 10.1177/1094670510375603
 4. Brown, E.M., Treviño, L.K., Harrison, D.A.. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97(2), 117-134. doi: 10.1016/j.obhdp.2005.03.002
 5. Capriotti, P., Zeler, I. and Oliveira, A. (2021). Assessing dialogic features of corporate pages on Facebook in Latin American companies. *Corporate Communications: An International Journal*, 26(5), 16-30. doi: 10.1108/CCIJ-10-2020-0149
 6. Cho, M., Furey, L. D., i Mohr, T. (2017). Communicating Corporate Social Responsibility on Social Media: Strategies, Stakeholders, and Public Engagement on Corporate Facebook. *Business and Professional Communication Quarterly*, 80(1), 52-69. doi. 10.1177/2329490616663708
 7. Currás-Pérez, R., Bigné-Alcañiz, E. i Alvarado-Herrera, A. (2009). The Role of Self-Definitional Principles in Consumer Identification with a Socially Responsible Company. *J Bus Ethics* 89, 547-564. doi: 10.1007/s10551-008-0016-6
 8. Desai, A. (2018). Corporate Communication through Social Media: Strategies for Managing Reputation. *The Journal for Decision Makers*, 43(3), 171-174. doi: 10.1177/0256090918792442
 9. Dias, P. Pessôa, C.A.M., Andrade, J.G. (2020). Brand Communication on Instagram during the COVID-19 Pandemic: Perceptions of users and brands. CECS - Comunicações / Communications: panel presentation. panel: <http://hdl.handle.net/1822/66143>
 10. Dolan,R., Conduit, J., Frethey-Bentham, C., Fahy, J. & Goodman, S. (2019). Social media engagement behavior: A framework for engaging customers through social media content”, *European Journal of Marketing*, 53(2), doi: 10.1108/EJM-03-2017-0182
 11. Donovan, C., Hester, M., Holmes, J. i McCarry, M. (2006). Comparing Domestic Abuse in Same Sex and Heterosexual Relationships. *Safe: The Domestic Abuse Quarterly*. 21

12. Fraccastoro, S., Gabriellsson, M., Bolman Pullins, E. (2020). The integrated use of social media, digital, and traditional communication tools in the B2B sales process of international SMEs. *International Business Review*, 30(4), 1-15. doi: 10.1016/j.ibusrev.2020.101776
13. Herlina, V., Yacob, S., Johannes, J., i Octavia, A. (2022). The Role of social media marketing in improving marketing performance for smes during the covid-19 pandemic: a literature review . *Put It Right Journal*, 1(1), 47-56. doi: 10.22437/pirj.v1i1.17183
14. Iazzi, A., Ligorio, L. i Iaia, L. (2022). Were we prepared to face a pandemic? Exploring companies' CSR disclosure on social media before COVID-19 outbreak. *Management Decision*, Vol. 60 No. 10, pp. 2849-2874. doi: 10.1108/MD-12-2021-1651
15. Kang, M.Y., Park B. (2018). Sustainable Corporate Social Media Marketing Based on Message Structural Features: Firm Size Plays a Significant Role as a Moderator. *Sustainability*, 10(4):1167. doi: 10.3390/su10041167
16. Kuenzel, Sven & Halliday, Sue. (2010). The chain of effects from reputation and brand personality congruence to brand loyalty: The role of brand identification. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 18. doi: 10.1057/jt.2010.15.
17. Lam, D., Jones, S. i Hayward, P. (2010). *Cognitive Therapy for Bipolar Disorder: A Therapist's Guide to Concepts, Methods and Practice: Second Edition*. Cognitive Therapy for Bipolar Disorder: A Therapist's Guide to Concepts, Methods and Practice: Second Edition. 10.1002/9780470970256.
18. Linchi Kwok, L. , Lee, J., i Han, S.H. (2021). Crisis Communication on Social Media: What Types of COVID-19 Messages Get the Attention? *Cornell Hospitality Quarterly*, 63(4) 528–543. doi: 10.1177/19389655211028143
19. London, J. Jr i Matthews, K. (2022). Crisis communication on social media - lessons from Covid-19, *Journal of Decision Systems*, 31:1-2, 150-170, doi: 10.1080/12460125.2021.1926612
20. Madziva, R., Nachipo, B., Musuka, G., Chitungo, I., Murewanhema, G., Phiri, B., i Dzinamarira, T. (2022). The role of social media during the COVID-19 pandemic: Salvaging its 'power' for positive social behaviour change in Africa. *Health promotion perspectives*, 12(1), 22–27. doi:10.34172/hpp.2022.03
21. Malthouse, E., Haenlein, M., Skiera, B., Wege, E. i Zhang, M. (2013). Managing Customer Relationships in the Social Media Era: Introducing the Social CRM House. *Journal of Interactive Marketing*. 27, 270–280
22. Miah, M. R., Hossain, A., Shikder, R., Saha, T., i Neger, M. (2022). Evaluating the impact of social media on online shopping behavior during COVID-19

- pandemic: A Bangladeshi consumers' perspectives. *Heliyon*, 8(9), e10600. doi: 10.1016/j.heliyon.2022.e10600
23. Newman, Nic; Fletcher, Richard; Kalogeropoulos, Antonis; Levy, David A. L. and Nielsen, Rasmus K. (2021). Reuters Institute Digital News Report. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf (pristupljeno: lipanj 2023)
 24. Newman, Nic; Fletcher, Richard; Kalogeropoulos, Antonis; Levy, David A. L. and Nielsen, Rasmus K. (2023). Reuters Institute Digital News Report. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf (pristupljeno: lipanj 2023)
 25. Pachucki, C., Grohs, R., i Scholl-Grissemann, U. (2022). Is nothing like before? COVID-19-evoked changes to tourism destination social media communication. *Journal of Destination Marketing & Management*, 23, 100692. doi: 10.1016/j.jdmm.2022.100692
 26. Podnar, K. (2015). *Corporate Communication: A Marketing Viewpoint*. London: Routledge
 27. Yu, S., Abbas, J., Draghici, A., Negulescu, O. H., i Ain, N. U. (2022). Social Media Application as a New Paradigm for Business Communication: The Role of COVID-19 Knowledge, Social Distancing, and Preventive Attitudes. *Frontiers in psychology*, 13, 903082. doi:10.3389/fpsyg.2022.903082

IV. KULTURA
I KOMUNIKACIJE

IV. CULTURE
AND COMMUNICATIONS

UNESCO i HRVATSKA NEMATERIJALNA BAŠTINA – ANALIZA INFORMIRANOSTI GRAĐANA

Prethodno priopćenje

Krešimir Dabo

Institut za istraživanje migracija
Trg Stjepana Radić 3
10000 Zagreb
kresimir.dabo@imin.hr

Paula Jukić

Sveučilište VERN'
Palmotićeveva 82/1
10000 Zagreb
paula.jukic123@gmail.com

Marta Takahashi

Hrvatsko katoličko sveučilište
Ilica 242
10000 Zagreb
takahashi.marta@gmail.com

Sažetak¹⁴⁶

Značajan oblik promocije tradicijskih kulturnih vrijednosti snažno je vezan uz pojam odnosa s javnošću. Tradicijske kulturne vrijednosti vezane su za stoljetno prenošenje s naraštaja na naraštaj, a bitan se faktor očuvanja očituje u obrazovanju i informiranju javnosti o njihovom postojanju, važnosti i potrebi očuvanja i njegovanja. Tu krhkost i neprocjenjivu vrijednost prepoznala je posebna organizacija UNESCO, koja postoji kao promicatelj mira, sigurnosti i suradnje, uvrštavajući kulturno stvaralaštvo na svoje popise, čemu je posvećena posebna pažnja u teorijskom dijelu ovoga rada. Hrvatska zadnjih desetljeća ulaže velike napore u očuvanje i njegovanje svoje vrijednosti, u čemu iznimno važnu ulogu imaju odnosi s javnošću i mediji. Bez njihova djelovanja, informiranja i promicanja, mnoge tradicije bi s vremenom zamrle. Radi istraživanja informiranosti građana o UNESCO-ovu popisu i hrvatskoj nematerijalnoj baštini.

146 Rad je nastao u sklopu istraživanja za završni rad studentice Odnosa s javnošću i medija Sveučilišta VERN' Paule Jukić koji je obranjen 16. svibnja 2022.

jalnoj baštini, korištena je anketa, točnije *online* anketni upitnik. Rezultati istraživanja ukazali su na nedovoljnu informiranost ispitanika o temi. Ispitanici smatraju kako iznimno važnu ulogu u poboljšanju svjesnosti o tradicijskim vrijednostima koje ih okružuju imaju upravo mediji. Indikativni rezultat su stavovi ispitanika vezani za potrebu približavanja sadržaja mladoj publici, obrazovanja mladih, uvođenja kulturnog obrazovanja u školske programe, pri čemu sugeriraju organiziranje raznih igraonica, predstava, igara i manifestacija. Rezultati istraživanja također ukazuju na nužnost edukacije mladih ljudi koji pripadaju digitalnoj generaciji, a što ih, iz komunikacijskog aspekta, čini skupinom lake dostupnosti.

Ključne riječi: tradicijska kultura, UNESCO, odnosi s javnošću, mediji, kultura

UNESCO AND THE INTANGIBLE HERITAGE OF CROATIA - AN ANALYSIS OF CITIZENS' AWARENESS

Abstract

A significant form of promotion of traditional cultural values is closely related to the concept of public relations. Traditional cultural values are associated with the centuries of passing them on from one generation to another. An important factor in their preservation is educating and informing the public about their existence, significance, and the need to preserve and maintain them. This fragility and invaluable worth was recognized by the special organization UNESCO, which exists as a promoter of peace, security, and cooperation, and includes in its lists cultural creativity, to which special attention is paid in the theoretical part of this paper. In recent decades, Croatia has made great efforts to preserve and nurture its value, in which public relations and the media play an extremely important role. Without their activity, information, and promotion, many traditions would eventually die out. In order to investigate the level of citizens' awareness of the UNESCO list and Croatian intangible cultural heritage, a survey, i.e., an online questionnaire, was conducted. The results of the survey indicate that the respondents are not sufficiently informed about the topic. The respondents believe that the media plays a crucial role in improving awareness of traditional values. Significant findings include respondents' attitudes towards the need to bring content closer to young audiences, educate young people by including cultural education in school programs, and suggest the organization of various playrooms, plays, games, and events. The research results also indicate the need to educate young people who belong to the digital generation, which makes them an easily accessible group from a communication point of view.

Keywords: traditional culture, UNESCO, public relations, media, culture

1. UVOD

Hrvatska kulturna baština predstavlja kulturni identitet hrvatskog naroda, tradicijski oblik života koji se nasljeđuje rođenjem u zajednici. „Kultura tvori sociokulturni identitet“ (Cifrić, 2014: 17). U vremenu globalizacije događaju se učestale kulturne promjene i postavlja se pitanje načina očuvanja tradicije i

identiteta društva kao globalizacijskog objekta (Georgievski, Žoglev, 2014). Baštinu treba, smatra Cifrić (2014), zaštititi od svih čimbenika razaranja, počevši od vremenskog zaborava, ali i od nas samih, zbog uništavanja privatizacijom, devastacijom i neodržavanjem.

Problem istraživanja proizlazi iz komunikacije kulturnih institucija s tržišnim segmentom kojem se njihov proizvod plasira. Pod tržišnim segmentom misli se na generaciju mladih ljudi koji su najzastupljeniji segment digitalnog svijeta i nužno je uključivanje ovog najraširenijeg segmenta potencijalnih korisnika preko marketinških kanala oglašavanja kulturnih sadržaja, nudeći upravo onaj koji je prilagođen njihovoj dobnoj strukturi. Navike mladih u pogledu pohađanja kulturnih događaja i manifestacija, kao i njihovog ponašanja u pogledu kulturnih vrijednosti, uvelike ovise o komunikaciji s medijima, preko društvenih mreža, interneta i ostalih medijskih izvora.

Glavni ciljevi istraživanja su ispitati važnost i upoznatost građana s hrvatskom nematerijalnom kulturnom baštinom, upoznatost građana s djelovanjem UNESCO-a, načine upoznavanja građana o hrvatskim nematerijalnim kulturnim dobrima pod zaštitom UNESCO-a te moguća rješenja u pogledu povećanja interesa sudjelovanja u kulturnim događanjima.

U radu će se odgovoriti na istraživačka pitanja kao što su: koliki je stupanj komunikacije i upoznatosti građana s nematerijalnom kulturnom baštinom i njihovo poimanje važnosti u smislu međusobne interakcije, uolikoj mjeri su poznati s djelovanjem UNESCO-a, te preko kojih medija komuniciraju s hrvatskim kulturnim nematerijalnim dobrima.

Kvantitativna metoda istraživanja obuhvaćala je postavljanje ciljeva istraživanja, istraživačka pitanja, analizu i definiranje mjernog instrumenta – anonimnog anketnog upitnika, kojem su pristupila 133 ispitanika u periodu od 25.2.2022. do 28.2.2022. preko društvenih mreža. U posljednjem dijelu ovoga istraživačkog poglavlja, provedena je analiza istraživanja, koja je završila raspravom o rezultatima istraživanja.

2. HRVATSKA NEMATERIJALNA BAŠTINA

Hrvatska je izrazito zanimljiva zbog svoje prošlosti, svoga nasljeđa, priča i mnogobrojnih legendi koje se vežu uz njezine kulturne znamenitosti. „Smještena na raskrižju između istoka i zapada, srednje Europe i južnjačkog duha Sredozemlja, Hrvatska je tijekom godina razvila raznoliku umjetničku, književnu i glazbenu tradiciju. Bogato kulturno naslijeđe prostire se izvan mnogobrojnih muzeja, crkava i katedrala“ (Hrvatska turistička zajednica [HTZ], n.d.).

Prema objavi na Portalu elektroničkih novina Novi list (2020), HTZ ulaže velike napore i sredstva u poboljšanje komunikacije hrvatske baštine na stranim tržištima, što je rezultiralo većom potražnjom turista za ovim aspektom turizma. Vrijednost je prepoznala i Organizacija Ujedinjenih naroda za obrazovanje, znanost i kulturu (UNESCO) te je kao međunarodno tijelo odgovorno za klasifikaciju mjesta svjetske baštine do kraja 2013. godine upisala 14 hrvatskih nematerijalnih kulturnih dobara na svoj popis nematerijalne baštine svijeta i do sada ih već broji sedamnaest. Šošić (2014) smatra kako pojam kulturne baštine naglašava ideju skrbništva nad materijalnim i nematerijalnim dostignućima ljudske kulture, čija važnost i potreba zaštite prelazi okvire države, čineći je baštinom čovječanstva. To nužno rezultira obvezom države u zaštiti i očuvanju baštine i obvezom međukulturne komunikacije.

2.1. *Kultura, baština i tradicija*

U kontekstu očuvanja kulturne baštine, u središte se stavlja razumijevanje samog pojma kulture i baštine. Prema Leitner (2016), shvaćanje kulture razvilo se u Europi tijekom 18. i 19. stoljeća. Odražavalo je nejednakost unutar europskih država i sila te njihovih kolonija diljem svijeta. Pojam kulture izjednačavao se s pojmom civilizacije. Ključna je za čovječanstvo, a zanemarujući je štetimo sebi i budućim pokoljenjima. Potječe od glagola *colere* (lat.) što znači njegovati, štiti, držati svetim. Naziva se i svjetonazorom. Obuhvaća cjelokupno naslijeđe nekog društva, njegova pravila i načine ponašanja, razmišljanja i osjećanja. Dinamična i prilagodljiva, lako se može širiti iz jedne grupe na drugu. Njezina je osnovna uloga osigurati opstanak i lakšu prilagodbu subjekta svom okruženju.

„Kultura je vrlo širok pojam koji obuhvaća ukupnost tvorbi ili pojava u materijalnom i duhovnom životu svakoga naroda i čovječanstva u cjelini“ (Šošić, 2014: 833 prema Marasović, 2001: 9).

Nadalje, Leitner (2016) navodi kako se kultura odnosi na različit skup većinom nematerijalnih aspekata društva: vrijednosti, jezik, uvjerenja, običaji, ali i materijalne predmete vezane za to društvo. U najširem smislu obuhvaća kreativno stvaralaštvo ljudi u odnosu na prirodu. Čovjek je jedino biće koje posjeduje kulturu, prenosi svoje znanje, vrijednosti i ideje budućim generacijama. Kultura istovremeno i dijeli (sukob civilizacija) i povezuje (zajedničke vizije). Nije poanta pronaći najbolju kulturu, već je koristiti u razvitku i poboljšanju vlastitih potencijala. Svaki narod ima svoju kulturu i različitosti koje su potrebne u kultiviranosti različitih aspekata prirode. Sa sociološkog aspekta ima ključnu ulogu u oblikovanju društva i njihovih međusobnih odnosa. Materijal-

na kultura nadahnjuje i oblikuje nematerijalne aspekte kulture. Donosi stabilnost društvu poštujući pravila ponašanja. Iako može imati negativne efekte (kapitalizam), značajniji su oni pozitivni koji potiču kreativnost i oslobođenje.

Šošić (2014: 833 prema Marasović, 2001) vidi baštinu kao djedovinu, odnosno nasljedstvo koje preci prenose na svoje potomke. „Što će se smatrati kulturnom baštinom i time vrijednim zaštite, uvelike ovisi o društvenim prilikama i trenutnoj kulturnoj svijesti u društvu, ali i o suvremenim umjetničkim tendencijama“ (Šošić, 2014: 834 prema Pallas, 2004).

Temeljna je razlika kulture i baštine, tvrdi Khillar (2021), u tome što:

- Kultura obuhvaća sva pravila ponašanja i međusobnog djelovanja članova jedne zajednice čineći ih jedinstvenima. Ona se ne nasljeđuje, nego se uči i predstavlja kolektivna ljudska uvjerenja sa strukturiranim sustavom te je dinamična i sklona promjenama. Poput kodeksa ponašanja, omogućuje sklad unutar društva, prepoznatljivost i osjećaj pripadnosti (zakoni, odijevanje, jezik, društveni standard).
- Baština predstavlja prenošenje kulture, tradicije i vrijednosti s koljena na koljeno. U obliku pokretne imovine (umjetnička djela, rukopis, kovance i slično) obuhvaća sve fizički prenosivo iz generacije u generaciju. Kao nematerijalna baština (tradicija, jezik, rituali, društveno ponašanje i slično) predstavlja naslijeđe prošlosti i načina razvitka jedne zajednice. Ona je jedinstven osjećaj obiteljskog identiteta, izraz načina života prenošen naraštajima.
- Tradicija bi se odnosila na priče, legende i mitove, vjerovanja, izjave, umjetničko izražavanje glazbom, plesom i poezijom, predstavljajući najvećim dijelom usmenu predaju. Međutim, kod kulture i tradicije postoji jedan ozbiljan problem. Budući da se odnosi na način života (vjerovanja, običaji, kao npr. nošenje perika u odjetničkim krugovima u Engleskoj), izražavaju ih i prenose različite osobe, prijetnja se nalazi u potencijalnom iskrivljavanju, zanemarivanju i njihovom iščezavanju. Međutim, u pravilu se ne mijenja (Roehrich, 2017).

Prema autorici Diana (2022), kulturna baština se najčešće dijeli na dva osnovna tipa:

- Materijalna (fizička, opipljiva, nepokretna i pokretna) – podrazumijeva povijesne građevine, lokalitete, spomenike, artefakte i druge specifične kulturne predmete. Kulturno dobro uživa osobnu zaštitu države i ima posebnu vrijednost.
- Nematerijalna (neopipljiva i duhovna) – podrazumijeva ostavštinu pojedinih naroda koja je očuvana društvenim običajima kroz specifičan

povijesni period. Ovu vrstu baštine mnogo je teže očuvati jer obuhvaća društvene vrijednosti i tradiciju, običaje, prakse, duhovna vjerovanja, jezik, umjetničko izražavanje predstavama, plesom, igrom, obredima, pjevanjem i drugim pučkim tradicionalnim vrijednostima. Može se reći kako je ona skup intelektualnih i umjetničkih tvorevina ljudskog bića koji obuhvaća književnost, religiju, znanost, filozofiju, glazbu, ples, običaje i tradiciju. Prenosi se iz generacije u generaciju, ustrajno promičući poštovanje svoje kulturne raznolikosti i kreativnosti.

3. HRVATSKA NEMATERIJALNA DOBRA UPISANA NA UNESCO-ov REPREZENTATIVNI POPIS NEMATERIJALNE KULTURNE BAŠTINE ČOVJEČANSTVA

Bogata povijest hrvatskog naroda i utjecaj raznih kultura, doveli su do bogatstva materijalne i nematerijalne baštine. Prema Hrovatin (2012), stručnjaci su glavni problem vidjeli u postojanju mogućnosti potpunog nestajanja pojedinih tradicija. Tijekom 20. stoljeća, velikim dijelom zahvaljujući braći Radić, prvenstveno Antunu Radiću, kao utemeljitelju hrvatske etnologije, poticale su se razne akcije u očuvanju tradicijskih vrijednosti. Aktivnosti nositelja tradicijske baštine, koje su se provodile na svim područjima Hrvatske u smislu radionica, izložbi, pučkih učilišta i tečajeva, doprinijele su očuvanju tradicije koja se generacijski stoljećima prenosila s koljena na koljeno. Zbog toga se stvorio dobar preduvjet za valoriziranje i upisivanje na ove sadašnje popise nematerijalne kulturne baštine (Hrovatin 2012).

3.1. Konvencija za očuvanje nematerijalne baštine

Termin „nematerijalna kulturna baština“ nije oduvijek bio uvriježen u govornim polemikama kao takav. Prema Hrovatin (2012), prvi put se počeo službeno koristiti 1982. godine na UNESCO-ovom sastanku, da bi se поблиže odredio na Konvenciji za očuvanje nematerijalne kulturne baštine 2003. godine. Kao što se može zaključiti, tijekom 20. stoljeća počeo se mijenjati način promatranja kulturne baštine. UNESCO je 1989. godine sastavio „Preporuke o očuvanju tradicijske kulture i folklor“ i s Ministarstvom kulture Hrvatske raspravljao o aktivnostima koje se provode na ovom području kako bi se očuvala hrvatska tradicija. Marković (2001: 139) navodi kako je „inicirano stavom stručnjaka“, termin „nematerijalna kulturna baština“ 1999. uvršten u Zakon o zaštiti kulturnih dobara. Donošenju Konvencije 2003. prethodilo je pokretanje svojevr-

snog sustava „Proglašenja remek-djela usmene i nematerijalne baštine čovječanstva“. Kako dalje navodi Hrovatin (2012), Hrvatska se pokušala 2003. i 2005. prijaviti s po jednim dobrom, ali je nepoznat točan razlog problematike uvrštavanja na popis „Remek-djela“. Hrovatin (2012) konstatira kako se pretpostavlja da je glavni uzrok bio u još uvijek jakom utjecaju jedinstvenog koncepta materijalne baštine. Tako su se, stupanjem na snagu Konvencije, kao osnove na kojoj je izgrađen sustav očuvanja nematerijalne kulturne baštine, sastavila dva popisa nematerijalne baštine: Reprezentativni popis i Popis hitne zaštite. Tim popisima su se, navodi Hrovatin (2012), 2009. promijenili i kriteriji upisa, čime se otvorio put upisivanju tradicije lokalnih zajednica.

Prema riječima Ministrice kulture Obuljen Koržinek (2019), Hrvatska posebno velike napore ulaže u valorizaciju, dokumentiranje, promidžbu i popisivanje nematerijalne kulturne baštine. Ministarstvo kulture je do 2018. upisalo više od 160 nematerijalnih kulturnih dobara u Registar kulturnih dobara RH. UNESCO je izabrao čak 17 hrvatskih nematerijalnih kulturnih dobara (Obuljen Koržinek, Bašić, 2019):

- 1) Čipkarstvo u Hrvatskoj
- 2) Dvoglasje tijesnih intervala Istre i Hrvatskog primorja
- 3) Festa sv. Vlaha, zaštitnika Dubrovnika
- 4) Godišnji proljetni ophod kraljice ili ljelje iz Gorjana
- 5) Procesija „Za Križen“ na otoku Hvaru
- 6) Umijeće izrade drvenih tradicijskih dječjih igračaka s područja Hrvatskog zagorja
- 7) Godišnji proljetni ophod zvončari s područja Kastavštine
- 8) Medičarski obrt na području sjeverne Hrvatske
- 9) Sinjska alka, viteški turnir u Sinju
- 10) Glazbeni izričaj ojkanje
- 11) Bećarac, tradicijski glazbeni žanr s područja istočne Hrvatske
- 12) Nijemo kolo s područja Dalmatinske zagore
- 13) Klapsko pjevanje
- 14) Mediteranska prehrana
- 15) Ekomuzej Batana
- 16) Međimurska popevka, tradicijski napjev Međimurja
- 17) Umijeće suhozidne gradnje.

4. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Ovo poglavlje definira primarni cilj i formulira istraživački problem. Predstavljaju se istraživačka pitanja koja imaju namjeru utvrditi odgovore na problem i cilj istraživanja, a to je istražiti upoznatost građana s hrvatskom nematerijalnom baštinom na listama UNESCO-a. Namjera je *online* anketnim upitnikom utvrditi koliko su ispitanici informirani o hrvatskoj nematerijalnoj kulturnoj baštini upisanoj na UNESCO-ovim listama.

4.1. Ciljevi i istraživačka pitanja

Glavni je cilj ovoga rada provjeriti informiranost građana i upoznatost s upisanim hrvatskim nematerijalnim kulturnim dobrima na UNESCO-ovim listama. Istraživačkim pitanjima nastojalo se formulirati smjernice za ispitivanje stavova ispitanika o različitim aspektima informiranosti, s naglaskom na ulogu medija u predstavljanju hrvatske nematerijalne kulturne baštine. Istraživačka pitanja formirana su radi dobivanja odgovora na problem i cilj istraživanja:

- IP1. Jesu li ispitanici upoznati sa zaštićenim nematerijalnim dobrima na UNESCO-ovim listama?
- IP2. Preko kojih se medija ispitanici najčešće informiraju o hrvatskoj nematerijalnoj baštini na UNESCO-ovim listama?
- IP3. Jesu li ispitanici upoznati s djelovanjem UNESCO-a?
- IP4. Što ispitanici sugeriraju radi poboljšanja informiranosti građana o hrvatskoj nematerijalnoj kulturnoj baštini na UNESCO-ovim popisima?

4.2. Definiranje mjernog instrumenta

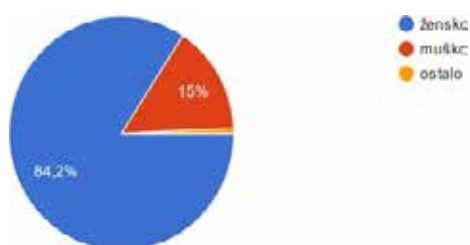
Kako bi se uspjeli dobiti odgovori na željena istraživačka pitanja, korištena je anketa kao kvantitativna metoda, odnosno anonimni *online* anketni upitnik kao instrument istraživačkog prikupljanja podataka, a koji bi pružio bolji uvid u stavove i informiranost građana o hrvatskim nematerijalnim kulturnim dobrima na listama UNESCO-a. Anketni upitnik sastojao se od 16 pitanja zatvorenog i otvorenog tipa. Korišten je neprobabilistički uzorak, tzv. snježne grude, a anketiranju su pristupila 133 ispitanika u periodu od 25. veljače 2022. do 10. ožujka 2022. Anketni upitnik je diseminiran preko društvenih mreža: *Whats up*, *Telegram*, *Facebook* i *Instagram*.

Cilj je bio postići što veći broj uzoraka kako bi se dobio bolji uvid u mišljenja i spoznaje o predmetu anketnog istraživanja. Nakon što je navedeni broj ispitanika odgovorio na anketna pitanja, pristupilo se daljnjoj analizi izračunavanjem postotka kod zatvorenog tipa pitanja te zabilješkama i uspoređivanjem kod otvorenog tipa pitanja.

5. ANALIZA REZULTATA ISTRAŽIVANJA

U nastavku ovoga poglavlja prikazat će se rezultati anonimnog anketnog istraživanja stavova građana o informiranosti građana o upisanim hrvatskim nematerijalnim kulturnim dobrima na UNESCO-ove liste, koje je obavljeno radi istraživanja stavova građana, utjecaja medija u promoviranju i informiranju, te prijedloga u rješavanju mogućih nedostataka.

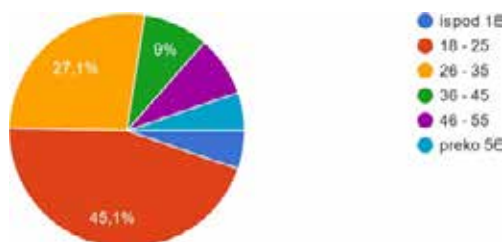
Slika 1. Skupina ispitanika prema spolu



Izvor: rad autora

Istraživanje provedeno na ukupnom uzorku od 133 ispitanika, rezultiralo je zastupljenosti ženskog spola u postotku od 84,2 %, što je ekvivalent 112 ispitanika, muškog spola u postotku od 15 % (20 ispitanika) i zastupljenost pod ostalo u postotku od 0,8 % odgovora (1 ispitanik). Dobna struktura ispitanika prikazana je na slici 2 u nastavku.

Slika 2. Dobna struktura ispitanika



Izvor: rad autora

Kao što se može vidjeti, s obzirom na dob, skoro polovicu ispitanika 45,1 % čine oni od 18 do 25 godina (60 ispitanika), 27,1 % ispitanika je u dobi od 26 do 35 godina (36 ispitanika), njih 9 % je u dobi od 36 do 45 godina (12 ispitanika), 8,3 % je u dobi od 46 do 55 godina (11 ispitanika), 5,3% u dobi od 46 do 55 godina (7 ispitanika) i 5,3 % u dobi iznad 56 godina (7 ispitanika). Nadalje, odredit će se demografski položaj ispitanika prikazan u tablici 1.

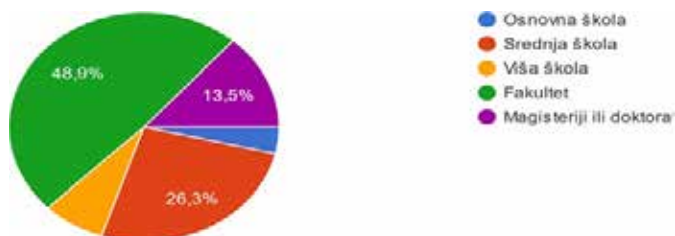
Tablica 1. Mjesto prebivališta ispitanika

PREBIVALIŠTE (županije)	BROJ ISPITANIKA	POSTOTAK
Grad Zagreb	25	18,8 %
Zagrebačka županija	1	0,8 %
Krapinsko-zagorska	0	0 %
Sisačko-moslavačka	0	0 %
Karlovačka županija	2	1,5 %
Varaždinska županija	0	0 %
Koprivničko- križevačka	0	0 %
Bjelovarsko-bilogorska	0	0 %
Primorsko-goranska	0	0 %
Ličko-senjska	0	0 %
Virovitičko-podravska	1	0,8 %
Požeško-slavonska	0	0 %
Brodsko-posavska	0	0 %
Zadarska županija	2	1,5 %
Osječko-baranjska	0	0 %
Šibensko-kninska	1	0,8 %
Vukovarsko-srijemska	0	0 %
Splitsko-dalmatinska	96	72,2 %
Istarska županija	0	0%
Dubrovačko-neretvanska	4	3 %
Međimurska županija	1	0,8 %
	Izvor: rad autora	

Kao što se može zaključiti iz priložene tablice, najveći broj ispitanika koji su pristupili anketnom ispitivanju živi u Splitsko-dalmatinskoj županiji i to njih 96, što čini 72,2 % ukupnog broja. Anketni upitnik ispunili su ispitanici iz devet županija od ukupno dvadeset županija u Hrvatskoj, pridodajući još i Grad Zagreb.

Sljedeće pitanje odnosi se na stupanj obrazovanja, prikazan na slici 3, koji uvelike može utjecati na rezultate ankete. Vjeruje se kako su ispitanici s većom naobrazbom pohađali neke manifestacije ili događanja na kojima se govorilo o nematerijalnoj kulturnoj baštini, dok s druge strane imamo i stariju populaciju koja bi mogla biti veliki prijenosnik tradicije s generacije na generaciju.

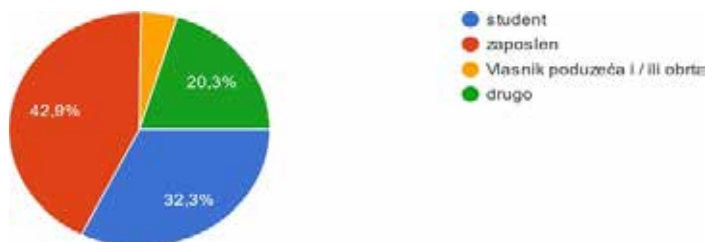
Slika 3. Stupanj obrazovanja ispitanika



Izvor: rad autora

Kao što se može vidjeti iz priloženog, najveći broj ispitanika spada u skupinu koja pohađa fakultet, njih 48,9 % (65 ispitanika), zatim slijede ispitanici iz skupine srednja škola u postotnom iznosu od 26,3 % (35 ispitanika). Nešto manji postotak od 13,5 % (18 ispitanika) pripada skupini s magisterijem ili doktoratom, slijedi ih postotak od 7,5 % (10 ispitanika) sa završenom višom školom i na kraju njih 3,8 % (5 ispitanika) koji pohađaju srednju školu. Sljedeće pitanje prikazano na slici 4 odnosi se na radni status ispitanika.

Slika 4. Radni status ispitanika

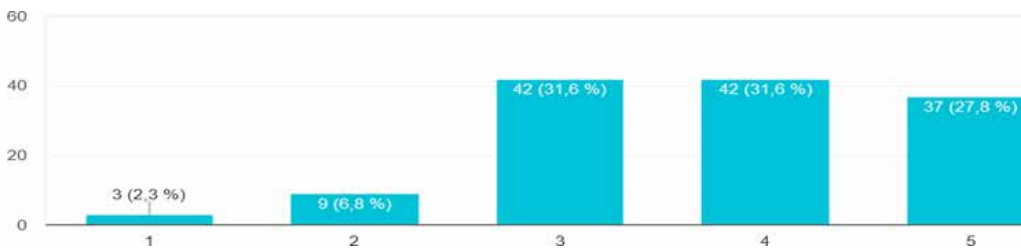


Izvor: rad autora

Kao što se može vidjeti iz priložene slike 4, skoro polovica ispitanika, točnije njih 42,9 % (57 ispitanika) zaposlena je, dok su 32,3 % (43 ispitanika) studenti. Zatim slijedi postotni iznos od 20,3 % (27 ispitanika) koji su označili radni status pod „drugo“, a tek 4,5 % (6 ispitanika) vlasnici su svog poduzeća ili obrta.

Nakon analize odgovora na pitanja koja su se odnosila na demografsku strukturu ispitanika ovog anketnog istraživanja, u nastavku će se vidjeti odgovori na pitanja koja se direktno tiču samog cilja istraživanja ove ankete, a to je: informiranost građana o pojmu nematerijalne kulturne baštine i pojmu UNESCO-a, preko kojih se medija najčešće informiraju o nematerijalnoj kulturnoj baštini na listama UNESCO-a, dostupnost informacija komuniciranja nematerijalne kulturne baštine i medija (društvene mreže, TV, radio, novine, internet), poznavanje nematerijalnih kulturnih dobara lokalne zajednice i države koji su pod zaštitom UNESCO-a, osobni stavovi o njihovu populariziranju, kao i stav o nematerijalnoj kulturnoj baštini kao predstavnika Hrvatske u svijetu. Na slici 5 koja slijedi, stupčastim grafikonom će se dati jasan uvid u postotak upoznatosti ispitanika s pojmom nematerijalne kulturne baštine.

Slika 5. Poznavanje pojma nematerijalne kulturne baštine

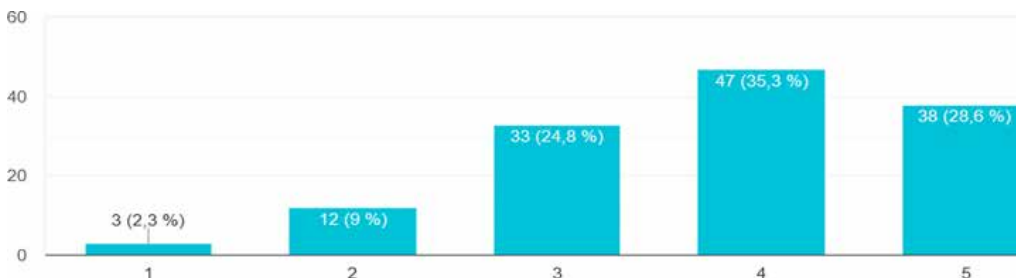


Izvor: rad autora

Kao što se vidi iz priložene slike, pitanje je ispitanicima nudilo skalu. Ocjena od 1 do 5 mogla se ocijeniti upoznatost ispitanika s pojmom nematerijalne kulturne baštine. Ocjena 1 – nikako nisam upoznat, a ocjena 5 – u potpunosti sam upoznat. Ispitanici su u velikoj većini dobro upoznati s pojmom nematerijalne kulturne baštine. Dobro je poznato u postotnom iznosu 31,6 % (42 ispitanika), vrlo dobro njih 31,6 % (42 ispitanika), te u potpunosti poznato njih 27,8 % (37 ispitanika). Tek je mali postotak onih koji su slabo upoznati, njih 6,85 % (9 ispitanika) i 2,3 % (3 ispitanika) koji nisu nikako upoznati s pojmom nematerijalne kulturne baštine. Može se reći kako ipak anketa sluti pozitivnom ishodu.

Sljedeće pitanje, koje je ujedno i sedmo pitanje ankete, odnosi se na stupanj upoznatosti s pojmom UNESCO i bit će prikazano na slici 6 u nastavku.

Slika 6. Stupanj upoznatosti s djelovanjem UNESCO-a

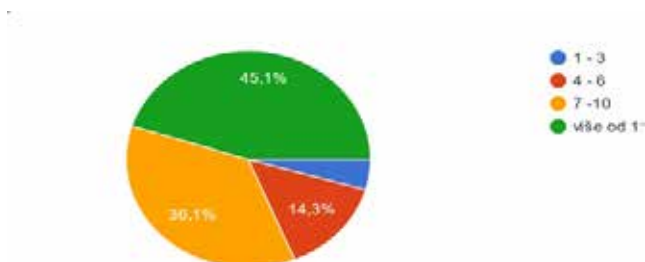


Izvor: rad autora

Zadovoljavajući je podatak, koji se može iščitati iz slike, kako je veliki broj ispitanika uvelike upoznat s djelovanjem UNESCO-a. Njih 24,8 % (33 ispitanika) je dobro poznato, 35,3 % (47 ispitanika) vrlo dobro, a 28,6 % (38 ispitanika) u potpunosti je upoznato s djelovanjem UNESCO-a. Mali broj, svega 9 % (12 ispitanika) slabo je upoznato, a svega 2,3 % (3 ispitanika) nije nikako upoznato s njegovim djelovanjem.

U sljedećem pitanju, prikazanom na slici 7, prikazat će se rezultati koji su izrazito važni za ovaj rad, a odnose se na mišljenje ispitanika o informiranosti javnosti preko medija o nematerijalnoj kulturnoj baštini. Ispitanici će moći skalom od 1 do 5 iznijeti stupanj komunikacije nematerijalne kulture i medija. Ocjena 1 – ne informiraju uopće, dok je ocjena 5 – potpuno informiraju.

Slika 7. Stupanj komunikacije medija i nematerijalne kulturne baštine



Izvor: rad autora

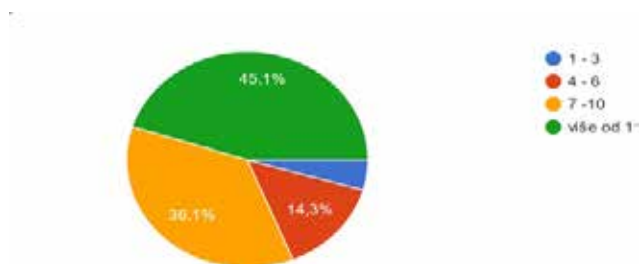
Kao što se može vidjeti na slici, nije zadovoljavajući podatak o zastupljenosti informiranja medija o nematerijalnoj kulturnoj baštini. Činjenica kako njih

44,4 % (59 ispitanika) smatra informiranje medija dobrim, 43 % (43 ispitanika) slabim, a njih 9,8 % (13) ispitanika smatra kako ne informiraju uopće, što dovodi u pitanje aktivnost medija u ovoj domeni.

Nadalje, njih 9,8 % (13 ispitanika) smatra vrlo dobrim aktivnost medija u informiranju, dok samo 3,8 % (5 ispitanika) smatra kako mediji u potpunosti informiraju javnost o ovom pojmu. Ovaj podatak čini se zabrinjavajućim, ali je bitan u daljnjem djelovanju jer daje prostor i nadu u još boljoj svjesnosti i očuvanju baštine.

Sljedeće pitanje, prikazano na slici 8, odnosi se na spoznaju ispitanika o zaštićenosti nematerijalnih kulturnih dobara na UNESCO-ovim listama. Hrvatska je na vrhu ljestvice po količini zaštićenih nematerijalnih dobara te je iznimno važno istražiti stavove i informiranost građana o ovom kulturnom fenomenu. Prema prethodnim i budućim odgovorima, više od polovice ispitanika nije svjesno vrijednosti nematerijalne kulturne baštine. Glavni cilj ovog rada je upravo analiza informiranosti građana i upoznatost s nematerijalnom kulturnom baštinom pod zaštitom UNESCO-a. Rad prezentira stavove ispitanika i može poslužiti kao dokaz i poticaj intenzivnijeg djelovanja u budućnosti medija i drugih institucija.

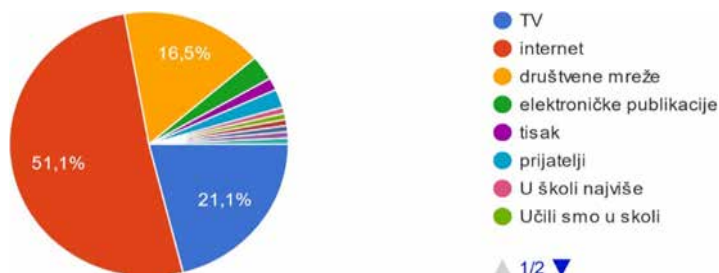
Slika 8. Informiranost o broju nematerijalnih kulturnih dobara zaštićenih UNESCO-om



Izvor: rad autora

Iz slike 8 može se zaključiti kako su relativno dobrim dijelom ispitanici upućeni u količinu zaštićenih dobara na UNESCO-ovim listama. Njih 45,1 % (60 ispitanika) smatra kako je zaštićeno UNESCO-om više od 11 dobara, a 36,1 % njih (48 ispitanika) smatra kako je zaštićeno između 7 i 10 dobara. Iako je to još uvijek slab rezultat, postoji nada u poboljšanje njihovih saznanja i svjesnosti o tim kulturnim vrijednostima. Nadalje, 14,3 % (19 ispitanika) smatra kako je zaštićeno svega 4 – 6 dobara, dok preostalih 4,5 % (6 ispitanika) smatra kako su zaštićena samo 1 – 3 dobra. Budući da je ovo jedno od ključnih pitanja, potrebno je sljedećim pitanjem ostvariti uvid u izvore informiranosti ispitanika o nematerijalnim kulturnim dobrima pod zaštitom UNESCO-a.

Slika 9. Najčešće korišteni mediji u informiranju o UNESCO-ovim zaštićenim nematerijalnim dobrima



Izvor: rad autora

Prema slici 9 može se zaključiti kako je malo više od polovice ispitanih, točnije njih 51,1 % (68 ispitanika) odgovorilo kako je glavni izvor informiranosti internet. Zatim slijedi TV s 21,1 % (28 ispitanika), te društvene mreže sa 16,5 % (22 ispitanika). Ostali odgovori su u izrazito malom postotnom iznosu, a obuhvaćaju: elektroničke publikacije 3 % (4 ispitanika), prijatelje s 2,3 % (3 ispitanika), tisak s 1,5 % (2 ispitanika), te manje od jedan posto obuhvaćaju škola, fakultet, dokumentarci i knjige. Jedan ispitanik koji čini 0,8 % odgovorio je kako se uopće ne informira. Slijedi 11. pitanje ove ankete, a prikazuje se u tablici 2 i donosi diskutabilne rezultate.

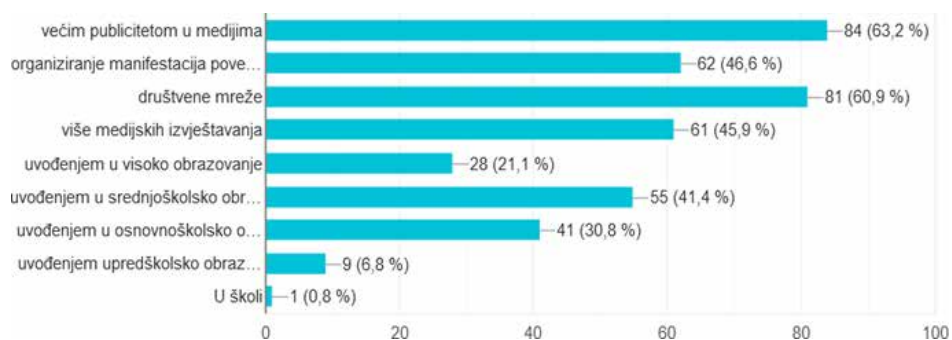
Tablica 2. Zaštićeno nematerijalno kulturno dobro lokalne zajednice ispitanika

Zaštićeno nematerijalno dobro	Broj odgovora
Klapsko pjevanje	10
Umijeće suhozidne gradnje	10
Sinjska alka	9
Festa sv. Vlaha	5
Čipkarstvo	4
Nijemo kolo	3
Mediterranska prehrana	3
Ganga (ojkanje)	2
Licitarsko srce	2
Zvončari	1
Procesija Za Križen na Hvaru	1
Medičarstvo	1
Tradicionalne drvene igračke	1
13 NEMATERIJALNIH DOBARA	UKUPNO = 53

Ono što se može zaključiti iz prikazane tablice je da je mali broj ispitanika koji poznaju nematerijalna kulturna dobra svoga kraja pod zaštitom UNESCO-a. Svega njih 53 (što bi iznosilo nekih 39 %) od ukupno 133 ispitanika navelo je neko zaštićeno nematerijalno dobro. Rezultati pokazuju izrazito malo poznavanje zaštićenih nematerijalnih dobara, nepoznanicu značenja nematerijalno dobro, koje često zamjenjuju s materijalnim dobrom, kao što su: Dioklecijanova palača (6 ispitanika), Stradun (1 ispitanik), razne crkve, kule, Plitvička jezera, Biokovo itd. Nadalje, navode se dobra koja se nalaze na listi Ministarstva kulture koja bi trebalo zaštititi, ali ih UNESCO još nije odobrio. Neki od odgovora bili su negativni.

Slijedi 12. pitanje koje bi moglo biti rješenje ovom problemu, a prikazano je na slici 10.

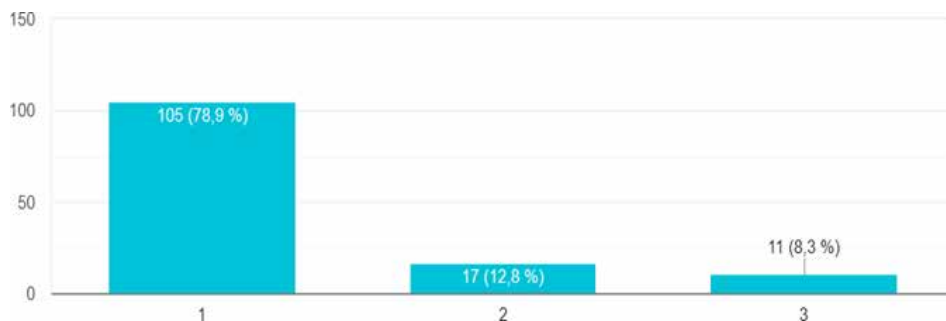
Slika 10. Stav ispitanika o boljoj populariziranosti nematerijalne kulturne baštine



Izvor: rad autora

Iz slike 10 vidljiv je stav ispitanika koji insinuira na potrebu većeg publiciteta u medijima i društvenim mrežama kao presudnim u populariziranju nematerijalne baštine u očima javnosti (više od 80 % ponuđenih odgovora). Poželjno je i organiziranje raznih manifestacija, što je zauzelo gotovo polovinu odgovora u postotnom iznosu od 46,6 % (62 ispitanika). Većina rješenje popularizacije i samog poimanja vidi u uvođenju kulturnog obrazovanja u škole. Sljedeće je 14. pitanje u ovoj anketi, a odnosi se na stav ispitanika o nematerijalnoj kulturnoj baštini kao dobrom primjeru predstavljanja Hrvatske u svijetu, a prikazano je na slici 11.

Slika 11. Nematerijalna kulturna baština kao dobar primjer predstavljanja Hrvatske u svijetu

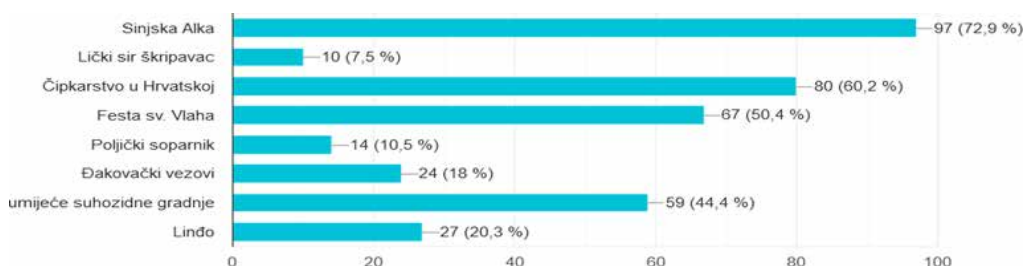


Izvor: rad autora

Slika 11 prikazuje jasnu činjenicu kako skoro svi ispitanici, njih 78,9 % (105 ispitanika), smatraju dobrim primjerom predstavljanje Hrvatske svijetu preko ovih nematerijalnih fenomena. Ako uzmemo u obzir kako se radi o kulturnom identitetu, autentičnosti i tradicijskoj vrijednosti, turistička zemlja poput naše, zaista ima na čemu graditi svoju veličinu. Tek 12,8 % (17 ispitanika) bilo je neodlučno da-ne, dok se 8,3 % (11 ispitanika) izjasnilo negativnim odgovorom. Sljedeće pitanje nudilo je odgovore koje je samo trebalo prihvatiti i izabrati, a prikazuju se na slici 12.

Može se reći kako je izvrsna poveznica otvorenom tipu pitanja pod brojem 11, samo što je bilo lakše zbog unaprijed ponuđenih odgovora.

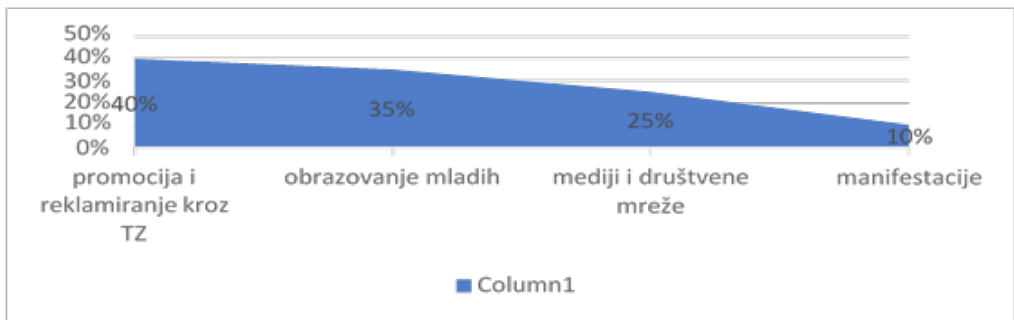
Slika 12. Odaberite nematerijalno dobro koje je zaštitio UNESCO-a



Izvor: rad autora

Iz slike 12 jasno je vidljivo nepoznavanje termina materijalne kulturne baštine i nematerijalne kulturne baštine, zaštićenih hrvatskih dobara, na listi čekanja za upisivanje na UNESCO-ov popis, ali i poznavanje nekih nematerijalnih kulturnih dobara koja su popularnija u javnosti, poput Sinjske alke 72,9 % (97 ispitanika), čipkarstva sa 60,2 % (80 ispitanika), Feste sv. Vlaha s 50,4 % (67 ispitanika) te umijeća suhozidne gradnje sa 44,4 % (59 ispitanika). Sljedeće, zadnje, 16. pitanje otvorenog tipa, odnosi se na prijedloge o tome što ispitanici smatraju potrebnim u populariziranju nematerijalnih dobara pod UNESCO-ovom zaštitom.

Slika 13. Doprinos populariziranju nematerijalne kulturne baštine pod zaštitom UNESCO-a



Izvor: rad autora

Dakle, iz slike 13 jasno je vidljiv stav ispitanika u kojem najveću pažnju posvećuju insinuiranju potrebe za intenzivnijom i atraktivnijom promocijom i reklamiranjem putem TZ-a (40 %), potrebom za obrazovanjem i uvođenjem u školstvo (35 %), većim angažmanom medija i društvenih mreža (25 %) te organiziranjem raznih manifestacija i drugih kulturnih događaja (10 %).

6. RASPRAVA REZULTATA

Teorijski dio ovog rada definirao je pojam UNESCO i kulturna baština te njihovu usku povezanost i važnost. Rezultati ovoga istraživanja pokazali su povezanost teorije i rezultata kada je riječ o povezanosti UNESCO-a i nematerijalne kulturne baštine jer su se svi složili kako nematerijalnu kulturnu baštinu treba zaštititi. Kada je riječ o užem poznavanju kulturne baštine, u odnosu na detaljno obrađen teorijski dio rada i svjesnost pojedinca o važnosti, rezultati

istraživanja pokazali su kako je teorijski dio ovog rada uspješno obrađen te kako su teorija i rezultati povezani. Iako su pojedinci svjesni važnosti kulturne baštine, ne razlikuju materijalnu od nematerijalne kulturna baštine. Teorijski poznaju poneku od njih, ali u stvarnosti ih previše ne interesira. Može se pretpostaviti kako je razlog ovakvom rezultatu u dobnoj skupini ispitanika jer su oni najveći korisnici društvenih mreža i nemaju osobit afinitet za ovakvim sadržajima. Kao i u dosadašnjim istraživanjima, nije učinjen veliki odmak od konzervativnog aspekta djelovanja, kruti i neotvoreni stavovi u pogledu promidžbe i marketinga te multikulturne komunikacije u globalizacijskom svijetu. Teorijski dio pokazao je važnost nematerijalne kulturne baštine u Hrvatskoj, a rezultati ovog istraživanja pokazali su povezanost teorijskog dijela rada u smislu važnosti i potrebe očuvanja baštine i rezultata istraživanja koji upućuju na informiranost ispitanika o važnosti i potrebi njihova očuvanja. Iz ove se analize da zaključiti da, iako ulažu veliki trud, kulturne institucije nisu dostatne u približavanju kulturnog svijeta publici. Ispitanici su mladi ljudi iz svijeta digitalizacije i upoznaju se sa svim preko društvenih mreža i interneta. Budući da je veliki broj mladih ljudi pristupilo anketnom upitniku, rezultati su u skladu s tim. Kao razlog tomu, naveli su potrebu za većom upečatljivošću, ulaganjem u bolju promidžbu preko društvenih mreža, animiranih oglasa, nešto što bi im privuklo pažnju, bez suvišnog teksta. Zanimljivo je spomenuti da skoro svi ispitanici smatraju kako bi se kulturna baština trebala uvesti u školsko obrazovanje svih generacija. Interes mladih za obrazovanjem, animacijom preko radionica, predstava, igrokaza i slično, učenjem tradicijskih vještina, adekvatan su primjer javnim službama u kojem pravcu djelovanja i planiranja trebaju usmjeriti investicije. Neki od konkretnih prijedloga za bolju informiranost građana o temi su:

- jačanje medijske vidljivosti hrvatske nematerijalne baštine na UNESCO-ovim listama
- implementacija hrvatske nematerijalne baštine u obrazovni sustav
- animiranje i uključivanje mladih u akcije, radionice, posjete manifestacijama i slično.

7. ZAKLJUČAK

Cilj je ovoga rada analiza informiranosti građana o nematerijalnim kulturnim dobrima pod zaštitom UNESCO-a, preko kojih medija se najčešće informiraju o zaštićenim nematerijalnim dobrima te stav ispitanika o komunikaciji nematerijalnih kulturnih dobara na društvenim mrežama. Osim toga, htjelo se ispitati mišljenje i informiranost ispitanika o djelovanju UNESCO-a. Nastoj

jali su se saznati i njihovi prijedlozi bolje promocije i informiranosti radi očuvanja stoljetnih tradicija. Rezultati dobiveni ovim istraživanjem pokazali su da nematerijalna kulturna baština pod zaštitom UNESCO-a treba poraditi na boljem predstavljanju preko društvenih mreža, ali i drugih konvencionalnih medija. Razlog tomu je rezultat istraživanja najčešćih korisnika društvenih mreža koji je ukazao na djelomično poznavanje, slabo poznavanje, te kod nekolicine gotovo potpuno nepoznavanje predmeta istraživanja. Sam pojam kulturne baštine im je poznat, no bez razlikovanja materijalne kulturne baštinu od nematerijalne. Nadalje, poznaju određena kulturna dobra koja su zaštićena (rezultat je materijalno zaštićeno dobro ili ono nematerijalno koje nije još pod zaštitom UNESCO-a), ali rezultati ne odgovaraju nematerijalnom kulturnom dobru s UNESCO-ovog popisa.

Analiza informiranosti ispitanika rezultirala je podacima koji ukazuju na potrebu bolje promocije i marketinga. Neke od preporuka ispitanika za veću populariziranost su u smjeru izgleda i učestalosti oglasa, reklama, ljepših fotografija i slično, koji bi privukli gledatelja ili čitatelja da obrati pozornost na njih (vesele boje, glazba, kratki tekst i slično) na društvenim mrežama i ostalim medijima. Ispitanici su većinom mladi ljudi koji najviše vremena provode pregledavajući društvene mreže i internet. Stoga smatraju kako bi ih se trebalo dodatno privući i informirati u skladu s njihovim godinama. Dakle, potrebna je promidžba prilagođena mlađoj populaciji. Istaknula se i potreba veće angažiranosti Turističke zajednice u promociji i organizaciji kulturnih manifestacija. Nadalje, prijedlozi ispitanika odnosili su se na potrebu implementiranja kulturnog obrazovanja u školstvo. Smatraju da, kada bi mladi ljudi odrastali u interakciji s kulturom, više bi ju poštivali i njegovali. Istaknula se i potreba organiziranja školskih radionica, predstava, igraonica, manifestacija i slično.

LITERATURA

1. Cifrić, I. (2014). Očuvanje baštine u kontekstu Europske unije. *Adrias (Split)*. 20, 9-19.
2. Diana, D. (2022). Materijalna i nematerijalna kultura – umjetnost. *Madskillsvocabulary.com*. Preuzeto s: <https://hr.madskillsvocabulary.com/cultura-material-e-imaterial>, 18.2.2022.
3. Georgievski, P., Žoglev, Z., (2014). Uloga kulture u formiranju osobnog i društvenog identiteta u procesu socijalizacije. *Godišnjak Titius: godišnjak za interdisciplinarna istraživanja porječja Krke*. 6-7 (6-7), 517-528.
4. Hrvatska turistička zajednica, [HTZ], (n.d.). Kultura i baština. Hrvatska puna života. Doživljaji. *Promotivni materijal*.

5. Hrovatin, M. (2012). Procesi očuvanja i popisivanja nematerijalnih kulturnih dobara u Hrvatskoj. *Godišnjak zaštite spomenika kulture Hrvatske*, 36, 125-136.
6. Khillar, S. (2021). Razlika između baštine i kulture. *12vn.net*. Preuzeto s: https://12vn.net/hr/miscellaneous/difference-between-heritage-and-culture#abh_about, 20. 2. 2022.
7. Marković, K. (2001). Kultura je važno sredstvo ruralnog razvoja. *Informatica museologica*, 32 (1-2), 139-144.
8. Leitner, S. (2016). Nova Akropola: za boljeg čovjeka i bolji svijet. Što je kultura?: *Čovjek i svijet. Nova Akropola*. Preuzeto s: <https://nova-akropola.com/covjek-i-svijet/aktualno/sto-je-kultura/>, 15. 2. 2022.
9. Novi list, (2020, srpanj 29). Otkrijte hrvatske bisere na UNESCO-ovom popisu svjetske baštine. Povijest na svakom koraku. *Novi list*. NL PROMO. Preuzeto s: <https://www.novolist.hr/uncategorized/povijest-na-svakom-koraku/>, 20.2.2022.
10. Obuljen Koržinek, N., Bašić, B. J. (2019). *Hrvatska nematerijalna baština na UNESCO-ovim listama*. Zagreb: Printera grupa, Ministarstvo kulture RH.
11. Roehrich, R. (2017). Razlika između kulture i tradicije. *12vn.net*. Preuzeto s: https://12vn.net/hr/miscellaneous/difference-between-culture-and-tradition#abh_about 20. 2. 2022.
12. Šošić, M. T. (2014). Pojam kulturne baštine – međunarodnopravni pogled. *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu*, 51 (4), 833-860.

IMPLIKACIJE POLITIKE KULTURNE BAŠTINE EUROPSKE UNIJE NA REGIONALNI ODRŽIVI RAZVOJ: REFLEKSIJE IZ KONTINENTALNE HRVATSKE

Pregledni rad

Jeronim Dorotić

Hrvatsko katoličko sveučilište
Ilica 242
10000 Zagreb
jeronim.dorotic@unicath.hr

Sažetak

Glavni je cilj ovog rada pružiti uvid o implikacijama politike kulturne baštine Europske unije na regionalni održivi razvoj u kontekstu kontinentalne Hrvatske. Ovaj je cilj ostvaren primjenom kvalitativne metodologije (tj. analizom sadržaja relevantnih primarnih i sekundarnih izvora) prema sljedećem redoslijedu. Prvo je prikazan kontekst relevantnih istraživanja koja upućuju na prepoznatu ulogu kulturne baštine kao važnog resursa kojim se promiče održivi razvoj. Potom je prikazan razvoj koncepata kulturne baštine i održivog razvoja, te je sukladno tome ukazano na sve intenzivnije prepoznavanje povezanosti između oba pojma prema relevantnim međunarodnim dokumentima. Nakon toga je na temelju pregleda i analize primarne legislative, inicijativa i strateških dokumenata EU-a artikuliran okvir politike Europske unije na području kulturne baštine te je ukazano da održivi razvoj čini njegov sastavni dio. U skladu s navedenim razmatranjima u završnom su dijelu rada izneseni indikativni uvidi o implikacijama politike kulturne baštine EU-a na regionalni održivi razvoj, a koji se temelje na primjerima više odabranih inicijativa, tj. EU projekata, koji su provedeni u kontinentalnoj Hrvatskoj pomoću instrumenata EU-a na području kulturne baštine. Na tragu iznesenih uvida rezultati ovog rada ukazuju da provedba politike kulturne baštine EU-a potiče regionalni održivi razvoj kontinentalne Hrvatske u nacionalnim, ali i širim europskim okvirima, te da sukladno tome primjena instrumenata EU-a na području kulturne baštine ima potencijal za daljnje jačanje gospodarskog rasta, socijalne uključenosti i zaštite okoliša u kontinentalnoj Hrvatskoj i šire.

Ključne riječi: Europska unija, kontinentalna Hrvatska, kulturna baština, kulturna politika, održivi razvoj

IMPLICATIONS OF THE CULTURAL HERITAGE POLICY OF THE EUROPEAN UNION ON REGIONAL SUSTAINABLE DEVELOPMENT: REFLECTIONS FROM CONTINENTAL CROATIA

Abstract

The main goal of this paper is to provide an insight into the implications of the European Union's cultural heritage policy on regional sustainable development in the context of continental Croatia. This goal was achieved by applying qualitative methodology (i.e., by content analysis of relevant primary and secondary sources) in the following sequence. Firstly, the context of relevant research that points to the recognized role of cultural heritage as an important resource in promoting sustainable development is presented. Subsequently, development of the cultural heritage and sustainable development concepts is presented, and accordingly, the increasingly intensive recognition of the connection between both concepts is recognized according to relevant international documents. After that, based on the review and analysis of the EU's primary legislation, initiatives and strategic documents, the framework of the European Union's policy in the field of cultural heritage is articulated as well as it is pointed out that sustainable development is an integral part of it. In accordance with the mentioned considerations, the final part of the paper presents indicative insights about the implications of the EU's cultural heritage policy on regional sustainable development, based on the examples of several selected initiatives, i.e., EU projects, which were implemented in continental Croatia through the EU instruments in the field of cultural heritage. In line with presented insights, the results of this paper indicate that implementation of the EU's cultural heritage policy encourages the regional sustainable development of continental Croatia within the national, but also within wider European framework, and for that reason implementation of the EU instruments in the field of cultural heritage has the potential to further enhance the economic growth, social inclusion and environmental protection in continental Croatia and beyond.

Keywords: European Union, continental Croatia, cultural heritage, cultural policy, sustainable development

1. UVOD

Činjenicu da kulturna baština sadrži veliki potencijal u jačanju gospodarskog rasta, socijalne uključenosti i zaštite okoliša na svim razinama upravljanja nedavno su prepoznali i kreatori politika EU-a. Točnije, ovo rastuće zanimanje za kulturnu baštinu na europskoj razini prepoznato je tijekom posljednjeg desetljeća u nizu strateških dokumenata EU-a (npr. *Ususret cjelovitom pristupu kulturnoj baštini u Europi* (Europska komisija, 2014) i *Europski okvir za djelovanje u području kulturne baštine* (Europska komisija, 2019a)) koji ukazuju na neizbježnu međupovezanost između kulturne baštine i održivog razvoja, kao i na intenciju institucija EU-a da nadopune aktivnosti svojih država članica u tom pogledu. Štoviše, ova intencija vidljiva je i u brojnim inicijativama poput proglašenja 2018. godine Europskom godinom kulturne baštine i nedavnog obilježavanja manifestacije Dana europske baštine 2022. godine (u suradnji između Vijeća Europe i Europske komisije) pod naslovom Održivost Europe. U skladu s navedenim razmatranjima glavni je cilj ovog rada pružiti uvid o implikacijama politike kulturne baštine EU-a na regionalni održivi razvoj u kontekstu kontinentalne Hrvatske.

Ovaj će se cilj postići primjenom kvalitativne metodologije, tj. analizom sadržaja relevantnih primarnih i sekundarnih izvora prema sljedećem redosljedu. Naime, prvo će se prikazati kontekst relevantnih istraživanja koja upućuju na prepoznatu ulogu kulturne baštine kao važnog resursa kojim se promiče održivi razvoj. Potom će se ukazati na razvoj koncepata kulturne baštine i održivog razvoja, kao i na sve intenzivnije prepoznavanje povezanosti između dvaju pojmova prema relevantnim međunarodnim dokumentima. Nadalje, u radu će se artikulirati okvir za politiku EU-a na području kulturne baštine te će se ukazati da održivi razvoj čini njegov sastavni dio. U ovom pogledu prvo će biti nužno ponuditi uvide o nastojanju institucija EU-a da se održivi razvoj integri- ra u legislativu na kojoj se temelje javne politike Unije. Nakon toga, u nastavku će se artikulirati aktualni okvir za politiku EU-a na području kulturne baštine prikazom primarnih pravnih izvora i inicijativa Unije na kojima se on temelji. U skladu s navedenim ovaj će dio rada biti zaključen uvidima u strateške dokumente EU-a koji isto tako čine okvir za djelovanje Unije na području kulturne baštine, a u kojima institucije EU-a ističu važnost kulturne baštine za europski integracijski proces i održivi razvoj Europe. Na tragu iznesenih razmatranja u završnom će se dijelu rada pružiti indikativni uvidi o implikacijama politike kulturne baštine EU-a na regionalni održivi razvoj, a koji se temelje na primjerima više odabranih inicijativa, tj. EU projekata, koji su provedeni u kontinentalnoj Hrvatskoj pomoću instrumenata EU-a na području kulturne baštine. U zaključku će biti iznesena završna razmatranja vezana za rezultate rada.

2. KULTURNA BAŠTINA I ODRŽIVI RAZVOJ U KONTEKSTU RELEVANTNIH ISTRAŽIVANJA

UN-ovo artikuliranje konceptata kulturne baštine (UNESCO, 1972) i održivog razvoja (Brundtland, 1987) te njihova postepena afirmacija na svim razinama upravljanja, uključujući i europsku (EU), neminovno se reflektirala i u povećanom akademskom interesu za bavljenje temama kojima se iz interdisciplinarnih perspektive rasvjetljuje prepoznata uloga kulturne baštine kao važnog resursa kojim se promiče održivi razvoj. U ovom pogledu mogu se izdvojiti brojni znanstveni radovi producirani posebice tijekom 2000-ih godina koji okvirno ukazuju na širok spektar tema koje su do sada obrađene u sklopu ovog rastućeg područja istraživanja. Naime, tako se primjerice na konceptualnoj razini uz domaćeg autora Maroevića (2001), koji nudi uvide o ulozi koncepta održivog razvoja u zaštiti kulturne baštine, mogu izdvojiti i uvidi autorice Loulanski (2007), koja razmatra poveznice između pojmova kulturne baštine i održivog razvoja na teorijskoj i praktičnoj razini. Također, činjenica da kulturna baština sadrži materijalnu i nematerijalnu dimenziju odražava se i na primjerima istraživanja u kojima se zasebno razmatraju implikacije materijalne i nematerijalne baštine na održivi razvoj. Naime, u ovom se kontekstu mogu izdvojiti istraživanja u kojima se rasvjetljuju implikacije materijalne, tj. graditeljske, baštine na održivi razvoj u slučajevima održivog urbanog razvoja (Tweed i Sutherland, 2007) ili održivog razvoja krajolika (Vileniske, 2008). Isto tako, u pogledu istraživanja u kojima se analiziraju implikacije nematerijalne baštine na održivi razvoj (posebice u vidu *Konvencije o zaštiti nematerijalne kulturne baštine* (UNESCO, 2003)), mogu se izdvojiti razmatranja autorice Meissner (2021) koja nematerijalnu baštinu promatra prizmom kulturnog kapitala, kao i uvidi autorice Ubertazzi (2022) koja kritički analizira odnos između nematerijalne baštine, održivog razvoja i prava intelektualnog vlasništva.

Nadalje, s obzirom na prevladavajući konceptualni diskurs prema kojem održivi razvoj čine gospodarska, društvena i okolišna komponenta, među istraživanjima koja dovode u vezu kulturu (u širem smislu) te posebice kulturnu baštinu i održivi razvoj, ubrajaju se i radovi u kojima se u kontekstu diskursa o kulturnoj održivosti ističe važnost dodavanja kulturne komponente cjelovitoj koncepciji održivog razvoja, kao što je to slučaj u istraživanju znanstvenog diskursa o kulturnoj održivosti (Soini, & Birkeland, 2014) ili u istraživanju održivog urbanog planiranja (Skrede & Berg, 2019). Isto tako, uz navedena istraživanja ističu se i publikacije u kojima se ukazuje na izraženu povezanost između očuvanja kulturne baštine i održivog razvoja u svjetlu UNESCO-ova *Dokumenta o politici integracije perspektive održivog razvoja u procese Konvencije o svjet-*

skoj baštini (UNESCO, 2015)¹⁴⁷ jer je svrha ovog dokumenta doprinijeti usklađivanju ciljeva održivog razvoja UN-ove *Agende 2030* (UN, 2015) s *Konvencijom o svjetskoj kulturnoj i prirodnoj baštini* (UNESCO, 1972) (Larsen & Logan, 2018). Štoviše, među recentnim izdvaja se istraživanje autorice Labadi (2022) koja na cjelovit način razmatra implikacije međunarodnih instrumenata na ovom području od 1970-ih godina do danas, propitujući pritom u svjetlu marginalizirane uloge kulturne baštine u ciljevima održivog razvoja UN-ove *Agende 2030* (UN, 2015) praktične doprinose baštine ostvarenju gospodarske, društvene i okolišne dimenzije održivog razvoja na odgovarajućim primjerima vezanim za smanjenje siromaštva, ravnopravnost spolova i održivost okoliša.

U skladu s navedenim treba dodati da korpus literature koji ukazuje na prepoznat (su)odnos između kulturne baštine i održivog razvoja, isto tako, nadopunjavaju i radovi autora koji pristupaju ovom području istraživanja u europskom (EU) kontekstu. Pritom treba istaknuti da se iz akademske perspektive uglavnom zasebno pristupa temama koje s jedne strane nude uvide o politikama EU-a na području održivog razvoja (npr. Baker i suradnici, 1997; Azmanova i Pallemaerts, 2006), a s druge strane razmatraju implikacije politika EU-a na području kulturne baštine (npr. Jakubowski, Hausler, & Fiorentini, 2019; Lahdesmaki i suradnici, 2020). No unatoč tome može se zamijetiti da se postepeno prepoznavanje povezanosti između kulturne baštine i održivog razvoja u okviru legislative i javnih politika EU-a (posebice od 2014. godine kada su doneseni *Zaključci Vijeća Europske unije o kulturnom nasljeđu kao strateškom resursu za održivu Europu* (Vijeće Europske unije, 2014)) također postepeno reflektira i u radovima autora koji izravnije dovode u vezu kulturnu baštinu i održivi razvoj na razini Unije. Naime, na razini primjera u ovom se pogledu mogu izdvojiti uvidi autorice Kenig-Witkowska (2019) o politikama i legislativi EU-a na područjima kulturne baštine i klimatskih promjena, kao i razmatranja autorica Macri & Cristofaro (2021) koje na primjeru internetskog portala *Europeana* nude uvide o utjecaju digitalizacije kulturne baštine na održivi razvoj. Naposljetku, radovi u kojima se nude uvidi o održivosti kulturne baštine učinkovitim javnim politikama (Jelinčić & Tišma, 2020), kao i nedavno objavljen *Priručnik za održivost kulturne baštine* (Jelinčić, Tišma i Glivetić, 2022), govore o interesu domaćih autora za aktualizacijom pitanja uloge kulturne baštine kao važnog resursa kojim se promiče održivi razvoj u hrvatskom kontekstu.

147 Službeni naziv dokumenta na engleskom jeziku je *Policy Document for the Integration of a Sustainable Development Perspective into the Processes of the World Heritage Convention* (UNESCO, 2015).

3. OD OSNOVNIH DEFINICIJA PREMA PREPOZNAVANJU POVEZANOSTI IZMEĐU KULTURNE BAŠTINE I ODRŽIVOG RAZVOJA U RELEVANTNIM MEĐUNARODNIM DOKUMENTIMA

Iako su već tijekom 1970-ih i 1980-ih godina koncepti kulturne baštine i održivog razvoja počeli dobivati na sve većoj važnosti na globalnoj razini, zanimljivo je zamijetiti da povezanost između dvaju pojmova biva intenzivnije prepoznata tek od početka 2000-ih godina. Govoreći prvo o razvoju koncepta kulturne baštine iz perspektive UNESCO-a može se zamijetiti da su postepeno artikulirane prvo njezina materijalna dimenzija (npr. nepokretna kulturna dobra poput građevina i spomenika), a potom i nematerijalna dimenzija (npr. znanja, vještine, umijeća) kao komplementarne komponente istog pojma. Drugim riječima, premda je još 1954. UNESCO donošenjem *Konvencije o zaštiti kulturnih dobara u slučaju oružanog sukoba* (Haška konvencija) (UNESCO, 1954) prepoznao važnost zaštite i očuvanja kulturne baštine, precizna konceptualizacija ovog pojma, koja se evidentno odnosi na njegovu materijalnu komponentu, uslijedila je 1972. u okviru UNESCO-ove *Konvencije o zaštiti svjetske kulturne i prirodne baštine* (UNESCO, 1972). Preciznije, prema navedenom dokumentu kulturna baština odnosi se na spomenike, grupe zgrada i znamenita mjesta od „izvanredne univerzalne vrijednosti“ te se konceptualno razlikuje od prirodne baštine (UNESCO, 1972, čl. 1). Međutim, prepoznatu potrebu da se konceptualno istakne specifičnost nematerijalne u odnosu na materijalnu kulturnu baštinu UNESCO je iskazao 2003. godine donošenjem *Konvencije o zaštiti nematerijalne kulturne baštine* prema kojoj se nematerijalna kulturna baština odnosi na „vještine, izvedbe, izričaje, znanja, umijeća, kao i instrumente, predmete, rukotvorine i kulturne prostore koji su povezani s tim, koje zajednice, skupine i u nekim slučajevima, pojedinci prihvaćaju kao dio svoje kulturne baštine“ (UNESCO, 2003, čl. 2). Iz navedenih definicija vidljiva je nužno prepoznata konceptualna diferencijacija, ali i komplementarnost između materijalne i nematerijalne kulturne baštine, koja je navedenim UNESCO-ovim konvencijama, kao pravno obvezujućim međunarodnim instrumentima, utjecala na podizanje razine svijesti o važnosti zaštite i očuvanja kulturne baštine u svim njezinim manifestacijama i na svim razinama upravljanja (od lokalne, regionalne i nacionalne do međunarodne). Štoviše, u prilog ovoj tvrdnji svakako ide kreiranje UNESCO-ova *Popisa svjetske baštine* koji se odnosi na materijalna/nepokretna kulturna dobra (UNESCO, 1972, čl. 11), kao i kasnije uspostavljanje UNESCO-ova *Popisa nematerijalne kulturne baštine* (UNESCO, 2003, čl. 16).

S druge strane, koncept održivog razvoja koji je danas opće prihvaćen na globalnoj razini artikuliran je 1987. godine u poznatom izvješću *Naša zajednička budućnost* UN-ove Svjetske komisije za okoliš i razvoj kao odgovor na

negativne posljedice neodrživog gospodarskog razvoja na okoliš te se definira kao „razvoj koji zadovoljava potrebe današnjice bez ugrožavanja sposobnosti budućih generacija da zadovolje svoje vlastite potrebe“ (Brundtland,1987). Od tada pa sve do danas važnost održivog razvoja kao ključnog koncepta u pogledu jačanja gospodarskog rasta, socijalne uključenosti i zaštite okoliša na svim razinama upravljanja reflektirala se u više pravno neobvezujućih, ali zato politički utjecajnih dokumenata Ujedinjenih naroda. Naime, riječ je o dokumentima kao što su *Agenda 21* (UN, 1992) kojom je prepoznata važnost primjene principa održivog razvoja od lokalne do međunarodne razine; potom *Milenijska deklaracija* (UN, 2000) kojom su usvojeni Milenijski razvojni ciljevi do 2015. godine; te naposljetku i dalje aktualna *Agenda 2030* (UN, 2015) kojom je artikulirano 17 ciljeva održivog razvoja do 2030. godine koji su usklađeni s gospodarskom, društvenom i okolišnom dimenzijom kao temeljnim komponentama koncepta održivog razvoja.

Napokon, u skladu s iznesenim razmatranjima nužno je ukazati na sve intenzivnije prepoznavanje povezanosti između očuvanja kulturne baštine i održivog razvoja oslanjajući se također na relevantne međunarodne dokumente. U ovom pogledu treba istaknuti da se prvi međunarodni dokument koji izravno dovodi u vezu kulturnu baštinu i održivi razvoj odnosi na UNESCO-ovu *Deklaraciju iz Budimpešte o svjetskoj baštini* iz 2002. godine. Naime, u ovom dokumentu Odbor za svjetsku baštinu izravno ističe prepoznatu univerzalnost *Konvencije o zaštiti svjetske kulturne i prirodne baštine* (UNESCO, 1972), kao i „posljedičnu potrebu da se osigura da se ona primjenjuje na baštinu u svoj njezinoj raznolikosti, kao instrument za održivi razvoj svih društava kroz dijalog i međusobno razumijevanje“ (UNESCO, 2002, 6). Nadalje, treba navesti da je već 2003. godine u okviru preambule ranije spomenute *Konvencije o zaštiti nematerijalne kulturne baštine* isto tako prepoznata „važnost nematerijalne baštine kao pokretača kulturne raznolikosti i jamstva održivog razvoja“ (UNESCO, 2003, preambula). Štoviše, u istoj se *Konvenciji* ističe da se ona odnosi na nematerijalnu kulturnu baštinu koja je „u skladu s održivim razvojem“ (UNESCO, 2003, čl. 2.). Također treba dodati da se uz potonji, kao još jedan pravno obvezujući međunarodni instrument koji povezuje kulturu i održivi razvoj, odnosi na UNESCO-ovu *Konvenciju o zaštiti i promicanju raznolikosti kulturnih izričaja* iz 2005. godine u čijoj je preambuli izraženo stajalište da „kulturna raznolikost tvori zajedničku baštinu čovječanstva“ te da ona kao takva predstavlja „pokretač održivog razvoja zajednica, naroda i država“ (UNESCO, 2005, preambula). Ujedno, u okviru čl. 2. istaknute *Konvencije* kao jedno od njezinih vodećih načela navodi se i „Načelo održivog razvoja“ (UNESCO, 2005, čl. 2) te se čl. 13. istog dokumenta izravno odnosi na „Uključivanje kulture u održivi razvoj“ (UNESCO, 2005, čl. 3.). No pored navedenog, relativno recentno doneseni

dokument, kojim je neposredno nakon donošenja UN-ove *Agende 2030* izravno izražena povezanost između očuvanja kulturne baštine i održivog razvoja, odnosi se na UNESCO-ov *Dokument o politici integracije perspektive održivog razvoja u procese Konvencije o svjetskoj baštini* iz 2015. godine. Ukratko, ovim se dokumentom želi postići „integracija perspektive održivog razvoja u Konvenciju o svjetskoj baštini“, i to tako da se omogući „svim dionicima uključenim u njezinu provedbu, posebno na nacionalnoj razini, društveno odgovorno djelovanje“ (UNESCO, 2015, 2). Konačno, u pogledu prepoznavanja povezanosti između očuvanja kulturne baštine i održivog razvoja treba istaknuti da je ona prepoznata i u istaknutoj UN-ovoj *Agendi 2030*, tj. u okviru njezinog 11. cilja održivog razvoja kojemu je intencija „Učiniti gradove i naselja uključivim, sigurnim, otpornim i održivim“. Naime, riječ je o podcilju 11.4. navedenog cilja 11. kojim se izravno namjerava „Ojačati napore u očuvanju i zaštiti svjetske kulturne i prirodne baštine“ (UN, 2015).

4. OKVIR POLITIKE EUROPSKE UNIJE NA PODRUČJU KULTURNE BAŠTINE I ODRŽIVI RAZVOJ KAO NJEGOV SASTAVNI DIO

4.1. Održivi razvoj kao sastavni dio javnih politika Europske unije

Kako bi se postepeno prikazalo da održivi razvoj čini integralni dio politike EU-a na području kulturne baštine, potrebno je prije pregleda pravnih temelja i inicijativa koje čine njegov aktualni okvir, ukazati na nastojanje institucija EU-a da integriraju principe održivog razvoja u legislativu na kojoj se temelje javne politike Unije. U ovom pogledu treba istaknuti da je održivi razvoj kao i kulturna baština integriran u primarni pravni okvir Unije, što je izraženo već u preambuli *Ugovora o Europskoj uniji* (UEU) u kojem njegovi potpisnici izražavaju namjeru „da promiču gospodarski i socijalni napredak svojih naroda, uzimajući u obzir načelo održivog razvoja“ (Pročišćene verzije Ugovora - UEU, 2016, preambula). Isto tako, u čl. 3. UEU-a ističe se da u okviru svojih zajedničkih odredbi Unija „radi na održivom razvoju Europe“ (Pročišćene verzije Ugovora - UEU, 2016, čl. 3.), kao i u čl. 21. UEU-a da podupire održivi razvoj u kontekstu svog vanjskog djelovanja (Pročišćene verzije Ugovora - UEU, 2016, čl. 21). Štoviše, u čl. 11. UFEU-a sljedećim je riječima izričito istaknuta važnost integriranja principa održivog razvoja u javne politike Unije: „Zahtjevi u pogledu zaštite okoliša moraju se uključiti u utvrđivanje i provedbu politika i aktivnosti Unije, posebice s ciljem promicanja održivog razvoja“ (Pročišćene verzije Ugovora - UFEU, 2016, čl. 11.). Isto tako, uz navedenu primarnu legislativu važ-

nost održivog razvoja za institucije EU-a izražena je i u brojnim Komunikacijama Europske komisije među kojima se može izdvojiti *Održiva Europa za bolji svijet: Strategija Europske unije za održivi razvoj*¹⁴⁸ iz 2001. godine u kojoj je između ostalog istaknuto da „Europska unija ima ključnu ulogu u postizanju održivog razvoja, unutar Europe, ali i na široj globalnoj pozornici“ (Europska komisija, 2001, 2). Naposljetku, predanost Unije da integrira principe održivog razvoja u legislativu koja čini temelj na području svih njezinih javnih politika iskazana je 2010. godine poznatom Komunikacijom Europske komisije *Europa 2020.: Strategija za pametan, održiv i uključiv rast* (Europska komisija, 2010), kao i gotovo desetljeće kasnije donošenjem *Europskog zelenog plana* (Europska komisija, 2019b).

4.2. *Kulturna baština u pravnim temeljima i inicijativama Europske unije*

Okvir za politiku Europske unije (EU) na području kulturne baštine postepeno se razvijao u sklopu kulturne politike EU-a poprimivši aktualne konture koje se temelje na primarnim pravnim izvorima Unije. Preciznije, kulturna je baština kao i održivi razvoj dio primarnog pravnog okvira EU-a jer je već u preambuli *Ugovora o Europskoj uniji* (UEU) istaknuto da su njegovi potpisnici „nadahnuti kulturnim, vjerskim i humanističkim nasljeđem Europe iz kojeg su se razvile opće vrijednosti nepovredivih i neotuđivih prava ljudskog bića, slobode, demokracije, jednakosti i vladavine prava“ (Pročišćene verzije Ugovora - UEU, 2016, preambula). Nadalje, kulturna baština dio je aktualnog čl. 167. *Ugovora o funkcioniranju Europske unije* (UFEU) koji se izravno odnosi na kulturu, stoga predstavlja pravni temelj za kulturnu politiku EU-a kao jednu od javnih politika Unije kojom ona nadopunjava aktivnosti svojih država članica na području kulture (Pročišćene verzije Ugovora - UFEU, 2016, čl. 167.). Preciznije, po pitanju odnosa prema kulturnoj baštini u čl. 167. UFEU-a izričito se navodi da Unija doprinosi „očuvanju i zaštiti kulturne baštine od europske važnosti“ (ibid., čl. 167.). Štoviše, kulturna se baština spominje i u čl. 3. UEU-a u kojem je istaknuto da Unija „poštuje svoju bogatu kulturnu i jezičnu raznolikost te osigurava očuvanje i unapređenje kulturnog nasljeđa Europe“ (Pročišćene verzije Ugovora - UEU, 2016, čl. 3.). U skladu s navedenim primarnim pravnim izvorima, Europska je unija još prije 2000. godine pokrenula brojne inicijative kojima promiče očuvanje kulturne baštine na europskoj razini, a na koje se nastavlja i aktualni program Kreativna Europa (od 2021. do 2027.), kao glavni instrument za provedbu aktualne kulturne politike EU-a.

148 Službeni naziv dokumenta na engleskom jeziku *A Sustainable Europe for a Better World: A European Union Strategy for Sustainable Development* (Europska komisija, 2001).

U ovom pogledu treba istaknuti programe EU-a na području kulture koji se tiču očuvanja kulturne baštine u europskom kontekstu kao što su Raphael (od 1996. do 2000.), Kultura 2000 (od 2000. do 2006.) i Kreativna Europa (od 2014. do 2020.), uključujući i inicijative poput Europske prijestolnice kulture (od 1985.) i Oznake europske baštine (od 2013.) (Pasikowska-Schnass, 2018, 7). Štoviše, među ove inicijative svakako treba ubrojiti i one koje se provode u suradnji Europske komisije s relevantnim akterima na području kulturne baštine u Europi. Naime, od tih se inicijativa može izdvojiti Nagrada EU-a za kulturnu baštinu (od 2002.) koja se dodjeljuje u suradnji s organizacijom civilnog društva Europa Nostra, kao i Dani europske baštine (od 1999.) koji se provode u suradnji s Vijećem Europe (ibid., 3, 10). Uz navedene, također treba istaknuti da je Unija tijekom proteklih godina podupirala kulturnu baštinu inicijativama na širokom spektru svojih javnih politika, i to u slučajevima porušene kulturne baštine (npr. unutar Fonda solidarnosti Europske unije, Kohezijskog fonda, Europskog poljoprivrednog fonda za ruralni razvoj te Europskog fonda za pomorstvo i ribarstvo); potom u svrhu promicanja digitalizacije kulturne baštine (npr. unutar Media Plus programa na koji se nastavlja potprogram Media u sklopu programa Kreativna Europa); uključujući i digitalizaciju knjižnica, arhiva i muzeja (npr. internetski portal Europeana koji sadrži digitaliziranu kulturnu baštinu); kao i obrazovnim i istraživačkim inicijativama kojima se promiče kulturna baština (npr. u sklopu programa kao što su Erasmus+ i Obzor) (ibid., 7-8). S obzirom na sve navedene inicijative koje svjedoče o važnosti koju institucije EU-a pridaju kulturnoj baštini u kontekstu europskog integracijskog procesa, ne iznenađuje što je Unija proglasila 2018. godinu Europskom godinom kulturne baštine (ibid., 6).

4.3. *Održivi razvoj kao sastavni dio politike Europske unije na području kulturne baštine*

Uz navedene pravne izvore i inicijative koji čine okvir za djelovanje Unije na području kulturne baštine, važno je istaknuti da se on isto tako temelji i na nizu strateških dokumenata nastalih tijekom proteklog desetljeća u kojima institucije EU-a izražavaju važnost kulturne baštine za europski integracijski proces i održivi razvoj Europe. U ovom se pogledu kronološki prvo mogu izdvojiti *Zaključci Vijeća Europske unije o kulturnom nasljeđu kao strateškom resursu za održivu Europu* iz 2014. godine u kojima je između ostalog istaknuto da kulturno nasljeđe kao „važna sastavnica europskog projekta“ doprinosi „ostvarivanju ciljeva strategije Europa 2020. za „pametna, održiva i uključiva rast“ zbog svojih društvenih i gospodarskih učinaka i zato što doprinosi održivosti okoliša“ (Vijeće Europske unije, 2014). Štoviše, u istom dokumentu Vijeće

Europske unije između ostalog poziva države članice da „jačaju ulogu kulturnog nasljeđa u održivom razvoju, usmjeravajući se prema projektima urbanističkog i ruralnog planiranja, ponovnog razvoja i obnove“ (Vijeće Europske unije, 2014). Nadalje, iste godine Europska komisija donosi Komunikaciju po nazivu *Ususret cjelovitom pristupu kulturnoj baštini u Europi* (Europska komisija, 2014.). Naime, prema ovom dokumentu kulturna baština predstavlja „zajedničko bogatstvo“ i „vrijedan resurs za gospodarski rast, zapošljavanje i socijalnu koheziju“, stoga je opći cilj ove Komunikacije „pomoći državama članicama i dionicima da iskoriste na najbolji mogući način znatnu potporu koja je dostupna za kulturnu baštinu u okviru instrumenata EU-a“ (Europska komisija, 2014, 2-3). Među navedenim dokumentima najvažniji u određivanju aktualnog razvoja kulturne politike EU-a odnosi se na Komunikaciju Europske komisije po nazivu *Nova europska agenda za kulturu* (u nastavku *Nova agenda*) iz 2018. godine čija tri strateška cilja imaju socijalnu, gospodarsku i vanjsku dimenziju. U ovom pogledu važnost promicanja kulturne baštine Europe ističe se u okviru socijalne dimenzije *Nove agende* sa svrhom da bi se „osnažio osjećaj zajedničkog europskog identiteta“ (Europska komisija, 2018, 2). Nadalje, vrijednost kulturne baštine prepoznata je u širem smislu unutar gospodarske dimenzije *Nove agende* s obzirom na prepoznat doprinos obnove kulturne i prirodne baštine održivosti ruralnih područja (ibid., 5). Isto tako, kulturna baština prepoznata je u širem smislu kao važan faktor u sklopu vanjske dimenzije *Nove agende* vezano za „podupiranje kulture kao pokretača održivog društvenog i gospodarskog razvoja“ uključujući i „osnaživanje suradnje u području kulturne baštine“ na području vanjskih odnosa EU-a (ibid., 7). Na kraju, uz digitalno područje, kulturna je baština isto tako uključena u horizontalne mjere *Nove agende* vezano za provedbu i rezultate inicijative Europske godine kulturne baštine 2018. (ibid., 9).

No pored *Nove agende* među istaknute dokumente nužno je navesti i radni dokument službi Europske komisije po nazivu *Europski okvir za djelovanje u području kulturne baštine*¹⁴⁹ iz 2019. godine čiji je cilj „postaviti zajednički smjer za aktivnosti povezane s baštinom na europskoj razini“ (Europska komisija, 2019a, 7). Preciznije, u navedenom je dokumentu kreiran okvir za djelovanje Unije na području kulturne baštine koji se temelji na pet stupova¹⁵⁰ od

149 Službeni naziv dokumenta na engleskom jeziku je *European framework for action on cultural heritage*.

150 *Europski okvir za djelovanje u području kulturne baštine* temelji se na pet sljedećih stupova: 1) Kulturna baština za uključivu Europu: sudjelovanje i pristup za sve; 2) Kulturna baština za održivu Europu: pametna rješenja za kohezivnu i održivu budućnost; 3) Kulturna baština za otpornu Europu: zaštita ugrožene baštine; 4) Kulturna baština za inovativnu Europu: mobilizacija znanja i istraživanja; 5) Kulturna baština za jača globalna partnerstva: jačanje međunarodne suradnje (Europska komisija, 2019a, 10).

kojih njegov drugi stup, po nazivu *Kulturna baština za održivu Europu: pametna rješenja za kohezivnu i održivu budućnost*, izravno dovodi u vezu kulturnu baštinu s održivim razvojem u europskom kontekstu (ibid., 10, 11-12). Štoviše, među recentne dokumente Europske komisije u kojima se ističe povezanost između kulturne baštine i održivog razvoja ubraja se i *Izješće o kulturnoj dimenziji održivog razvoja u mjerama EU-a iz 2022. godine* u kojem se dovodi u vezu odnos EU institucija prema realizaciji ciljeva održivog razvoja UN-ove *Agende 2030*. Drugim riječima, u istaknutom se *Izješću* „pruža pregled politika i programa EU-a kojima se jača međudjelovanje kulture i održivog razvoja te se utvrđuju mjere koje je Komisija poduzela ili koje planira poduzeti kako bi se kultura promicala kao pokretač UN-ova Programa održivog razvoja do 2030.“ (Europska komisija, 2022, 2). Konačno, u kontekstu ovog okvirnog pregleda strateških dokumenata EU-a u kojima se prepoznaje povezanost između održivog razvoja i kulturne baštine treba istaknuti i aktualni *Plan rada EU-a za kulturu za razdoblje 2023. – 2026.* iz 2022. godine. Naime, riječ je o Rezoluciji Vijeća Europske unije koja uvažava „ulogu kulture kao sastavnog elementa održivog razvoja i pozitivne društvene transformacije“ (Vijeće Europske unije, 2022, 1). Isto tako, uzimajući u obzir aktualni društveni kontekst koji je obilježen ratom u Ukrajini, posljedicama pandemije COVID-19, klimatskim promjenama i procesom digitalizacije, Vijeće Europske unije kreiralo je četiri¹⁵¹ prioritetna područja djelovanja na području kulture za razdoblje 2023. – 2026. među kojima se u okviru trećeg, po nazivu *kultura za planet: oslobađanje snage kulture*, posebno ističe da „kultura, uključujući kulturnu baštinu, doprinosi transformaciji prema održivosti koja je potrebna za postizanje ciljeva europskog zelenog plana i Programa održivog razvoja do 2030.“ (ibid., 4).

5. PREMA UVIDIMA O IMPLIKACIJAMA PRIMJENE POLITIKE KULTURNE BAŠTINE EUROPSKE UNIJE NA REGIONALNI ODRŽIVI RAZVOJ: PRIMJERI IZ KONTINENTALNE HRVATSKE

Nakon artikuliranja kontura okvira za djelovanje Europske unije na području kulturne baštine i ukazivanja na činjenicu da održivi razvoj čini njegov sastavni dio, može se zaključiti da iz perspektive institucija EU-a kulturna baština sadrži veliki potencijal u smislu jačanja gospodarskog rasta, socijalne

151 Četiri prioritetna područja *Plana rada EU-a za razdoblje 2023. – 2026.* su: a) umjetnici i kulturni djelatnici: osnaživanje kulturnih i kreativnih sektora; b) kultura za ljude: jačanje sudjelovanja u kulturi i uloge kulture u društvu; c) kultura za planet: oslobađanje snage kulture; d) kultura za partnerstva koja zajednički stvaraju: jačanje kulturne dimenzije vanjskih odnosa EU-a (Vijeće Europske unije, 2022).

uključenosti i zaštite okoliša te da kao takva predstavlja važan resurs koji uvelike doprinosi održivom razvoju u europskom kontekstu. Na tragu ovih razmatranja u nastavku slijede indikativni uvidi o implikacijama primjene politike kulturne baštine EU-a na regionalni održivi razvoj. Preciznije, ovi će se uvidi temeljiti na primjerima odabranih inicijativa, tj. EU projekata, koji su provedeni u kontinentalnoj Hrvatskoj¹⁵², a poduprti su instrumentima EU-a na području očuvanja i zaštite kulturne baštine. Međutim, prije samog pregleda i analize odabranih inicijativa treba istaknuti da je Hrvatska i prije pristupanja Europskoj uniji koristila dostupna sredstva EU-a, kao što je Instrument pretpristupne pomoći (IPA), te da je kao njezina punopravna članica od 2013. godine korisnica svih EU fondova i programa (EU fondovi, n.d.) uključujući stoga i sve instrumente EU-a na području kulturne baštine. U ovom pogledu u nastavku će se ukazati na svrhu i ciljeve odabranih inicijativa te će se tako ponuditi indikativni uvidi o njihovim implikacijama na održivi razvoj kontinentalne Hrvatske.

5.1. *Primjeri EU projekata na području kulturne baštine u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020.*

U okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija za razdoblje od 2014. do 2020. (koji je financiran iz Europskog fonda za regionalni razvoj (EFRR) i Kohezijskog fonda (KF) unutar Europskih strukturnih i investicijskih (ESI) fondova) može se izdvojiti više realiziranih projekata na području očuvanja i zaštite kulturne baštine, a za koje se može tvrditi da svojim sadržajem i aktivnostima izravno ili neizravno doprinose lokalnom i regionalnom održivom razvoju na području kontinentalne Hrvatske u nacionalnom kontekstu. U te se projekte¹⁵³ mogu ubrojiti sljedeći koji će ukratko biti predstavljeni u nastavku ovog potpoglavlja: *Arheološki park Vučedol* (Vukovar); *Edukativni i informativni turistički centar mladih Stara pekara s Trgom Vatroslava Lisin-*

152 Iako postoje brojne klasifikacije po kojima bi se moglo prostorno promatrati Hrvatsku, jedna od najjednostavnijih odnosi se na diferenciranje između njezinog jadranskog i kontinentalnog dijela. Ne ulazeći u detalje mogućih prostornih klasifikacija, zanimljivo je zamijetiti da je od ulaska Hrvatske u Europsku uniju 2013. pa sve donedavno upravo ovakva neadministrativna podjela bila na snazi u okviru nomenklature prostornih jedinica za statistiku (NUTS) Europske unije, koja je od 2021. promijenjena, te se sada prema navedenom klasifikacijskom okviru (HR NUTS 2) Hrvatska promatra kroz četiri neupravne jedinice. Preciznije, gledajući kroz ovu prizmu, pored Jadranske Hrvatske, kontinentalni dio Hrvatske dijeli se na Grad Zagreb te Sjevernu i Panonsku Hrvatsku (NN 96/2012; NN 125/2019).

153 Prema internetskoj stranici „www.strukturnifondovi.hr“ kao relevantnom izvoru koji predstavlja središnju stranicu za informiranje o Europskim strukturnim i investicijskim fondovima u Hrvatskoj (Europski fondovi mijenjaju, n.d.).

skog (Osijek); *Parkovni biseri Slavonije* (Našice); *Geo priče UNESCO geoparka, PP Papuk* (Voćin); *Integrirani razvojni program Virovitice „5 do 12 za Dvorac“* (Virovitica); *Rekonstrukcija i revitalizacija fortifikacije Starog grada Čakovec u Muzej nematerijalne baštine* (Čakovec) i *Unapređenje kontinentalnog turizma turističkom valorizacijom povijesno-kulturne baštine Grada Ludbrega* (Ludbreg) (Europski fondovi mijenjaju, n.d.).

U skladu s navedenim, prvi od istaknutih primjera projekata potpomognutih u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020. odnosi se na projekt revitalizacije *Arheološkog parka Vučedol* u sklopu Muzeja vučedolske kulture¹⁵⁴ u Vukovaru (Europski fondovi mijenjaju, n.d.; Arheološki park Vučedol, 2022). Cilj je ovog projekta izgradnjom i uređenjem Arheološkog parka Vučedol „značajno doprinijeti gospodarskoj revitalizaciji i razvoju grada Vukovara, Vukovarsko-srijemske županije i šire regije“ (Europski fondovi mijenjaju, n.d.). Štoviše, doprinos ovog projekta održivom razvoju na lokalnoj i regionalnoj razini manifestira se u namjeri da se njegov istaknuti cilj postigne „unaprjeđenjem kulturne (arheološke) i turističke infrastrukture i ponude, komunalne infrastrukture, promocijom turizma, razvojem poduzetništva i ruralnog prostora, korištenjem novih tehnologija i kreativnih ideja pri obrazovanju, prezentaciji i promociji jedinstvene kulture i povijesne baštine na prostoru parka“ (ibid.). Sljedeći od odabranih projekata odnosi se na projekt po nazivu *Edukativni i informativni turistički centar mladih Stara pekara s Trgom Vatroslava Lisinskog* te se njime uz rekonstrukciju zgrade bivše austro-ugarske vojne pekare i Trga Vatroslava Lisinskog unutar Tvrđe u Osijeku namjerava kreirati nove turističke, kulturne, znanstvene i obrazovne sadržaje (Europski fondovi mijenjaju, n.d.; Edukativni i informativni, n.d.). Evidentni doprinosi ovog projekta održivom lokalnom, ali i regionalnom razvoju odnose se na „povećanje zapošljavanja i na razvoj novih gospodarskih i društvenih aktivnosti u Osijeku“, kao i „na povećanje broja posjetitelja i produženje turističke sezone, što će pozicionirati osječku Tvrđu kao turističko središte cijele regije“ (Europski fondovi mijenjaju, n.d.). Nadalje, projekt po nazivu *Parkovni biseri Slavonije* jedan je od projekata kojemu je namjera revitalizacija kulturne, ali i prirodne baštine, a koncipiran je tako da svojim aktivnostima i sadržajima doprinese lokalnom i regionalnom održivom razvoju. Preciznije, ovome je projektu cilj „ojačati društveno-gospodarski razvoj Našica i Valpova održivim korištenjem parkova, razvojem specijalizirane ponude portfelja

154 Potrebno je istaknuti da je Muzeju vučedolske kulture i Arheološkom lokalitetu Vučedol u selekciji 2021.-2022. dodijeljena Oznaka europske baštine koja isto tako predstavlja važnu inicijativu EU-a na području kulturne baštine. U ovom pogledu treba dodati da je prije toga kao predstavnicima Hrvatske u selekciji 2015.-2016. Oznaka europske baštine dodijeljena Muzeju krapinskih neandertalaca i nalazištu Hušnjakovo (Hrvatski nositelji, n.d.).

turističkih proizvoda ciljanih prema određenim tržišnim segmentima te veća uključenost lokalne zajednice“ (Europski fondovi mijenjaju, n.d.; Promicanje održivog razvoja, 2018).

Isto tako, projekt *Geo priče UNESCO geoparka, PP Papuk* doprinosi očuvanju kulturne i prirodne baštine pa je njegova svrha usklađena s temeljnim ciljevima Javne ustanove Park prirode Papuk (Europski fondovi mijenjaju, n.d.; Projekt Geopriče UNESCO, 2021). Naime, cilj je ovog projekta „povećanje broja posjetitelja u zaštićenom području“, kao i „njihova edukacija o prirodnom, geološkom i kulturno-povijesnom bogatstvu“ (Projekt Geopriče UNESCO, 2021). Štoviše, ovim se projektom doprinosi održivom regionalnom razvoju, a opći mu je cilj „doprinijeti povećanju održive privlačnosti javne turističke infrastrukture kako bi se, povećanjem ciljanih dnevnih posjeta i uspostavom boljeg upravljanja posjetiteljima, poboljšao turistički potencijal Kontinentalne Hrvatske“ (Europski fondovi mijenjaju, n.d.). Također, još jedan od projekata na području kulturne baštine koji doprinosi održivom razvoju kontinentalne Hrvatske je i projekt po nazivu *Integrirani razvojni program Virovitice „5 do 12 za Dvorac“* (Europski fondovi mijenjaju, n.d.; Integrirani razvojni program, n.d.). Naime, riječ je o projektu koji se odnosi na obnovu kulturne baštine Dvorca Pejačević i Gradskog parka Virovitica jer iz perspektive nositelja projekta „unapređenje upravljanja kulturnom baštinom doprinosi razvoju i razvojnom potencijalu kontinentalnog turizma te stvaranju boljih socio-ekonomskih uvjeta na lokalnoj i regionalnoj razini“ (Europski fondovi mijenjaju, n.d.). Pretposljednji od istaknutih projekata odnosi se na projekt po nazivu *Rekonstrukcija i revitalizacija fortifikacije Starog grada Čakovca u Muzej nematerijalne baštine* prema čijem je nazivu vidljivo da se bavi očuvanjem materijalne i nematerijalne kulturne baštine, čime se također u širem smislu doprinosi održivom razvoju na lokalnoj i regionalnoj razini (Europski fondovi mijenjaju, n.d.; Naziv projekta, 2017). Drugim riječima, cilj je ovog projekta „rekonstruirati fortifikaciju Starog grada u Čakovcu i revitalizirati ju razvojem integriranog kulturno-turističkog proizvoda u obliku muzeja nematerijalne baštine“ (Europski fondovi mijenjaju, n.d.). Posljednji je primjer projekta u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020. projekt po nazivu *Unapređenje kontinentalnog turizma turističkom valorizacijom povijesno-kulturne baštine Grada Ludbrega* koji također svojim aktivnostima pridonosi održivom razvoju na lokalnoj i regionalnoj razini u kontekstu kontinentalne Hrvatske (Europski fondovi mijenjaju, n.d.; Kratak opis projekta, n.d.). Preciznije, realizacijom ovog projekta namjeravaju se stvoriti „pozitivni efekti na gospodarska i društvena kretanja u gradu Ludbregu, u Varaždinskoj županiji, ali i u široj regiji“ (Europski fondovi mijenjaju, n.d.). Naposljetku, iz prikaza navedenih projekata vidljivo je da oni revitalizacijom kulturne baštine na lokalnim i regionalnim razinama unutar

nacionalnog konteksta pridonose održivom razvoju kontinentalne Hrvatske, te da kao takvi predstavljaju pozitivne primjere i potencijal za korištenje dostupnih instrumenata EU-a na području kulturne baštine u tu svrhu u budućnosti.

5.2. *Primjeri EU projekata na području kulturne baštine u okviru programa Interreg Europe 2014. – 2020.*

U okviru EU programa Interreg Europe za razdoblje od 2014. do 2020. (koji je financiran iz Europskog fonda za regionalni razvoj (EFRR) unutar Europskih strukturnih i investicijskih (ESI) fondova), u nastavku će se izdvojiti dva realizirana projekta na području očuvanja i zaštite kulturne baštine za koje se može tvrditi da realizacijom prekograničnih suradnji na europskoj razini izravno ili neizravno doprinose održivom razvoju kontinentalne Hrvatske u širem europskom kontekstu. Naime, prvi primjer prekograničnog projekta odnosi se na projekt po nazivu *Mreža „živih“ dvoraca kao oblik održivog turizma za očuvanje i promicanje kulturne baštine* koji se provodio u okviru Programa suradnje Interreg V-A Slovenija – Hrvatska za razdoblje 2014. – 2020. Pored Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, kao vodećeg partnera projekta, u njemu je također sudjelovalo više partnera iz Hrvatske (tj. Gradski muzej Varaždin, Muzej Međimurja Čakovec i Muzeji Hrvatskog zagorja) i Slovenije (tj. Raziskovalno izobraževalno središće Dvorec Rakičan, Znanstveno-raziskovalno središće Bistra Ptuj, Razvojna agencija Savinjske regije d.o.o. i Proteus d.o.o.) (O projektu, n.d.). Govoreći o svrsi projekta vidljivo je da mu je namjera da se očuvanjem i revitalizacijom kulturne baštine doprinese održivom razvoju u prekograničnom kontekstu (tj. između projektnih partnera u Hrvatskoj i Sloveniji). Preciznije, prema inicijatorima projekta u njegovom je središtu „očuvanje i vrednovanje ljetnikovaca/dvoraca razvojem zajedničke prekogranične turističke ponude te integracijom inovativnih aktivnosti očuvanja i predstavljanja baštine“ (ibid.). Isto tako, s obzirom na to da ovaj projekt nadilazi nacionalni, te je smješten u širem europskom kontekstu, njegova glavna vodilja odnosi se na „osnivanje zajedničke robne marke vezane za dvorce i ljetnikovce, koja će pomoći u boljoj prepoznatljivosti i promociji, sa željom da se u zemlji i inozemstvu predstavljaju kao zajednički turistički proizvod po uzoru na dvorce južne Češke i bavarskih dvoraca“ (ibid.).

S druge strane, primjer drugog prekograničnog projekta odnosi se na projekt po nazivu *Revitalizacija kulturnog nasljeđa u turističke atrakcije na području Međimurja i Letenuja* koji se provodio u okviru Programa suradnje Interreg V-A Mađarska – Hrvatska za razdoblje 2014. – 2020. Uz Regionalnu razvojnu agenciju Međimurja, kao vodećeg partnera, u projektu je isto tako su-

djelovalo više partnera iz Hrvatske (tj. Međimurska županija i Turistička zajednica Međimurske županije) i Mađarske (tj. Grad Letenye i Sveučilište Pannonia – Kampus Nagykanizsa) (O projektu, 2018). S obzirom na to da je riječ o projektu prekogranične suradnje između hrvatskih i mađarskih projektnih partnera na području kulturne baštine, cilj projekta odnosi se na „stvaranje prepoznatljivih turističkih destinacija Međimurja i Letenya (i okolnih područja) revitalizacijom kulturnog nasljeđa u turističke atrakcije i razvoj inovativnih zajedničkih turističkih proizvoda“ (ibid.). Štoviše, rezultati projekta odnose se na obnovu materijalne kulturne baštine (tj. stare zgrade stražarnice u Čakovcu i dvorca Szapáry-Andrássy u Letenyu) u turističke svrhe, kao i na provedbu raznih aktivnosti (npr. treninga, radionica) s ciljem promicanja pozitivnog stava prema kulturnim i prirodnim vrijednostima, uključujući i zajedničku promociju turističkih odredišta (Project Database, n.d.). Konačno, iz navedenih uvida o istaknutim prekograničnim projektima može se zaključiti da je za razliku od prikazanih projekata u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija za razdoblje od 2014. do 2020., njihova namjera da očuvanjem i revitalizacijom kulturne baštine pridonese održivom razvoju na široj europskoj razini, koja u isto vrijeme uključuje, ali i nadilazi nacionalni kontekst.

6. ZAKLJUČAK

U radu je ponuđen uvid o implikacijama primjene politike kulturne baštine EU-a na regionalni održivi razvoj u kontekstu kontinentalne Hrvatske. Na temelju iznesenih razmatranja rezultati ovog rada ukazuju da provedba politike kulturne baštine EU-a potiče regionalni održivi razvoj kontinentalne Hrvatske u nacionalnim, ali i širim europskim okvirima. Sukladno tome, može se pretpostaviti da primjena instrumenata EU-a na području kulturne baštine ima potencijal za daljnje jačanje gospodarskog rasta, socijalne uključenosti i zaštite okoliša u kontinentalnoj Hrvatskoj i šire. Isto tako, na temelju prikaza o recentnom prepoznavanju povezanosti između kulturne baštine i održivog razvoja koju su relativno nedavno prepoznale i institucije EU-a, može se zaključiti da će važnost osvješćivanja održive dimenzije kulturne baštine sve intenzivnije biti predmetom promišljanja kreatora javnih politika na širokom spektru područja koja nadilaze striktno kulturnu sferu, i to na svim razinama upravljanja (od lokalnih, regionalnih, nacionalnih i međunarodnih). Ovoj tvrdnji idu u prilog i iznesene refleksije o implikacijama provedbe odabranih EU projekata na području kulturne baštine jer istaknuti projekti evidentno pridonose održivom razvoju kontinentalne Hrvatske. Štoviše, uzevši u obzir pozitivne rezulta-

te ovih projekata, za očekivati je da će njihov broj u budućnosti rasti. Međutim, govoreći o navedenim EU projektima može se zamijetiti da se projekti potpomognuti sredstvima u okviru Operativnog programa Konkurentnost i kohezija 2014. – 2020. odnose na lokalnu i regionalnu razinu u nacionalnim okvirima Hrvatske, dok prekogranični projekti provedeni u okviru programa Interreg Europe 2014. – 2020. revitalizacijom kulturne baštine pridonose održivom razvoju u nacionalnom, ali i širem europskom okviru (npr. suradnja hrvatskih sa slovenskim ili mađarskim projektnim partnerima). U ovom pogledu rezultati ovoga rada isto tako ukazuju da se razlog tome može naći u perspektivi institucija EU-a, prema kojima kulturna baština država članica predstavlja „zajedničko dobro“ te je od interesa Uniji da prema čl. 167. UFEU-a doprinosi „očuvanju i zaštiti kulturne baštine od europske važnosti“. Drugim riječima, prema sadržaju prikazanih strateških dokumenata Unije koji se reflektira u njezinim instrumentima na području očuvanja i zaštite kulturne baštine (npr. u inicijativama, aktivnostima, projektima), kulturna baština predstavlja važan resurs za daljnji razvoj europskog integracijskog procesa koji se temelji na principima održivog razvoja.

LITERATURA

1. Arheološki park Vučedol. (2022). Muzej vučedolske kulture. *Arheološki park Vučedol*. Preuzeto, 10. lipnja 2023., s <https://vucedol.hr/arheoloski-park/>.
2. Azmanova, A. & Pallemarts, M., (Eds.). (2006). *The European Union and Sustainable Development: Internal and External Dimensions*. Politeia/VUB Brussels University Press, Brussels, Belgium.
3. Baker, S., Kousis, M., Richardson, D. & Young, S., (Eds.). (1997). *The Politics of Sustainable Development: Theory, Policy and Practice within the European Union*. London: Routledge.
4. Brundtland, G.H. (1987). *Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development*. Geneva, UN-Dokument A/42/427.
5. Edukativni i informativni. (n.d.). Europski strukturni i investicijski fondovi. *Edukativni i informativni turistički centar mladih Stara pekara s Trgom Vatroslava Lisinskog*. Preuzeto, 15. lipnja 2023., s <https://strukturnifondovi.hr/eu-projekti/edukativni-i-informativni-turisticki-centar-mladih-stara-pekara-s-trgom-vatroslava-lisinskog/>.
6. EU fondovi mijenjaju. (n.d.). Europski strukturni i investicijski fondovi. *EU fondovi mijenjaju Hrvatsku*. Preuzeto, 15. lipnja 2023., s <https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi-mijenjaju-hrvatsku/>.

7. EU fondovi. (n.d.). Europski strukturni i investicijski fondovi. *EU fondovi*. Preuzeto, 15. lipnja 2023., s <https://strukturnifondovi.hr/eu-fondovi/>.
8. Europska komisija. (2001). *A Sustainable Europe for a Better World: A European Union Strategy for Sustainable Development*, (COM/2001/0264 final).
9. Europska komisija. (2010). *EUROPE 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth*, (COM/2010/2020 final).
10. Europska komisija. (2014). *Ususret cjelovitom pristupu kulturnoj baštini u Europi*, (COM/2014/0477 final).
11. Europska komisija. (2018). *Nova europska agenda za kulturu*, (COM/2018/267 final).
12. Europska komisija. (2019a). *European framework for action on cultural heritage*. Commission staff working document. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
13. Europska komisija. (2019b). *Europski zeleni plan*, (COM/2019/640 final).
14. Europska komisija. (2022). *IZVJEŠĆE KOMISIJE EUROPSKOM PARLAMENTU, VIJEĆU, EUROPSKOM GOSPODARSKOM I SOCIJALNOM ODBORU I ODBORU REGIJA o kulturnoj dimenziji održivog razvoja u mjerama EU-a*, (COM/2022/709 final).
15. Hrvatski nositelji. (n.d.). Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske. *Hrvatski nositelji Oznake europske baštine*. Preuzeto, 20. lipnja 2023., s <https://min-kulture.gov.hr/eu-kultura/kulturna-bastina/medjunarodni-projekti/oznaka-europske-bastine-20361/hrvatski-nositelji-oznake-europske-bastine/23738>.
16. Integrirani razvojni program. (n.d.). 5 do 12 - za dvorac Pejačević u Virovitici. *Integrirani razvojni program Virovitice „5 do 12 za Dvorac“*. Preuzeto, 15. lipnja 2023., s <https://5do12.eu/>.
17. Jakubowski, A., Hausler, K., & Fiorentini, F. (2019). *Cultural heritage in the European Union: a critical inquiry into law and policy*. Leiden: Brill Nijhoff.
18. Jelinčić, D. A., & Tišma, S. (2020). Ensuring sustainability of cultural heritage through effective public policies. *Urbani Izziv*, 31(2), 78–87.
19. Jelinčić, D. A., Tišma, S. i Glivetić, D. (2022). *Priručnik za održivost kulturne baštine*. Zagreb: Jesenski i Turk.
20. Kenig-Witkowska, M. (2019). The European Union Perspective on Cultural Heritage and Climate Change Issues, *Journal of Comparative Urban Law and Policy*, Vol. 3: Iss. 1, Article 3, 63-80.
21. Kratak opis projekta. (n.d.). *Iovia - Centrum Mundi*. Kratak opis projekta. Preuzeto, 15. lipnja 2023., s <http://iovia.hr/kratak-opis-projekta/>.

22. Labadi, S. (2022). *Rethinking Heritage for Sustainable Development*. London: UCL Press.
23. Lahdesmaki, T., Ceginskas, V. L. A., Kaasik-Krogerus, S., Makinen, K., & Turunen, J. (2020). *Creating and Governing Cultural Heritage in the European Union: The European Heritage Label*. (Critical Heritages of Europe). Taylor & Francis.
24. Larsen, P. B. & Logan, W. (Eds.). (2018). *World Heritage and Sustainable Development: New Directions in World Heritage Management*. London: Routledge.
25. Loulanski, T. (2007). Cultural Heritage and Sustainable Development: Exploring a Common Ground, *Journal of International Media, Communication, & Tourism Studies*, 5: 37-58.
26. Macri, E., & Cristofaro, C.L. (2021). The digitalisation of cultural heritage for sustainable development: The impact of Europeana. In: Demartini P, Marchegiani L, Marchiori M, et al. (Eds.). *Cultural Initiatives for Sustainable Development: Management, Participation and Entrepreneurship in the Cultural and Creative Sector*. Cham: Springer, pp.373-400.
27. Maroević, I. (2001). 'KONCEPT ODRŽIVOG RAZVOJA U ZAŠTITI KULTURNE BAŠTINE', *Socijalna ekologija*, 10(4), str. 235-246.
28. Meissner, M. (2021). *Intangible Cultural Heritage and Sustainable Development: The Valorisation of Heritage Practices*. Springer Cham.
29. Naziv projekta. (2017). Međimurska županija. Naziv projekta: *KK.06.1.1.01.0049 Rekonstrukcija i revitalizacija fortifikacije Starog grada Čakovec u Muzej nematerijalne baštine*. Preuzeto, 15. lipnja 2023., s <https://medjimurska-zupanija.hr/2017/12/13/naziv-projekta-kk-06-1-1-01-0049-rekonstrukcija-i-revitalizacija-fortifikacije-starog-grada-cakovec-u-muzej-nematerijalne-bastine/>.
30. Pasikowska-Schnass, M. (2018). *Briefing: Cultural Heritage in EU policies*. European Parliamentary Research Service, pp. 1-11. Preuzeto, 25. svibnja 2023., s [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/621876/EPRS_BRI\(2018\)621876_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/621876/EPRS_BRI(2018)621876_EN.pdf).
31. Pročišćene verzije Ugovora. (2016). *Pročišćene verzije Ugovora o Europskoj uniji i Ugovora o funkcioniranju Europske unije*, (2016/c 202/01).
32. Project Database. (n.d.). Hungary-Croatia Cross-border Co-operation Programme. *Project Database. Revitalisation of cultural heritage into tourism attractions in Međimurje and Letenye area*. Preuzeto, 20. lipnja 2023., s <http://www.huhr-cbc.com/en/foundend-projects/145>.
33. Projekt Geopriče UNESCO. (2021). Park prirode Papuk. *Projekt Geopriče UNESCO geoparka predstavljen u Pečuhu*. Preuzeto, 15. lipnja 2023., s <https://>

www.pp-papuk.hr/projekt-geoprice-unesco-geoparka-predstavljen-u-pecuhu/.

34. Promicanje održivog razvoja. (2018). Osječko-baranjska županija. *Promicanje održivog razvoja prirodne baštine*. Preuzeto, 15. lipnja 2023., s <https://www.obz.hr/index.php/component/k2/item/360-promicanje-odrzivog-razvoja-prirodne-bastine>.
35. Skrede, J. & Berg, S. K. (2019) Cultural Heritage and Sustainable Development: The Case of Urban Densification, *The Historic Environment: Policy & Practice*, 10:1, 83-102.
36. Soini, K., & Birkeland, I. (2014). Exploring the Scientific Discourse on Cultural Sustainability, *Geoforum*, 51, 213-223.
37. Tweed, C. & Sutherland, M. (2007). Built cultural heritage and sustainable urban development, *Landscape and Urban Planning*, 83(1), pp. 62–69.
38. Ubertazzi, B. (2022). *Intangible Cultural Heritage, Sustainable Development and Intellectual Property - International and European Perspectives*. Cham: Springer Nature.
39. UN. (1992). *United Nations Conference on Environment & Development*, Rio de Janeiro, Brazil, 3 to 14 June 1992, AGENDA 21.
40. UN. (2000). UN General Assembly, *United Nations Millennium Declaration, Resolution Adopted by the General Assembly*, 18 September 2000, A/RES/55/2.
41. UN. (2015). Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development. Resolution Adopted by the General Assembly on 25 September 2015, 42809, 1-13.
42. UNESCO. (1954). Konvencija o zaštiti kulturnih dobara u slučaju oružanog sukoba i Protokol u vezi sa zabranom izvoza kulturnih dobara s okupiranih teritorija iz1954., 1999., *Narodne novine - Međunarodni ugovori* br. 12/93 i 6/02.
43. UNESCO. (1972). Konvencija o zaštiti svjetske kulturne i prirodne baštine iz 1972., *Narodne novine - Međunarodni ugovori* br. 12/93.
44. UNESCO. (2003). Konvencija o zaštiti nematerijalne kulturne baštine, *Narodne novine - Međunarodni ugovori* br. 5/05 i 5/07.
45. UNESCO. (2005). Konvencija o zaštiti i promicanju raznolikosti kulturnih izričaja, *Narodne novine - Međunarodni ugovori* br. 5/06, 5/07.
46. UNESCO. (2015). *Policy Document for the Integration of a Sustainable Development Perspective into the Processes of the World Heritage Convention*. Adopted by the General Assembly of the States Parties to the Convention at its 20 Session (Paris, 2015), by its Resolution 20 GA 13.

47. Vijeće Europske unije. (2014). *Zaključci Vijeća od 21. svibnja 2014. o kulturnom nasljeđu kao strateškom resursu za održivu Europu*, (2014/C 183/08).
48. Vijeće Europske unije. (2022). *Rezolucija Vijeća o planu rada Eu-a za Kulturu za Razdoblje 2023. – 2026.*, (2022/C 466/01).
49. Vileniske, I. G. (2008). Influence of built heritage on sustainable development of landscape, *Landscape Res*, 33, 425–437.

PRISUTNOST KULTURE U BRENDIRANJU HRVATSKE NA PRIMJERU PROMOTIVNIH VIDEOMATERIJALA HTZ-a

Pregledni rad

Bernarda Jurić

Hrvatsko katoličko sveučilište
Ilica 242
Zagreb
bjuric.bjuric@gmail.com

Matilda Kolić Stanić

Hrvatsko katoličko sveučilište
Ilica 242
Zagreb
matilda.stanic@unicath.hr

Marijana Togonal

Hrvatsko katoličko sveučilište
Ilica 242
marijana.togonal@unicath.hr

Sažetak¹⁵⁵

Slijedeći načelo da je u stvaranju reputacije neke države ključna njezina kultura – s obzirom na to da pomoću kulture javnosti bolje razumiju zemlju i njezine vrijednosti – cilj je ovoga rada analizirati kako se Hrvatska brendira pomoću kulture. U radu se istražuje što turisti mogu iščitati o hrvatskoj kulturi u najgledanijim promotivnim sadržajima na službenim digitalnim kanalima Hrvatske turističke zajednice (HTZ). Metodom kvalitativne analize sadržaja istražilo se kako promotivni videomaterijali HTZ-a objavljeni na kanalu YouTube od 2015. do 2021. prikazuju hrvatsku povijesno-kulturnu baštinu. Istraživanje je pokazalo da u analiziranim videomaterijalima kulturne i povijesne znamenitosti nisu prisutne u mjeri u kojoj bi se moglo govoriti o brendiranju Hrvatske kao kulturne destinacije.

Ključne riječi: hrvatska kultura, digitalna tehnologija, brendiranje država, komunikacija

155 Ovaj se rad temelji na istraživanju koje je provela Bernarda Jurić pod mentorstvom doc. dr. sc. Marijane Togonal i sumentorice doc. dr. sc. Matilde Kolić Stanić za diplomski rad „Analiza komunikacijske strategije Hrvatske turističke zajednice”.

THE PRESENCE OF CULTURE IN THE BRANDING OF CROATIA ON THE EXAMPLE OF HTZ'S PROMOTIONAL VIDEO MATERIALS

Abstract

According to the principle that in creating a country's reputation, its culture is key - given that the public understands the country and its values better through culture - the aim of this paper is to analyze how Croatia is branded using culture. The paper investigates what tourists can read about Croatian culture in the most viewed promotional content on the official digital channels of the Croatian Tourist Board (HTZ). Using the method of qualitative content analysis, it was investigated how the promotional video materials of HTZ published on the YouTube channel from 2015 to 2021 depict Croatian historical and cultural heritage. The research showed that in the analyzed videos, cultural and historical landmarks are not present to the extent necessary in branding Croatia as a cultural destination.

Keywords: Croatian culture, digital technology, country branding, communication

1. UVOD

Procesi globalizacije i umrežavanja pomoću digitalnih kanala čine imidž neke države sve važnijim za postizanje uspjeha i nacionalnih ciljeva (Ollins, 2005) pa u skladu s tim i država treba postati brend (Paliaga, 2007). To znači da i brendiranje Hrvatske može utjecati na njezin položaj u međunarodnom okruženju. Imidž i brend neke zemlje, međutim, trebaju proizlaziti iz njezina identiteta (Marković, 2018, Kolić Stanić, 2018). Dok je imidž emocionalna slika o nekome ili nečemu na temelju iskustva, predodžbi, stajalištima i mišljenjima (Grgić, 2021), identitet je sastavljen od vidljivih i nevidljivih elemenata (Marković, 2018). Anholt, istaknuti autor na području brendiranja država, ističe da je identitet države sastavljen od „upravljanja markom, javne diplomacije te promicanja trgovine, ulaganja, turizma i izvoza“ (Anholt, 2009). Taj proces pozicioniranja, promocije i upravljanja nacionalnim imidžom i identitetom objedinjuje pojam brendiranja država (Skoko, 2009). Prema Anholtu spomenuti se proces treba temeljiti na šest ključnih elemenata: kulturi, turizmu,

marki, politici, ulaganju i ljudima (Anholt, 2003). Među navedenim temeljima brendiranja država Anholt ističe kulturni aspekt kao posebno važan čimbenik nacionalnoga imidža. Kulturno-povijesne znamenitosti snažan su čimbenik privlačenja turista i poticaj posjeta nekoj zemlji, smatra Anholt (2009).

Upravljanje pozitivnom slikom o Hrvatskoj pomoću brendiranja tema je i stručnih i znanstvenih krugova. Primjer za stručni doprinos stvaranju pozitivne turističke slike osnivanje je Radne skupine Predsjednice Republike Hrvatske za razvoj identiteta i brenda Republike Hrvatske. Radna je skupina osnovana 2018., a aktivna je bila za mandata Kolinde Grabar Kitarović.

Ključni su autori za brendiranje država na međunarodnoj razini Anholt i Paliaga. Njihovi teorijski koncepti temelj su okvira koji će biti izložen u prvome dijelu rada. U tome se dijelu razjašnjavaju pojmovi poput brenda, brendiranja države te posebno uloge kulture u brendiranju država. Sažet će se i pregled dosadašnjih istraživanja o brendiranju Hrvatske pomoću kulture. U istraživačkom dijelu rada predstavljena je kvalitativna analiza sadržaja kao metoda kojom je istražen promotivni videosadržaj Hrvatske turističke zajednice objavljen na kanalu YouTube od 2015. do 2021. s naglaskom na hrvatske povijesno-kulturne teme. Budući da je Hrvatska turistička zajednica jedna od ključnih institucija za stvaranje nacionalnoga brenda, istraživanjem njezine promotivne aktivnosti dobio bi se važan uvid u sadržaj poruke koju prima ključna javnost – turisti. U odabranome videosadržaju istraženo je javljaju li se u njima teme povezane s povijesno-kulturnom baštinom. Prema teorijama o brendiranju država te bi teme svakako trebale biti utkane u promotivne materijale koji su u funkciji stvaranja imidža države.

2. PRISUTNOST KULTURE U BRENDIRANJU

Brendiranjem se stvara svijest o nekom proizvodu u želji da se kupnja proizvoda ili usluga ponovi, i to zahvaljujući gradnji kvalitetnoga odnosa s kupcem ili klijentom (Wreden, 2010). Brendiranje je pak proces u kojemu se nekoj tvrtki dodjeljuje određeni simbol ili dizajn radi oglašavanja njihovih proizvoda i usluga (Cambridge University Press, n. d.; Cambridge Dictionary, n. d.). Brend je percepcija o proizvodu ili usluzi koju potrošač ima kao ideju u svojoj svijesti a pomoću koje razlikuje tvrtku, proizvod ili uslugu od konkurentske (Jakovljević, 2000). Tri su temeljna elementa koje brend može imati: znak, ime i slogan (Jakovljević, 2000). Elementi su to koji jamče određenu kvalitetu (Glavaš, Mandić, Rašić, 2019). Kao što se mogu brendirati proizvodi, usluge, pa i cijele tvrtke, isto se tako mogu brendirati i odredišta. Za to je potrebna vrhunska usluga i jedinstvena ponuda kako bi se odaslala pozitivna slika o nekom odredištu

(Glavaš i sur., 2019). Također je moguće brendirati i cijele države, i to posebice u doba globalizacije (Parlov i sur., 2017). U tome procesu istaknuto mjesto treba imati kultura koja nacionalnome imidžu daje specifičnost, jedinstvenost i povezanost sa samom državom. Prema Anholtu nacionalni je imidž taj koji „djeluje umirujuće jer povezuje prošlost države s njezinom sadašnjošću; on obogaćuje jer je povezan s nekomercijalnim aktivnostima; on ulijeva poštovanje jer pokazuje duhovne i intelektualne kvalitete stanovništva jedne zemlje i njezinih institucija” (Anholt, 2009). Kultura je, dakle, usko povezana s nacionalnim identitetom koji je ključan za stvaranje prepoznatljiva brenda neke države. Globalizacija i digitalizacija stvorile su danas globalno tržište u kojemu turistički sektor postaje jedan od „najdinamičnijih gospodarskih sektora na globalnom tržištu“ (Grmuša i sur., 2019).

Brendovi mjesta, kao i brendovi nekih proizvoda, u ljudskoj svijesti proizvode cijeli spektar emocija, vrijednosti i sjećanja, stoga Anholt tumači da ljudi povezuju neke osobine država s proizvodima iz tih država (Anholt, 2003). Prvi korak u brendiranju zemlje jest postojanje svijesti vlade o poznavanju identiteta zemlje: što ona predstavlja, koja su njezina temeljna obilježja i posebnosti. Sljedeći je korak u brendiranju zemlje jasna, ciljana i koordinirana strategija za djelovanje, komunikaciju i politiku koja bi se trebala sastojati od šest točaka koje predstavljaju temelj za brendiranje država. Te su točke kultura, turizam, marke, politika, ulaganje i ljudi (Anholt, 2003). Pri tome se poseban naglasak stavlja na kulturu i turizam u kontekstu izvoza i razmjene kulturnih aktivnosti, te na turističku promidžbu države. Cilj je da sva tijela, institucije, ustanove, poduzeća i agencije neke države zajedno rade na zajednički dogovorenoj nacionalnoj strategiji koja se gradi na temelju spomenutih šest točaka (Anholt, 2009).

Cilj je također istovremeno jačati identitet neke države i razviti nacionalnu strategiju za njezino brendiranje postavljeno na jasnim nacionalnim interesima i ciljevima usmjerenima društvu, gospodarstvu te kulturnim i političkim odnosima s drugim državama (Skoko, 2009). Cijeli taj proces upravljanja nacionalnim identitetom, pozicioniranje, promocija i upravljanje imidžom nazivamo brendiranjem država (Skoko, 2009). Brend države stoga je „skup svih očekivanja, misli, razmišljanja, saznanja, osjećaja i asocijacija koje mi ‘nosimo’ u našim glavama o nekoj državi“ (Paliaga, 2007). Brendiranje države omogućuje povezivanje s određenim obilježjima, karakteristikama, vrijednostima i emocijama (Paliaga, 2007).

2.1. *Kultura kao ključ brendiranja država*

Sjedinjene Američke Države primjer su brendirane države koja je američku kulturu učinila globalno prepoznatljivom pa je upravo kultura postala tehnikom „stvaranja nacionalnog ugleda“ (Anholt, 2009). Anholt smatra da u onim porukama koje prenose vrijednosti primatelji poruke rijetko traže skrivene poruke. To objašnjava posebnu snagu kulture pa je tako, primjerice, preko hollywoodskih filmova lakše promovirati američke vrijednosti negoli nekim službenim političkim putem. Ideja Amerike sadrži detalje koji potiču ljude diljem svijeta da je „susretnu, istraže, upoznaju i niz godina imaju povjerenja u nju“, i to zahvaljujući kulturi, književnosti, glazbi, umjetnosti (Anholt, 2009). Ne čudi stoga da je turistička industrija jedna od najvećih industrija u SAD-u. Američki su turistički menadžeri svjesni moći percepcije američke kulture te proaktivno nastoje privući svake godine što veći broj turista (Fall i Lubbers, 2002). I Skoko na tragu Anholta ističe da kultura često ima ključnu ulogu u poboljšanju imidža države (Skoko, 2009). Anholt smatra da kultura ima „moć da prenesu istinski duh i bit određene zemlje“, kao i „ključnu ulogu u oplemenjivanju ugleda države, u poticanju javnosti na trajnije i potpunije razumijevanje zemlje i njezinih vrijednosti“ (Anholt, 2009). Kultura je dio jedinstvenoga obilježja neke države (Anholt, 2009). Upravo kultura i kulturna baština neke zemlje čine njezin identitet posebno konkurentnim jer primatelji poruke nisu toliko sumnjičavi prema kulturi kao prema nekim komercijalnim i promidžbenim porukama (Anholt, 2009). Zemlje, kojima se imidž temelji samo na turizmu, trpe gospodarske posljedice. Upravo bi kultura mogla preobraziti taj imidž u nešto korisnije, smatra Anholt. Kultura i turizam zapravo su vrlo bliski, a kulturni turizam postaje najprofitabilnija vrsta turizma koja ujedno i najbrže raste (Anholt, 2009). Skoko i Gluvačević ocjenjuju da su za Hrvatsku kao turistički brend ključni adut uglavnom prirodne ljepote (Skoko i Gluvačević, 2016). To pokazuju i neka druga istraživanja u kojima su turisti najlošije ocijenili kulturnu ponudu (Golob i sur., 2014).

Iako je danas većina država svjesna moći samopromocije, promocije vlastitih proizvoda i usluga te upravljanja ugledom, ipak se to često čini na neodgovarajući i nekoordinirani način (Anholt, 2009). Ne čudi, stoga, da Skoko naglašava važnost cjelovitoga i strateškoga pristupa brendiranju države koji mora uključivati ne samo Hrvatsku turističku zajednicu kao središnju turističku instituciju za promociju nego i ostale državne institucije (Skoko, 2009). Prilikom osnivanja Radne skupine Predsjednice Republike Hrvatske za razvoj identiteta i brenda Republike Hrvatske (2018) Skoko je istaknuo da je Hrvatska u svijetu prepoznata po svojim prirodnim ljepotama i sportskim ostvarenjima, međutim „prilično neprepoznatljiva po svojoj kulturi, gospodarstvu, politici, velikanima i baštini“. Stoga smatra da je „vrijeme da se počne raditi na promo-

ciji Hrvatske kao cjelovitog brenda“ (Skoko, 2021). Zadaće su Radne skupine za brendiranje bile i organiziranje stručnih rasprava o brendiranju Republike Hrvatske a sve kako bi se stvorio i pripremio stručni temelj i podloga za analizu i pružanje strateških smjernica za pozicioniranje Hrvatske kao cjelovita brenda. Ključnim područjima brendiranja, prvi put predstavljenima na Communication Management Forumu 2019., Radna skupina navela je turizam, kulturu i baštinu, hrvatsku povijest i njezine velikane, gospodarski potencijal i inovacije (s naglaskom na IT i farmaceutsku industriju), zatim resurse (bioraznolikost, očuvanost prirode kao ekonomski potencijal), geostrateški položaj, gastronomiju (ali ne samo kroz turizam nego i kao stil života) te na kraju ljude i njihov mentalitet (Laslavić, 2019).

2.2. Dosadašnja istraživanja o ulozi kulture u brendiranju Hrvatske

Turizam kao oblik interkulturalne komunikacije treba znati naglasiti posebnost i različitost pojedinih turističkih odredišta (Peručić i sur., 2019), stoga je brendiranje odredišta pomoću kulturnih znamenitosti potreban korak prema izgradnji autentičnosti i prepoznatljivosti. U tom je smislu važno istaknuti do kojih se spoznaja došlo u znanstvenim istraživanjima o promociji kulture u hrvatskome turizmu. Međimurska je županija, primjerice, svojim „jasno definiranim i mjerljivim strateškim planovima“ temeljenima na emocijama uspješno predstavila materijalnu kulturnu baštinu i time stvorila „prepoznatljivi brend koncept“ (Grmuša i sur., 2019). U istraživanju pak komunikacijskih politika u brendiranju Dubrovnika naglasak je bio na odnosu identiteta nekog turističkog odredišta i njegova imidža među turistima. To je istraživanje pokazalo da nije cilj kulturnih sadržaja – muzeja, galerija, kulturne baštine – brendiranje grada, već da služe pozicioniranju u odnosu na konkurente (Marković, 2018). Zaključak ovoga istraživanja također je na tragu Anholta i Skoke. U njemu se, naime, ističe da bi dvije komunikacije – primarna (upravljanje identitetom i imidžom) i sekundarna (komunikacijska politika grada, odnosno odnosi s javnošću, marketing i javna diplomacija) – trebale biti koordinirane i slati usklađene poruke kako bi se uspio izgraditi brend turističkoga odredišta (Marković, 2018). Bagarić, Jelić i Meštrović provele su istraživanje koje je pokazalo značajnu povezanost učestalosti gledanja filmova ispitanika s odabirom turističkoga odredišta pa su tako, između ostaloga, kao poticaji za posjet pojedino odredištu iz filma nevedene i kulturno-povijesne znamenitosti (Bagarić i sur., 2018). Skoko, Brčić i Vidačković definirali su četiri strategije za gradnju imidža i prepoznatljivosti Hrvatske kojom bi se ona pozicionirala kao poželjan europski brend, i to upravo kroz igrani film (Skoko i sur., 2013). Treba također spomenuti rad autorica Buljubašić i Rebrine u kojemu se analizirao potencijal

glagoljice. Jedan je od zaključaka navedenog u radu da „glagoljica ima i potencijal da kao simbol nacionalnog identiteta postane jedan od osnovnih elemenata za kreiranje marke nacije” (Buljubašić i Rebrina, 2012).

Vežano uz analizu nacionalnoga identiteta Hrvatske koji se veže uz povijest i kulturu zanimljiv je i rad „Cardinal Stepinac as an Element in Shaping the Image of the National Brand of Croatia“ Trbušića i Rimca u kojemu autori analiziraju lik kardinala Stepinca kao element u oblikovanju imidža nacionalnoga brenda Hrvatske (Trbušić i Rimac, 2020). Uzimajući u obzir prethodni pregled istraživanja, može se reći da nema mnogo provedenih istraživanja brendiranja Hrvatske s obzirom na njene kulturne potencijale, što otvara prostor novim radovima.

3. METODOLOGIJA

Glavni predmet istraživanja koje je provedeno za potrebe ovoga rada jest komunikacijska kampanja Hrvatske turističke zajednice: *Hrvatska. Puna života. – Croatia. Full of life.* s naglaskom na kulturne i povijesne znamenitosti. Krovni komunikacijski koncept *Croatia. Full of life.*, kampanje Hrvatske turističke zajednice (HTZ), započeo je 2015. i u trenutku provođenja ovoga istraživanja bio je još uvijek na snazi. Koncept *Croatia. Full of life.* odabran je za predstavljanje i promoviranje Hrvatske kao turističkoga odredišta na globalnome tržištu, a predviđeni je cilj bio brendirati i promovirati Hrvatsku kao „energičnu mediteransku destinaciju koja nudi izniman broj različitih životnih stilova“ (Telegram). Za taj se koncept svake godine pripremaju videomaterijali za koje je zadužen Sektor za marketing HTZ-a. Treba istaknuti da neki radovi pokazuju da se promotivnim multimedijским sadržajem (uključujući njegove sastavne elemente, a to su tekst, slika i audio) pojačava dojam turista o nekom odredištu (Lojo i sur., 2020). Stoga ne čudi da autori ističu kako je upravo razvoj novih medija učinio još važnijim pojam imidža kao javne slike, osmišljene osobnosti koja je strateški predstavljena javnost (Skoko, 2004).

Dva su ključna cilja u kreiranju i održavanju identiteta nekog brenda. To su opisivanje i distinkcija (Adamus-Matuszy i sur., 2021). U ovome će se radu istražiti kako Hrvatska turistička zajednica u svojim najgledanijim promotivnim videomaterijalima opisuje i brendira Hrvatsku kao poželjno turističko odredište s obzirom na njezine kulturno-povijesne znamenitosti (UNESCO). Istraživačka su pitanja kojima se vodilo tijekom istraživanja:

(1) Koliko je pozornosti posvećeno kulturno-povijesnim znamenitostima u promotivnim videomaterijalima HTZ-a?

(2) Koje su kulturne i povijesne znamenitosti prisutne u promotivnim videomaterijalima HTZ-a?

(3) Jesu li kulturne i povijesne znamenitosti prisutne u komentarima promotivnih videomaterijala HTZ-a?

Odabrana metoda za provedbu istraživanja jest kvalitativna analiza sadržaja (Zenker i sur., 2017) koja omogućuje analiziranje i prepoznavanje sadržaja koji pošiljatelj (HTZ) šalje primateljima (svi oni kojima je dostupan videomaterijal preko službenoga kanala YouTubea). Analiza sadržaja primjerena je istraživačka metoda u raspravama o brendiranju turističkih odredišta i mjesta (Hashim, 2017).

Četiri koraka istraživanja koja predlaže Rose (2001) prilagođena su analizi videomaterijala:

(1) odabir materijala – promotivni videomaterijal pronađen je na službenome YouTube kanalu Hrvatske turističke zajednice; odabrani su videomaterijali s najvećim brojem pregleda

(2) formuliranje kategorija za kodiranje – kodiranje se odnosi na pripisivanje opisnih kategorija sekvencama

(3) provođenje kodiranja sekvenci videomaterijala – primjena razlikovnih kategorija na odabrane videomaterijale i sekvence od kojih se sastoje

(4) analiza rezultata – formuliranje zaključaka i diskusija o rezultatima.

Unutar kvalitativnoga istraživanja kodovi se određuju izravno iz samoga istraživanja, a kodiranje je proces koji omogućava slaganje prikupljenih podataka u kategorije koje istraživač sam postavlja u skladu s posebnim ciljevima svoga istraživanja. (Adamus-Matuszy i sur., 2021). Porastom broja korisnika *online* platformi raste i utjecaj *online* vizualne komunikacije u koju se ubraja i odabrani videomaterijal (Polak i sur., 2022). On tako oblikuje percepciju korisnika i utječe na njihove namjere pa je stoga neizostavna tehnika u promotivnim komunikacijskim aktivnostima (John i De'Villiers, 2020). Također, Butler ističe da je važnije ono što prikazuje videomaterijal od sadržaja tiskanih medija kada se govori o oblikovanju percepcije i slike o nekome odredištu kao i o odluci turista da ga posjeti (Butler, 2014). Stoga ne čudi da Hrvatska turistička zajednica koristi *online* vizualne medije, poput službenoga YouTube kanala za promoviranje odredišta i kreiranja pozitivne slike o njemu, što je prema nekim autorima ključno za utjecaj na ponašanje turista (Avraham i Ketter, 2008). Nadalje, neko je odredište moguće brendirati pomoću fotografije, slogana, teksta i videomaterijala (Lupu i sur., 2021). Digitalni mediji i platforme dopunjuju tradicionalne aktivnosti brendiranja turističkih zajednica, a YouTube se nameće kao jedna od najutjecajnijih i najpopularnijih platformi za postavljanje, gledanje i dijeljenje videosadržaja (Alegro i Turnšek, 2021). Upravo zbog vizualnoga

karaktera YouTubea, koji je najpopularniji i najzanimljiviji mlađoj populaciji, on postaje izvrsna platforma za kreativno i uspješno brendiranje odredišta (Alegro i Turnšek, 2021). Tako se Youtube nameće kao svestrana platforma koja omogućuje promicanje posebnosti turističkih odredišta. Materijal objavljen na ovoj platformi dostupan je velikom broju gledatelja i korisnika, zapravo svima koji imaju pristup internetu i neki „pametni“ uređaj, a o relevantnosti odabranih videomaterijala svjedoče i brojevi reakcija, odnosno broj pregleda, „lajkova“, dijeljenja i komentara. U trenutku provođenja ovoga istraživanja službena stranica Instagrama HTZ-a imala je više od 401 tisuću pratitelja, stranica Facebooka više od milijun i 500 tisuća pratitelja, profil Twitter imao je više od 107 tisuća pratitelja, a kanal YouTube njih više od 19 tisuća.

Uzorak istraživanja čini sedam videomaterijala kampanje *Croatia. Full of life*. objavljenih na službenome YouTubeovu profilu Hrvatske turističke zajednice od početka spomenute kampanje (1. listopada 2015.) pa do trenutka provedbe istraživanja (početak ožujka 2021.) koji imaju najveći broj pregleda po godini. U tome je razdoblju objavljeno ukupno 207 videomaterijala na službenome YouTubeovu kanalu Hrvatske turističke zajednice. Također, prednost je dana onim videomaterijalima koji su objavljeni na engleskome jeziku. Za sve je videomaterijale naveden datum objavljivanja, naziv i broj pregleda. Rad je u analizu također uključio i komentare koji su (ako su) dostupni na službenome kanalu ispod svakoga od odabranih videomaterijala ne bi li se dobio uvid u reakciju javnosti koja je važna u stvaranju potpune slike grada ili države (Govers i sur., 2007).

4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Odgovore na prvo istraživačko pitanje: Koliko je pozornosti posvećeno kulturno-povijesnim znamenitostima u promotivnim videomaterijalima HTZ-a? izložit ćemo redom prema godinama kojima pripadaju videomaterijali s najvećim brojem pregleda. Prvi je videomaterijal iz 2015., traje 60 sekundi i ne sadržava ni jednu sekundu posvećenu kulturno-povijesnim znamenitostima. U njemu se ne prikazuje hrvatska baština, ni materijalna ni nematerijalna. Drugi je videomaterijal iz 2016., sastoji se od osam sekvenci od kojih dvije prikazuju kulturno-povijesne znamenitosti. Videomaterijal traje 20 sekundi, a prikaz kulturno-povijesnih znamenitosti traje dvije sekunde. Videomaterijal iz 2017., koji traje 30 sekundi, ne sadrži ni jedan prikaz kulturno-povijesnih znamenitosti. U videomaterijalu prikazane su različite divlje životinje (risovi, medvjedi, dupini, konji), kao i sportske aktivnosti na koje se poziva (biciklizam, jedrenje, penjanje). Videomaterijal iz 2018. također traje 30 sekundi i ni on, kao ni onaj iz

prethodne godine, ne sadrži ni jedan prikaz kulturno-povijesnih znamenitosti. U videomaterijalu prikazani su otoci, obala, plaža i more te je naglasak stavljen na turističke aktivnosti poput jedrenja, kupanja, ispijanja vina i biciklizma. Peti je videomaterijal iz 2019., kulturno-povijesnim znamenitostima posvećuje šest sekundi od ukupno 30 sekundi trajanja promotivnoga videomaterijala, a tih je šest sekundi raspoređeno u pet različitih sekvenci. U videomaterijalu iz 2020., koji traje 30 sekundi, u ukupno sedam sekundi prikazane su četiri sekvence kulturno-povijesnih znamenitosti. Posljednji je videomaterijal obuhvaćen istraživanjem iz 2021., traje 172 sekunde, a kulturno-povijesne znamenitosti prikazane su u dvjema sekvencama koje ukupno traju pet sekundi. Ovaj je videomaterijal posvećen promociji i brendiranju Hrvatske kao zemlje sigurne za putovanje i boravak s obzirom na pandemiju bolesti COVID-19.

Drugo se istraživačko pitanje odnosilo na kulturne i povijesne znamenitosti koje su prisutne u promotivnim videomaterijalima HTZ-a. Prema prethodno izloženim rezultatima vidljivo je da postoje videomaterijali u kojima se ni na koji način ne prezentira hrvatska kulturna baština, a to su oni iz 2015., 2017. i 2018. Videomaterijali koji posvećuju određen broj sekvenci hrvatskoj kulturnoj baštini dotiču sljedeće kulturne i povijesne teme: u videomaterijalu iz 2016. u dvije sekunde prikazuje se Dubrovnik koji se vidi kroz okvir od zelenih grana. Na videomaterijalu vidi se more kao i Dubrovačke zidine. Sekvenca je vidljiva gotovo na samome početku videomaterijala i traje jednu sekundu. Tekst kojim je popraćena ta sekvenca, koji je vidljiv u obliku pisanoga teksta kao oprema videomaterijala, jest: *There's more than 1,200 reasons why you should sail in Croatia*. Brojkom navedenom u videomaterijalu aludira se na broj hrvatskih otoka. Druga sekvenca relevantna za postavljeno istraživačko pitanje jest prikaz Rovinja iz zraka. U tome je videomaterijalu vidljiv zvonik crkve sv. Eufemije, kao i mali poluotok na kojemu je smješten grad. Prikazano je i more, a sekvenca nije popraćena tekstualnom opremom. Tehnika kojom su prikazane obje kulturno-povijesne znamenitosti jest videosadržaj i obje sekvence pripadaju kategoriji materijalne kulturne baštine. Od ukupno dva prikaza znamenitosti oba pripadaju obalnome dijelu Hrvatske: jedan prikazuje sakralnu građevinu dok se stara jezgra Dubrovnika nalazi na UNESCO-ovu popisu (za razliku od Rovinja).

Videomaterijal iz 2019. šest sekundi, odnosno pet sekvenci, posvećuje kulturno-povijesnim temama od kojih je prva panorama Rovinja popraćena tekstom *The summer might be over soon...* Prikazana je i panorama Velikoga Tabora uz popratni tekst koji dolazi kao oprema videomaterijalu: *Old villas guard their medieval luxury*. U idućoj je sekvenci, koja traje jednu sekundu, prikazan još jedan kadar Velikoga Tabora, ovaj put iz još bližega kuta. I ovu sekvencu prati tekst koji je isti kao i na prethodnoj sekvenci.

Iduća sekvenca uz isti tekst prikazuje Trakošćan iz zraka. Dubrovnik je prikazan u posljednjoj sekvenci, a praćen je tekstom *And the sea is more welcoming than ever*. Sve ove sekvence prikazuju materijalnu kulturnu baštinu, a tehnika kojom su prikazane jest videosadržaj. Tekst koji dolazi uz pojedine sekvence ne pojašnjava kulturno-povijesne znamenitosti. Imena znamenitosti nisu navedena. Od pet prikaza njih tri prikazuju znamenitosti kontinentalne Hrvatske (jednom Trakošćan i dvaput Veliki Tabor) dok se dva prikaza odnose na obalu (Rovinj i Dubrovnik). Prikazano u sekvencama, osim Dubrovnika, ne pripada popisu UNESCO-ove zaštićene baštine. U videomaterijalu iz 2020. pet sekundi, odnosno tri sekvence, posvećene su prikazu materijalne kulturne baštine, a sve su tri prikazane tehnikom videosadržaja: Tvrđava sv. Nikole kod Šibenika (dvije sekunde), benediktinski samostan na otočiću Sveta Marija kod Visa (jedna sekunda) i obala otoka Visa (tri sekunde). Nematerijalnoj kulturnoj baštini posvećena je jedna sekvenca od dvije sekunde, a to su suhozidi. Sve četiri sekvence posvećene su znamenitostima obalne Hrvatske od kojih se dvije znamenitosti nalaze na UNESCO-ovu popisu zaštićene baštine: suhozidi i Utvrda sv. Nikole kod Šibenika. Od svih sekvenci samo jedna prikazuje sakralnu građevinu, benediktinski samostan na otočiću Sveta Marija kraj Visa.

Videomaterijal iz 2021. posvećuje pet sekundi, odnosno dvije sekvence, temama materijalne kulturne baštine. Prva sekvenca prikazuje unutrašnjost Muzeja suvremene umjetnosti što je vidljivo po karakterističnome metalnome sivom toboganu. Tobogan, kao i bilo koji drugi izložbeni primjerak iz muzeja, nije u prvome planu, već se nalazi u pozadini. U videomaterijalu ni na koji se način izravno ne upućuje na Muzej suvremene umjetnosti tako da neinformirani gledatelj ne može saznati o kojemu je objektu riječ. U drugoj se pak sekvenci iz ptičje perspektive prikazuje svjetionik na otočiću Pokonji Dol kraj Hvara. Jedna je, dakle, sekvenca posvećena kontinentalnome dijelu Hrvatske, a druga obalnome dijelu. Nisu prikazane znamenitosti s UNESCO-ova popisa zaštićene baštine, a nije ni prikazana sakralna arhitektura. Također, većina prikazanih kulturno-povijesnih znamenitosti nisu popraćene govorom ili tekstom, što turistima otežava njihovo prepoznavanje.

Treće se istraživačko pitanje odnosilo na prisutnost kulturno-povijesnih znamenitosti u komentarima promotivnih videomaterijalima HTZ-a. Na videomaterijalu iz 2015. vidljivo je 58 komentara. Najviše komentara odnosilo se na ljepotu zemlje. Nekoliko komentara ticalo se pjesme iz videomaterijala. Hrvatska turistička zajednica odgovorila je na nekoliko upita postavljenih u komentarima. U jednome se komentaru naglašava da je videomaterijal atraktivan mlađoj javnosti zbog prikaza zabave i drugih aktivnosti te kako bi bilo dobro da u videomaterijalu budu prikazani i neki od brojnih hrvatskih koncerata.

Videomaterijal iz 2016. ima vidljiva 3 komentara. Jedan komentar, primjerice, pitanje je o pjesmi u videomaterijalu. U preostala dva komentira se ljepota zemlje, gradova i povijesnih znamenitosti, što ujedno i jest najčešća tema komentara, s posebnim naglaskom na ljepotu zemlje. Komentiranje videomaterijala objavljenih 2019., 2020. i 2021. nije bilo moguće pa sukladno tomu ni jedan komentar nije vidljiv.

5. RASPRAVA

Prema izloženim rezultatima tri videomaterijala od njih sedam ne prikazuju ni jednu sekvencu vezanu uz kulturno-povijesne znamenitosti, već prikazuju samo turizam i prirodne ljepote. To su videomaterijali iz 2015., 2017. i 2018. koji ukupno traju 120 sekundi. Videomaterijal iz 2016. traje 30 sekundi i prikazuje kulturno-povijesne znamenitosti u dvije sekvence koje traju dvije sekunde. Videomaterijal iz 2019. također traje 30 sekundi, a kulturno-povijesne znamenitosti prikazane su u pet sekvenci koje traju šest sekundi. I videomaterijal iz 2020. pripada kraćim videomaterijalima jer traje 30 sekundi, ali četiri sekvence, na koje otpada sedam sekundi, posvećene su kulturno-povijesnim prizorima, što je ujedno i najviše u svim analiziranim videomaterijalima.

Sedam analiziranih videomaterijala, koji ukupno traju 382 sekunde, povijesnim i kulturnim znamenitostima posvećuju 20 sekundi. Većinu vremena u promotivnim videomaterijalima prikazuju se, dakle, razni drugi sadržaji: putovanje, sportske i morske aktivnosti, briga o zdravlju, gastronomija, potom prirodne ljepote zemlje: more, plaže, planine, doline, rijeke, šume, divlje životinje i dr. sadržaji. Istraživanje je stoga pokazalo da najgledaniji videomaterijali HTZ-a više pozornosti posvećuju prirodnim ljepotama zemlje negoli kulturno-povijesnim znamenitostima.

Videomaterijal iz 2016. prikazuje dvije sekvence Dubrovnika i Rovinja predstavljajući ih kao kulturno-povijesne znamenitosti. Obje sekvence pripadaju kategoriji materijalne kulturne baštine. Videomaterijal iz 2019. pet sekvenci posvećuje kulturno-povijesnim temama (Rovinj, Veliki Tabor, Trakošćan, Dubrovnik). Sve ove sekvence pripadaju materijalnoj baštini, i to arhitekturi: tri su sekvence posvećene kontinentalnoj Hrvatskoj dok dvije prikazuju obalu. Prikazano u sekvencama, osim Dubrovnika, ne pripada popisu UNESCO-ove zaštićene baštine. Također ni jedna sekvenca ne prikazuje neku od brojnih hrvatskih sakralnih građevina. Od materijalne kulturne baštine u videomaterijalu iz 2020. prikazana je Utvrda sv. Nikole kod Šibenika, benediktinski samostan na otočiću Sveta Marija kod Visa i obala grada Visa dok su suhozidi jedini prikaz nematerijalne kulturne baštine. U videomaterijalu iz 2021. obje sekven-

ce posvećene su materijalnoj kulturnoj baštini: Muzeju suvremene umjetnosti u Zagrebu i svjetioniku na otočiću Pokonji Dol kraj Hvara. Tako se u jednoj sekvenci uprizzoruje kontinentalni dio Hrvatske, a u drugoj obalni dio. Nisu prikazane znamenitosti s UNESCO-ova popisa zaštićene baštine, a nije prikazana ni sakralna arhitektura. Na temelju izloženoga svi prikazi povijesno-kulturnih znamenitosti posvećeni su samo materijalnoj kulturnoj baštini, i to arhitekturi. U ukupno 13 sekvenci 20 sekundi sadržaja posvećeno je materijalnoj kulturnoj baštini, a među prikazanim kulturno-povijesnim znamenitostima najčešće su prikazane stara jezgra Dubrovnika i Rovinja. S popisa UNESCO-ove zaštićene baštine prikazane su stara jezgra Dubrovnika, Utvrda sv. Nikole kod Šibenika i suhozidi. To su tri prikaza od ukupno deset prikaza kulturno-povijesnih znamenitosti. Od tih je prikaza samo jedan posvećen sakralnoj arhitekturi (benediktinski samostan na otočiću Sveta Marija kraj Visa). Možemo, dakle, zaključiti da u analiziranim videomaterijalima prikazane kulturne i povijesne znamenitosti uglavnom pripadaju kulturnoj materijalnoj baštini.

Što se pak tiče analize komentara gledatelja videomaterijala, ona je pokazala da su kulturno-povijesne znamenitosti prisutne u manjoj mjeri u odnosu na razne druge teme. Naime, analizom je utvrđeno da se u komentarima gledatelji videomaterijala uglavnom ne osvrću na povijesne i kulturne znamenitosti. Od ukupno 77 komentara samo se jedan komentar odnosio na povijesne i kulturne znamenitosti, ali ne na one koje su prikazane u videomaterijalima. U tome se komentaru sugeriralo da Hrvatska ima kulturnih i povijesnih znamenitosti, premda se u videomaterijalu ne prikazuju (videomaterijal iz 2016. koji prikazuje staru jezgru Dubrovnika i Rovinja) dok se u jednome komentaru uz videomaterijal iz 2015. sugerira da bi trebalo prikazati i neki koncert. U komentarima najviše je osvrta bilo na prirodne ljepote Hrvatske. Također su u komentarima postavljena pitanja o pjesmama koje su uzete za glazbene podloge. Glede komentara, može se primijetiti da je Hrvatska turistička zajednica u početku (2015) češće odgovarala na postavljena pitanja. Kasnije su se ti odgovori prorijedili da bi u videomaterijalima od 2019. nadalje mogućnost komentiranja bila isključena.

Istraživanje je pokazalo da u analiziranim videomaterijalima kampanje *Croatia. Full of life*. HTZ-a kulturne i povijesne znamenitosti nisu prisutne u mjeri u kojoj bi se Hrvatsku brendiralo kao kulturno odredište, što otvara brojne mogućnosti u nekim budućim promocijama. Dobro je podsjetiti da kultura ima „moć da prenese istinski duh i bit određene zemlje“ te da je ona ključna za ugled neke države i za dublje razumijevanje same zemlje kao i njezinih vrijednosti (Anholt, 2009). Kultura u brendiranju Hrvatske nije prepoznata kao jedinstveno obilježje koje čini njezin identitet posebno konkurentnim, niti joj je priznato posebno mjesto u promociji Hrvatske, premda su upravo kulturni ar-

gumenti bolje prihvaćeni od onih komercijalnih (Anholt, 2009). S Anholtovom se tvrdnjom slaže i Skoko koji također smatra da se kultura trebala uključiti u brendiranje države s obzirom na to da je upravo kultura zaslužna za poboljšavanje imidža zemlje kao i za upoznavanje ključne javnosti s njezinim vrijednostima (Skoko, 2009).

6. ZAKLJUČAK

Ograničenja ovoga istraživanja s obzirom na odabranu metodu analize sadržaja videomaterijala teorijske i praktične su poteškoće poput primjenjivosti matrice i kodova na sve odabrane videomaterijale (Adamus-Matuszy i sur., 2021). Također jedno od ograničenja odnosi se na količinu analiziranoga uzorka.

Nadalje, u radu je naglasak na slici koju Hrvatska turistička zajednica šalje ključnim javnostima, a ne na slici koju sami turisti stvaraju o Hrvatskoj na temelju pogledanih videomaterijala. Percepcija ključne javnosti donekle je dotaknuta u analizi komentara. Ona bi se nadalje mogla upotpuniti analizom dijeljenja sadržaja i ponovnim objavljivanjem videomaterijala na drugim digitalnim platformama. Prednost je novih medija dvosmjerna komunikacija koja omogućava održavanje dobrih odnosa s ključnim javnostima (Kolić Stanić, 2018). Na temelju rezultata može se zaključiti da Hrvatska turistička zajednica ima još mnogo prostora za razvoj dvosmjerne komunikacije sa svojim ključnim javnostima na YouTubeu, za poticanje konstruktivne rasprave, kao i za poticanje korisnika na komentiranje, bilo preko iznošenja vlastitih pozitivnih iskustava ili preko iznošenja mišljenja na viđeni sadržaj.

Važno je također istaknuti da je dio analiziranih videomaterijala objavljen prije osnivanja Radne skupine za brendiranje i prije Communication Management Foruma na kojemu je donesen prikaz ključnih kategorija brendiranja. Unatoč tomu smatralo se prikladnim analizirati i videomaterijale prije 2019. kako bi se vidjelo koliko su videomaterijali iz ranijih godina u skladu s preporukama komunikacijskih stručnjaka iz 2018. i 2019. te koliko su videomaterijali objavljeni kasnijih godina usklađeni s tim smjernicama. Nisu se uočile razlike u videomaterijalima nastalima prije 2019. i nakon 2019.

Istraživanje izloženo u ovome radu otvara vrata za daljnja nastojanja boljšega razumijevanja brendiranja država, poput dublje i sveobuhvatnije analize promotivnih materijala Hrvatske turističke zajednice, što bi svakako pružila metoda analize narativa. Bilo bi zanimljivo istražiti i usporediti objavljeni videomaterijal dviju kampanja: prethodne – *The Mediterranean as It Once Was* – i još uvijek aktualne – *Croatia. Full of life.* kako bi se dobilo uvid u glavne

naglaske dviju kampanja u stvaranju slike Hrvatske. Bilo bi zanimljivo istražiti i suradnju različitih ministarstava i institucija koje su uključene u brendiranje Hrvatske. Jedno od poželjnih budućih smjerova istraživanja brendiranja Hrvatske trebalo bi ići prema analizi promotivnih videomaterijala država koje slove kao najpopularnija turistička odredišta.

Države mogu aktivno i strateški sudjelovati u stvaranju imidža, javne slike države (Skoko, 2004) jer, kao što Skoko upozorava, „ne brendira li država samu sebe, učinit će to netko drugi, mimo njezine volje i interesa“ (Skoko, 2009). Čini se da je Hrvatska vlastiti kulturni život ostavila neiskorištenim za njezino brendiranje. Također, uglavnom nisu iskorištene prednosti odredišta koje su poslužile kao filmski setovi poznatih filmova ili serija. Analiza je pokazala da tri kategorije Anholtova šesterokuta nisu prisutne u analiziranim videomaterijalima, a to su: ulaganja, politika i marke (Anholt, 2003). Kako naglašava Anholt, „mjestima trebaju ljudi s maštom, ambicijom, kreativnošću i energijom“ ljudi koji će uz pravovremeni poticaj, moralni i financijski, ostvariti nevjerojatne stvari (Anholt, 2009). Taj „duh kreativnog poduzetništva“ (Anholt, 2009) mogao bi biti rješenje za daljnja nastojanja cjelovitoga i strateškoga brendiranja Hrvatske.

LITERATURA

13. Adamus-Matuszyńska, A., Dzik, P., Michnik, J., Polok, G. (2021). Visual Component of Destination Brands as a Tool for Communicating Sustainable Tourism Offers. *Sustainability*, 13(2), 1–17. Pristupljeno 19. travnja 2021. na <https://doi.org/10.3390/su13020731>
14. Alegro, T., Turnšek M. (2021). Striving to Be Different but Becoming the Same: Creativity and Destination Brands Promotional Videos. *Sustainability*, 13(1), 1–16. Pristupljeno 12. travnja 2021. na <https://doi.org/10.3390/su13010139>
15. Anholt, S. (2009). *Konkurentan identitet. Novo upravljanje markama država, gradova i regija*. M PLUS.
16. Anholt, S. (2003). *Brand new justice: the upside of global branding*. Elsevier Science & Technology Books.
17. Avraham, E., Ketter E. (2008). *Media Strategies for Marketing Places in Crisis: Improving the Image of Cities, Countries and Tourist Destinations*. Routledge.
18. Bagarić, L., Jelić, A., Meštović, D. (2018). Filmska industrija kao promotor turističke destinacije za mlađu populaciju. *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 6(1), 113–126.

19. Cambridge University Press. (n.d.) Branding. U *Cambridge Dictionary*. Pristupljeno 1. veljače 2021. na <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/branding>
20. Buljubašić, I., Rebrina, N. (2012). Interdisciplinarni načini učenja i promidžbe glagoljskog pisma danas: neprofitni marketing glagoljice kao marke. *Hrvatistika*, 6(6), 9–27.
21. Butler, R. W. (2014). The Influence of the Media in Shaping International Tourist Patterns. *Tourism Recreation Research*, 15(2), 46–53. Pristupljeno 24. svibnja 2021. na <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02508281.1990.11014584>
- Fall, L. T., Lubbers, C. A. (2002). The challenge of public relations financial accountability: the case of the USA. U M. Nigel, A. Pritchard, R. Pride (ur.), *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition* (str. 249–261). Elsevier Butterworth Heinmann. Oxford. Pristupljeno 15. veljače 2022. na [https://www.researchgate.net/profile/David-Gertner-2/publication/233497710_Country_as_Brand_Product_and_Beyond_A_Place_Marketing_and_Brand_Management_Perspective/links/53d933590cf2631430c3b208/Country-as-Brand-](https://www.researchgate.net/profile/David-Gertner-2/publication/233497710_Country_as_Brand_Product_and_Beyond_A_Place_Marketing_and_Brand_Management_Perspective/links/53d933590cf2631430c3b208/Country-as-Brand-Product-and-Beyond-A-Place-Marketing-and-Brand-Management-Perspective.pdf)
22. [Product-and-Beyond-A-Place-Marketing-and-Brand-Management-Perspective.pdf](https://www.researchgate.net/profile/David-Gertner-2/publication/233497710_Country_as_Brand_Product_and_Beyond_A_Place_Marketing_and_Brand_Management_Perspective/links/53d933590cf2631430c3b208/Country-as-Brand-Product-and-Beyond-A-Place-Marketing-and-Brand-Management-Perspective.pdf)
23. Rose, Gillian R. (2001). *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials*. SAGE Publications. Pristupljeno 22. ožujka 2021. na https://www.miguelangelmartinez.net/IMG/pdf/2001_Rose_Visual_Methodologies_book.pdf
24. Glavaš, J., Mandić, B., Rašić, J. (2019). Uloga komunikacije u brendiranju turističke destinacije. U D. Peručić, R. Lekić, K. Dabo (ur.), *U potrazi za zajedničkim nazivnikom – komunikacija, turizam, nacionalna kultura, brend* (str. 253–266). Communication Management Forum Pristupljeno 22. ožujka 2021. na https://pdfhost.io/v/fLo4JcPwu_Zbornik_radova_final_radno.pdf
25. Golob, M., Sirotić, T., Golob, M. (2014). Istraživanje kvalitete i razine zadovoljstva turista turističkom ponudom. *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 2(1), 27–40.
26. Govers, R., Go, F. M., Kumar, K. (2007). Promoting Tourism Destination Image. *Journal of Travel Research*, 46(1), 15–23.
27. Grmuša, T., Tomulić, A. M., Anđelić, V. (2019). Uloga strateškog komuniciranja u brendiranju turističke destinacije na primjeru Međimurske županije. U D. Peručić, R. Lekić, K. Dabo (ur.), *U potrazi za zajedničkim nazivnikom – komunikacija, turizam, nacionalna kultura, brend* (str. 26–41). Communication Management Forum. Pristupljeno 22. ožujka 2021. na https://pdfhost.io/v/fLo4JcPwu_Zbornik_radova_final_radno.pdf

28. Hashim, A. R. B. (2017). Urban Design and the Entrepreneurial city: Place Branding Theory and Methods. U I. Management Association (ur.), *Advertising and Branding: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications* (str. 204–227). IGI Global. doi: 10.4018/978-1-5225-1793-1.ch010
29. Jakovljević, R. (2000). *Grad kao proizvod*. IDC.
30. John, S., De'Villiers, R. (2020). Elaboration of marketing communication through visual media: An empirical analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54, 1–14. Pristupljeno 24. travnja 2021. na <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698919304199?via%3Dihub>
31. Kolić Stanić, M. (2018). *Criteri fondamentali delle relazioni pubbliche nei codici di etica. Un confronto con i criteri etici del giornalismo secondo Luka Brajnović. [Fundamental Criteria of Public Relations in Codes of Ethics. A Comparison with the Ethical Criteria of Journalism according to Luka Brajnović. Neobjavljena doktorska disertacija.]* Pontifical University of the Holy Cross. School of Church Communications.
32. Laslavić, Ž. (2019, svibnja 9). Osam područja nacionalnog brendiranja bez kockastih dresova. *LIDER.HR*. <https://lider.media/aktualno/ekskluzivno-osam-podrucja-nacionalnog-brendiranja-bez-kockastih-dresova-26278>
33. Lojo, A., Li, M., Xu, X. (2020). Online tourism destination image: Components, information sources, and incongruence. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(4), 495–509. Pristupljeno 24. travnja 2021. na https://www.researchgate.net/publication/343168350_Online_tourism_destination_image_components_information_sources_and_incongruence
34. Lupu, C., Rodrigues, A.I., Stoleriu, O.M., Gallarza, M.G. A. (2021). A Textual and Visual Analysis of the Intrinsic Value Dimensions of Romania: Towards a Sustainable Destination Brand. *Sustainability*, 13(1), 1–23. Pristupljeno 19. travnja 2021. na <https://dx.doi.org/10.3390/su13010067>
35. Marković, M. (2018). *Komunikacijske politike u brendiranju grada: odnos identiteta i imidža Dubrovnika kao turističkog odredišta*. Doktorska disertacija. Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Osijek. Pristupljeno 19. travnja 2021. na <https://repozitorij.ds.unios.hr/islandora/object/dsos:51/datastream/PDF/view>
36. Novi koncept hrvatskog turizma predstavljen je večeras u Londonu, ovdje pogledajte kako je to izgledalo. (2015, listopad 1). Telegram. <https://www.telegram.hr/politika-kriminal/evo-kako-je-bilo-na-predstavljanju-novog-koncepta-promocije-hrvatskog-turizma-u-londonu/>
37. Ollins, Wally. 2005. Branding the nation; historical context. U N. Morgan, A. Pritchard, R. Pride (ur.), *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition* (str. 17-26). Elsevier Butterworth-Heinemann.

38. Paliaga, M. (2007). *Branding i konkurentnost gradova*. MPS.
39. Parlov, N., Perkov, D., Sičaja, Ž. (2017). New Trends in Tourism Destination Branding by Means of Digital Marketing. *Acta Economica Et Turistica*, 2(2), 139–146.
40. Peručić, D., Lekić, R., Dabo, K. (2019). Uvodnik. U D. Peručić, R. Lekić, K. Dabo (Eds.), *U potrazi za zajedničkim nazivnikom – komunikacija, turizam, nacionalna kultura, brend* Communication Management Forum 2019. Pristupljeno 22. veljače 2021. na
41. https://pdfhost.io/v/fLo4JcPwu_Zbornik_radova_final_radno.pdf
42. Polak, M., Kolić Stanić, M., Togonal, M. (2022). Artificial Intelligence in Communication with Music Fans: An Example from South Korea. *ENTRENOVA - ENTerprise REsearch INNOVation*, 8 (1), 48–63. <https://doi.org/10.54820/entrenova-2022-0006>
43. Skoko, B. (2021, ožujak 8). *Radna skupina za brendiranje Hrvatske*. Službena stranica B. Skoke. https://www.bozorskoko.com/hrvatski/detalji-vijesti_14/radna-skupina-za-brendiranje-hrvatske_314/
44. Skoko, B. (2004). *Hrvatska: identitet, image i promocija*. Školska knjiga.
45. Skoko, B. (2009). *Država kao brend. Upravljanje nacionalnim identitetom*. Matica hrvatska.
46. Skoko, B., Brčić, T., Vidačković, Z. (2013). Uloga igranog filma u promociji Hrvatske – dosezi i mogućnosti. *Medijske studije*, 4(7), 54–74.
47. Skoko, B., Gluvačević, D. (2016). Države kao turistički brendovi: kreiranje, upravljanje i vrednovanje. *Medijske studije*, 7(13), 78–100. <https://doi.org/10.20901/ms.7.13.5>
48. Trbušić, D., Rimac, S. (2020). Cardinal Stepinac as an Element in Shaping the Image of the National Brand of Croatia. *Communication Management Review*, 5(1), 84–103. <https://doi.org/10.22522/cmr20200156>
49. UNESCO. (2021, travanj 21). *World Heritage List*. <https://whc.unesco.org/en/list>
50. Wreden, N. (2010). *Profitabilno brendiranje. Kako povećati profitabilnost, odgovornost i održivost imena proizvoda*. V.B.Z.
51. Zenker, S., Braun, E., Petersen, S. (2017). Branding the destination versus the place: The effects of brand complexity and identification for residents and visitors. *Tourism Management*, 58, 15–27. Pristupljeno 19. travnja 2021. na <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517716301868?via%3Dihub>

MOGUĆNOST DECENTRALIZACIJE I FRAGMENTIRANOG PRODORA U KREATIVNE SEKTORE KONTINENTALNE HRVATSKE – STUDIJA SLUČAJA FESTIVAL DORA PEJAČEVIĆ

Pregledni rad

Josip Zelić

Doktorska škola
Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
studij Kultura i umjetnost
josipzeliczg@gmail.com

Sažetak

Osamdesetih godina prošlog stoljeća u bivšoj državi Jugoslaviji naša hrvatska eminentna muzikologinja i akademkinja Koraljka Kos u svojim je istraživanjima postavila mnoga pitanja umjetničkom korpusu te iste države u vezi briljantnog skladateljskog opusa Dore Pejačević, koji je bio u velikoj mjeri zanemaren i minorno izvođen. Festival Dora Pejačević započinje djelovanje 2023. godine u slavu umjetničke ostavštine skladateljice. Analizira se Festival Dora Pejačević koji je svoj festivalski život pozicionirao na područje grada Zagreba, a potreba za konzumacijom umjetničkog opusa skladateljice Dore Pejačević i festivalskog programa znatno je veća od prostora samog grada Zagreba. U ovom radu istraživat će se mogućnosti fragmentarne ekspanzije tog festivala na kontinentalni dio Hrvatske, osobito Slavonije i Baranje, koji se dotiču lokaliteta života i boravišta velike hrvatske skladateljice. Festival Dora Pejačević bit će u fragmentarnoj usporedbi s eminentnim Rossini Opera Festivalom skladateljskog genija Gioachina Rossinija, kao i istraživanje potrebe prodora u kulturne i kreativne sektore i industrije te pokušaj usmjeravanja budućih razvojnih pravaca na strategiju razvoja, egzistiranja i prinosa na sektore kreativne industrije. Cilj je rada sagledati sektore kreativne industrije koji su u svojoj dominantnosti prvi u nizu kontinentalne Hrvatske. Metode primjene u analiziranju istraživanog fenomena metode su studija slučaja, analize i sinteze, komparativna metoda, metoda dokazivanja i opovrgavanja te metoda intervjuiranja. Rezultati istraživanja donose uvid u ovodobnu valorizaciju kreativnih formi, a analiziraju se na slučaju Festivala Dora Pejačević. Uvid koji prikazuje potrebu kontinentalnog dijela Hrvatske za umjetničke forme koje mogu biti dislocirane od samog grada Zagreba, a istodobno biti

dijelom cjelovitog korpusa Festivala Dora Pejačević sa sinergijom kreativnih sektora kontinentalne Hrvatske. Zaključak se temelji na analizi uloge sektora kreativne industrije provedenoj iz očišta umjetničkih potencijala, i samog festivala i festivalskih sudionika. U analizi studije slučaja Festivala Dora Pejačević raspravlja se o utvrđenoj fragmentiranoj ekspanziji takvog festivala u kontinentalne dijelove Hrvatske te se donose preporuke za nadvladavanje ograničenja.

Ključne riječi: Dora Pejačević, Rossini Opera Festival, Koraljka Kos, decentralizacija festivala, kulturni sektori, kreativni sektori, kreativna industrija

THE POSSIBILITY OF DECENTRALIZATION AND FRAGMENTED PENETRATION INTO THE CREATIVE SECTORS OF CONTINENTAL CROATIA – A CASE STUDY OF THE DORA PEJAČEVIĆ FESTIVAL

Abstract

In the 1980s, during the former Yugoslavia, our distinguished Croatian musicologist and academic Koraljka Kos, in her research on the artistic corpus of the former state, raised many questions regarding the brilliant compositional opus of Dora Pejačević, which was largely neglected and hardly ever performed. In 2023, the Dora Pejačević Festival was established, celebrating the composer's artistic legacy and name. This paper analyzes the Dora Pejačević Festival, located in Zagreb while experiencing the artistic opus of composer Dora Pejačević within the festival program is significantly greater than the capital of Croatia. This paper explores the possibilities of a fragmentary expansion of the festival to eastern Croatia, particularly to Slavonia and Baranja, where Dora Pejačević spent most of her life. The paper aims to methodically explore the Dora Pejačević Festival by comparing it in part with the well-known Rossini Opera Festival of the composer genius Gioacchino Rossini. The need for the penetration of cultural and creative sectors and industries is explored and we try to guide future development directions towards a development strategy, existence, and contribution to the creative industry sectors. The aim of this paper is to analyze the creative industry sectors that prevail in continental Croatia. The methods used in the analysis of the studied phenomenon include the analysis and synthesis method, the comparative method, the proof and disproof method, and the survey method. The research results provide insight into the current exploitation of artistic forms at the Dora Pejačević Festival. The findings show the need of the continental part of Croatia for artistic forms that can be relocated from Zagreb and at the same time be part of the comprehensive corpus of the Dora Pejačević Festival with the synergy of the creative sectors of continental Croatia. The conclusion is based on the analysis of the role of the creative industries sector, conducted from the perspective of the artistic potential of both the festival and the participants of the festival. In the case study of the Dora Pejačević Festival, the identified fragmented expansion of the festival to eastern Croatia is considered, and recommendations are made to overcome the limitations.

Keywords: Dora Pejačević, Rossini Opera Festival, Koraljka Kos, festival decentralization, cultural and creative sectors and industries

1. UVOD

Pojam festivala prvo asocira na zabavu, danas je to sasvim logično, ali kroz povijest svog nastanka podrazumijevali su svečanosti povezane s ritualima u vrijeme svetkovina. Ono što festivali predstavljaju danas za određenu turističku destinaciju od vitalne je važnosti razvoja za nju. Festival briljantne skladateljice Dore Pejačević 2023. godine bilježi svoju festivalsku „praizvedbu“. U radu se opisuje kratkim prikazom Dorin doprinos hrvatskom i svjetskom glazbeno-kulturnom skladateljskom stvaralaštvu, ističući pri tome festival koji je posvećen upravo njoj. Pet dana trajanja festivala posjetitelji i ostali dinonici imaju priliku upoznati selekciju iz programa njezinih skladbi koje izvode brojni izvođači profesionalci, sudionici festivala i umjetnici. Cilj je rada prikazati mogućnost širenja granica festivala. To se posebno odnosi na kontinentalnu Hrvatsku, odnosno njezinu unutrašnjost, posebice Slavoniju i Baranju. Unutrašnjost kontinentalne Hrvatske neotkrivena je i posjetiteljima festivala može ponuditi mnoštvo istraživačkih sadržaja koji su vezani za život i rad skladateljice i tako upotpuniti sinergiju festivala i kreativnih industrija u svom cirkularnom krugu. Slavonija i Baranja nude obilje u svakom smislu, upravo to obilje tradicijskih vrijednosti uvelike je implementirano u glazbene oblike i teme još mlade skladateljice. Umjetnika nabolje opisuje upravo mjesto iz kojega je potekao, u njegovom radu uvijek su prisutni motivi uz koje je odrastao, u koje je promatrao, a isti su mu se urezali u mapu života. Upoznati život skladateljice, i umjetnički i privatni, trebao bi biti cilj strategije razvoja ovog festivala. Ostavila je u nasljeđe svoje dnevnik iz kojih se može saznati mnogo toga o njoj i na osnovu tih saznanja može se proširiti djelovanje u mnogim pravcima, od gastronomije, preko kostimografije i uređenja interijera i eksterijera. Iz života jedne putnice aristokratskog podrijetla i velike poznavateljice umjetnosti i kulture treba izvući maksimalno i ukazati upravo na oblik ponude dislociranosti, a posjetom tih dijelova Hrvatske, koji konzumentu glazbene umjetnosti nude i ulogu istraživača života i rada skladateljice. Festival posvećen ženi u Hrvatskoj za svaku je pohvalu, a takva inicijativa obogaćuje festivalsku ponudu Hrvatske.

2. O FESTIVALIMA I IGRAMA

Richards G. i Palmer R. (2013) navode da je pojam festivala francuskog podrijetla, a označava svečanost, smotru kulture, umjetnosti, filma ili glazbe. Festivali su se srednjem vijeku organizirali kao svečanosti povodom proslave nekog praznika ili svetkovine. Danas su glavni dio kulture urbanih središta.

Povezani sa zabavom i relaksacijom, često se koriste u marketinške svrhe promocije grada, posebice ako umjetnički dio odabrane teme festivala dodiruje povijest života umjetnosti grada.

Prema Campbellu (2007), glazbeni su festivali posebne organizacije što se tiče kulture urbanog središta. Privlače velik broj posjetitelja, inspirirani su jedinstvenim temama ili motivima kao što su nacionalne, tradicionalne i moderne glazbene forme. Jedinstven nacionalni festival, ustrojen u vrijeme bivše države Jugoslavije, jesu Dubrovačke ljetne igre. To je najstariji ljetni kulturno-umjetnički festival na Jadranu koji djeluje od 1950. godine. Okosnicu programa čine izvedbe dramskih djela iz dubrovačke književnosti, te različitih autora, koja su „uklopljiva“ u dubrovački mediteranski ambijent, navodi Grkeš (2021).

2.1. Povijesni prikaz glazbenih festivala

Glazbeni festivali u svojim počecima bili su vezani za crkvena slavlja i zbor-ska pjevanja, a postoje već stoljećima. Nemoguće je ući u trag kada su počeli; titulu „najstarijeg europskog festivala“ ponio je engleski Three Choirs Festival koji datira iz 1724. godine (i još uvijek traje) u gradovima Hereford, Gloucester i Worcester (Three Choirs Festival, 2018).

Titulu najstarijeg festivala popularne glazbe nosi Reading Festival koji je prvi put organiziran 1961. godine kao Nacionalni *jazz* i *blues* festival (Reading festival Official page). Prekretnica je u glazbenoj povijesti festivala održavanje svjetski najpoznatijeg festivala popularne glazbe pod nazivom Woodstock, koji je organizirao Max Yasgur na farmi od 240 hektara. Od tada je Woodstock postao pojam uspjeha u *rock'n'roll* glazbi. Nakon toga se postepeno pojavljuju festivali i drugih žanrova, a do danas ih postoji nebrojeno mnogo koji zabavljaju publiku diljem svijeta (Hatchard, 2014).

2.2. Doprinos hrvatskom i svjetskom glazbeno-kulturnom stvaralaštvu

Iako je Dora Pejačević živjela u vrijeme snažnih socijalnih, političkih i umjetničkih previranja koji su odražavali raspad ustaljenih vrijednosti društva i umjetnosti, može se sa sigurnošću reći da je uvelike pridonijela hrvatskom glazbeno-kulturnom stvaralaštvu. Imala je privatne sate gdje je usavršavala svoj talent iz dana u dan, u Dresdenu kod Percyha Sherwooda učila je glazbu, ali i kod pripadnika minhenskog glazbenog kruga. Svirala je klavir i violinu, a sva stečena znanja nadograđivala je svojom upornošću, marljivošću i samostalnim radom. Posebno treba istaknuti kako je ova mlada skladateljica

svoju prvu skladbu napisala još u 12. godini svoga života, navodi Mihanović-Salopek (2009).

Kasni romantizam olakšao je Dori stvaranje skladbi jer je u to vrijeme svoj rad temeljila prema uzoru na Chopina, Schumanna i Griega. Dora kao da je nagovijestila dolazak Arnolda Schonberga (dolazi na scenu nakon njezine smrti), tako što su njezini radovi odražavali glazbene stilske odrednice impresionizma, ekspresionizma i samosvojnih atonalnih pasusa. Mihanović-Salopek (2009) također navodi kako njezin opus započinje mladenačkim klavirskim i violinskim minijaturama te prvim solo pjesmama.

3. MENADŽMENT, PROGRAMSKA ORGANIZACIJA FESTIVALA DORA PEJAČEVIĆ

„Menadžment (*management*, engl.) je pojam koji se uvelike koristi u poslovnoj praksi, a označava znanost, praksu i profesiju“ (Buble, 2006:19:22) kojom se bave profesionalni upravitelji(ce) svih vrsta organizacija. Prema Buble (2009.), na menadžment se gleda kao na složenu znanost pa se može sa sigurnošću reći da se sastoji od raznih struktura funkcija (Zelić, 2022).

Menadžment u kulturi rukovodi i glazbenom umjetnošću. Sastoji se od dviju glavnih sastavnica – stvaratelj kao prva sastavnica, a druga sastavnica su znanja kojima bi menadžer trebao raspolagati. Menadžment u kulturi primjena je znanja i tehnika menadžmenta u stvaranju (proizvodnji), promidžbi i potrošnji kulturnih proizvoda. Menadžment u kulturi pojavljuje se istupanjem kulture na tržište te njegova uloga jača usporedno sa stvaranjem tržišta kulturnih proizvoda, odnosno sve snažnijom implementacijom kulture u tržište brojnih proizvoda i usluga. Prema Antoloviću (2009.), pod implementacijom kulture na tržište proizvoda i usluga podrazumijeva se to što se npr. teško može zamisliti putovanje bez kulturnog sadržaja. Antolović govori kako je menadžment u kulturi ujedno i znanost i umijeće; znanost je po tome što ima svoje teorije, metode, načela, tehnike, a umijeće je kao što je to i svaka druga ljudska aktivnost (Zelić, 2022).

Organiziranje i vođenje, kao i sve druge funkcije menadžmenta, nisu jednaki u svim ustanovama kulture. Svaka ustanova ima svoja pravila i zakone, a posebno ona festivalska organizacija koja je trenutnog karaktera organizacijske strukture. Glazbeni festivali uključuju zaposlenost, opseg volonterizma, rad za glazbenike te veze i mreže koje festivali stvaraju unutar ruralnih i regionalnih zajednica. Osobito su relevantni organizacija, upravljačka struktura i ciljevi (Getz et al. 2010) te veze između festivala, lokalnih vlasti i strategija gospodar-

skog razvoja, kao i s neprofitnim organizacijama, dobrotvornim društvima i klubovima (Zelić, 2022).

3.1. *Pregled Festivala Dora Pejačević*

Kratak opis

Cilj je ovogodišnjeg festivala obilježiti 100. obljetnicu od smrti skladateljice Dore Pejačević (Budimpešta, 1885. – München, 1923.) te joj odati počast održavajući koncerte, izložbe, filmske projekcije, razgovore, predstave i radionice. Tijekom pet dana i čak deset različitih događanja (Festival Dora Pejačević, 2023).

Vrijeme održavanja

Festival se održava od srijede 1. ožujka do nedjelje 5. ožujka 2023. godine (Ibidem).

Sudionici (izvođači)

Zagrebačka filharmonija, maestro Marijo Ramljak, operna prvakinja Dubravka Šeparović Mušović, članovi Akademskog zbora Ivan Goran Kovačić, viša kustosica Marina Perica Krapljanov, njemačka pijanistica Kyra Steckeweh, studenti Muzičke akademije u Zagrebu, studenti muzikologije, akademkinja Koraljka Kos, ravnateljica Zavičajnog muzeja Našice Silvija Lučevnjak i drugi (Ibidem)

Partneri i pokrovitelji

Festival se održava pod pokroviteljstvom gradonačelnika grada Zagreba Tomislava Tomaševića, Grad Zagreb, Ministarstvo kulture i medija RH, Zagrebačka filharmonija, Muzej Grada Zagreba, Muzička akademija Zagreb, Academia Scientiarum et artium Croatia MDCCCLXI, Hrvatsko narodno kazalište u Zagrebu, Zavičajni muzej Našice, Hrvatski crveni križ, Hrvatski glazbeni zavod, Muzički informativni centar, Koncertna dvorana Lisinski (Festival Dora Pejačević, 2023).

Medijski pokrovitelji

Discovery, *Večernji list*, HRT (Ibidem)

Obilježavanjem 100. obljetnice odlaska Dore Pejačević s glazbene scene može se sagledati njezino životno djelo. To omogućuje vrednovanje njezinog opusa u kontekstu hrvatskoga glazbenog stvaralaštva u doba naše glazbene moderne. Dora je tijekom otprilike dvadeset godina skladala čak 58 djela, kada je i samostalno otkrivala nove mogućnosti. U punom naponu života, sve do pred kraj, dogovarala je i izvedbe svojih skladbi. Sluti se da su njezina posljednja djela, Drugi gudački kvartet i Drei Gesänge na stihove Friedricha Nietzschea, vrlo vjerojatno bila neka vrsta oproštaja. Ovaj festival samo je dokaz da Dora treba i mora ostati na koncertnom podiju, navodi Kos (2023).

“To je sjajan i izuzetan osjećaj. Dorom Pejačević bavila sam se desetljećima. Naravno, u međuvremenu sam uvijek radila i nešto drugo, ali njoj sam se uvijek nanovo vraćala. Ta njezina „renesansa“ počela je 1985. godine, kada smo u Našicama slavili skladateljčinu stotu obljetnicu rođenja. Tada se okupila čitava obitelj, raštrkana diljem ne samo Europe, nego cijeloga svijeta – neki među njima su se tada prvi put vidjeli. Već je tada ta glazba bila senzacija i otkriće.”

Kos (2023) je tijekom intervjua s Trpimirom Matasovićem za glazba.hr navela: *“Naprosto sam otkrivala te sjajne note i tu sjajnu glazbu, onda se pokazalo da je to vrijedno i dostojno svekolike pozornosti.”*

Akademkinja Koraljka Kos ovom je rečenicom potvrdila Dorinu veličinu. Zato je svaki dan njezinog festivala poseban i prenosi važnu poruku.

3.2. Kratki izdvojeni prikaz festivalskog programa

Svečanim koncertom Dora Pejačević u društvu velikana, Zagrebačke filharmonije, započeo je Festival Dora Pejačević, uz dvije sjajne glazbenice, maestru Mariju Ramljak i opernu nacionalnu prvakinju HNK-a u Zagrebu Dubravku Šeparović Mušović. U Preporodnoj dvorani Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti goste je dočekala njemačka pijanistica Kyra Steckeweh, koja je svojim glazbeničkim radom i dokumentarističkom djelatnošću uvelike pridonijela promociji djela Dore Pejačević posljednjih godina u inozemstvu, promotorica je ženskog skladateljskog pisma od 18. do 20. stoljeća, ali i koautorica nagrađivanih dokumentaraca, uključujući recentni *Dora – bijeg u glazbu*. Jedan od programskih fokusa festivala bio je dugometražni dokumentarni film *Dora* –

bijeg u glazbu Kyre Steckeweh¹⁵⁶ i njemačkog režisera Tima van Beverena¹⁵⁷. U Knjižnicu Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti akademkinja Koraljka Kos u goste je pozvala Silviju Lučevnjak, ravnateljicu Zavičajnog muzeja Našice (nekad dvorca Pejačevićevih), i Nikolu ml. baruna Adamovića Čepinskog, sina nećaka Dore Pejačević, u razgovoru *Dora Pejačević jučer i danas*.

Kos (2023) je tijekom intervjua s Trpimirom Matasovićem za *glazba.hr* navela:

"Lied¹⁵⁸ je vrsta koja – kao jedna od rijetkih – ima povijesni kontinuitet u hrvatskoj glazbi od početka 19. stoljeća pa gotovo do dana današnjeg."

3.3. Medijsko izuješće o festivalu

Uz obilatnu medijsku prezentnost festivala¹⁵⁹ donosi se i kratki rezime o Festivalu Dora Pejačević, a iznosi ga dr. sc. Zdenke Weber.

"Prvi put u povijesti zagrebačkoga glazbenog života održan je festival posvećen samo jednoj skladateljskoj ličnosti. Na inicijativu šefa dirigenta Zagrebačke filharmonije Dawida Runtza, uz potporu v.d. ravnatelja, zagrebačke glazbene institucije Mirka Bocha i uz veliki uloženi trud producentice Zvezdane Bardun Knežević, ostvarena je petodnevna manifestacija pod naslovom Festival Dora Pejačević. Povod, 100. obljetnica skladateljčine smrti, otkrio je opravdanost inicijative da upravo u Zagrebu bude ostvarena višednevna manifestacija koja će, ne samo podsjetiti na mnogo toga već učinjenoga u pogledu stvaralaštva skladateljice čija se djela sve češće nalaze na repertoarima inozemnih glazbenika, nego i da se hrvatsku javnost opsežnije i glasnije upozori na lik i glazbu žene koja ravnopravno pripada generaciji skladatelja s prijelaza 19. u 20. stoljeće", navodi Zdenka Weber, hrvatska muzikologinja i poznata glazbena kritičarka u svom tekstu objavljenom u *Vijencu* 2023.

156 Njemačka solistica koja se bavi ne samo standardnim klavirskim repertoarom, nego i slabo poznatom glazbom skladateljica, koristeći se autogramima kada god je to potrebno. Učiniti rad skladateljica dijelom kulturne baštine glavna strast je njezinih koncertnih izvedbi. Preuzeto s <https://www.highresaudio.com/en/artist/view/1ae46c01-4af7-4223-a154-8cb457060c20/kyra-steckeweh>, datum pristupa 13. srpanj 2023.

157 Novinar, autor, TV i radijski producent porijeklom iz Njemačke. Radio je kao filmski redatelj u Njemačkoj i inozemstvu od 1982. i odigrao je ključnu ulogu u stvaranju nekoliko nagrađivanih filmskih i televizijskih produkcija. Preuzeto s https://timvanbeveren.de/de_DE/ueber-uns/, datum pristupa 13. srpanj 2023.

158 Lied [njem. izgovor li:t], naziv svojstven njemačkoj pjesničkoj i glazbenoj tradiciji, a odnosi se na kratku, jednostavnu lirsku pjesmu koja se pjeva. Stvarali su ga nepoznati autori iz naroda, ali i poznati umjetnici. Mrežni pristup <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=36438>, datum pristupa 13. srpanj 2023.

159 Mrežni pristup: <https://festivaldorapejacevic.com/press/>

4. ANALIZA SEKTORA KREATIVNE INDUSTRIJE – STUDIJ SLUČAJA FESTIVAL DORA PEJAČEVIĆ

“Glazba Dore Pejačević nakon njezine prerane smrti bila je gotovo zaboravljena. U međuratnom razdoblju postojale su ideološke zapreke zbog njezine internacionalne orijentacije. Nakon Drugoga svjetskoga rata nije bilo poželjno što je bila grofica, a trajna je zapreka bila i činjenica da je bila žena. Tek nakon što je njezina ostavština postala dostupna, postupno se pojavljuje na koncertima“ (Kos, 2023, Vijenac 757).

Radom se analiziraju izabrani sektori kreativne industrije oslonjeni na učinke velikih događanja. Posebno se posvećuje pozornost kontinentalnoj Hrvatskoj, a studija slučaja je Festival Dora Pejačević čija je vidljivost i slušnost ograničena na područje grada Zagreba i okolice. Cilj je istraživanja utvrđivanje pretpostavki za ekspanziju festivala prema kontinentalnoj Hrvatskoj, posebice prema Slavoniji i Baranji. Ostvaren je usporednom analizom srodnog festivala zamjetnih učinaka na europskoj i svjetskoj razini. Riječ je o usporedbi Festivala Dora Pejačević s festivalom Rossini Opera Festival čija je organizacija uspostavljena na tradiciji života i rada skladateljskog genija Gioacchina Rossinija. Rezultati istraživanja donose preporuke za uspostavljanje strategije razvoja glazbenih festivala kao oblika događanja u kojima sudjeluje veći broj sektora kreativne industrije.

4.1. Prostorno-ambijentalna struktura festivalskog programa

Opis prostorno-ambijentalne strukture izvođenja programa analiziranog festivala nastoji odgovoriti na pitanje je li navedenim segmentom festivala ponudio dovoljno. Festival je organiziran na sedam lokacija: Muzej grada Zagreba, Opatička 20, Preporodna dvorana Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti, Opatička 18, Koncertna dvorana Vatroslava Lisinskog, Trg Stjepana Radića 4, Muzička akademija – Dvorana Stančić, Trg Republike Hrvatske 12, Muzej suvremene umjetnosti – Kino Metropolis, Avenija Dubrovnik 17, Knjižnica Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti, Strossmayerov trg 14, Hrvatsko narodno kazalište – Foyer, Trg Republike Hrvatske 15 (Festival Dora Pejačević, 2023).

Sam program festivala dosta je raznolik, posebice što se tiče lokacija, ali bi njegovo širenje na druge gradove koji njeguju ostavštinu Dore Pejačević doprinijelo razvoju samog festivala i njegovoj prepoznatljivosti. Kroz te lokacije cilj bi bio maknuti se od klasične prezentacije festivala i ponuditi istraživačku komponentu zainteresiranim dionicima festivala.

Kako navodi Hraste-Sočo (2020), programska raznolikost najzanimljivija je mladoj publici. Inovativnost i suvremenost festivalskih koncepcija od velike su važnosti za razvoj svakog festivala kojemu je cilj biti na globalnoj razini, prezentirajući pri tome grad i državu odakle potječe. S druge strane, Elfert navodi da su festivali posrednici i promotori novih kazališnih oblika, središte susretanja umjetnika i podupiratelja umjetnosti čime su zapravo platforma za razmjenu umjetničkih kontakata (Elfert, 2009).

Posebno možemo istaknuti dodatni dio interesa mlade publike koja traga za nečim inovativnim u ponudi festivala koji je programski sačinjen od glazbe, posebice istraživački dio ponude festivala koji vodi publiku u neistražene dijelove dislociranosti festivala, a ujedno otkriva nove spoznaje publici o životu i djelu skladateljice Dore Pejačević.

„Budući da se festivali, kao što to ističu D. Picard i M. Robinson, temelje na određenim vrstama izvedaba i rituala (Grkeš, 2021 prema Picard i Robinson 2006), koncepcija ambijentalnosti u teoriji je bila rezultat složenoga međudnosa između otvorenoga prostora, umjetničke izvedbe i gledališta. Ambijentalnim izvođenjem dolazi do „brisanja“ klasične opreke između gledališta i pozornice te posljedičnoga stapanja „stvarnosti“ gledališta i pozornice u jedinstveno prostor – vrijeme“ (Grkeš, 2021 prema Perković 1995).

Priliku za sudjelovanje na festivalu dobio bi i muzej u Našicama, što je svakako poveznica s festivalom i njegovim ciljem, a koji je u sinergiji dvorac i zbirka obitelji Pejačević.

Glazbeni festivali privlače turiste, donose gospodarske aktivnosti i poslovne prilike. Interakcija između turista igra ključnu ulogu u doživljaju festivala. Može povećati reakcije turista i istraživača te promovirati marketing turističkih destinacija. Strategije mogu povećati ocjenu festivalskog iskustva kupaca i ojačati održivi razvoj turističkih destinacija (Sun et al., 2019).

Od posebne je važnosti za prodor festivala strukturalno i programsko povezivanje ustanove Muzeja u Našicama, kao one organizacije koja promovira i publicira ime, rad i ostavštinu skladateljice Dore Pejačević, a svojom lokacijom ujedno je izvrsna platforma ponude istraživačkog dijela samog Festivala Dora Pejačević.

Neke od utvrđenih odrednica za rast festivala također se odnose na vizualne umjetnosti. Umjetnički muzeji imali su koristi od porasta potražnje za kulturom, a u većoj mjeri nego izvedbene umjetnosti (Journal of Cultural Economics, 1994).

4.2. *Rossini Opera Festival*

Rossinijev operni festival autonomno je tijelo koje promiče međunarodne operne festivalske izvedbe, pod istim imenom, u potpunosti posvećene Gioachinu Rossiniju. Cilj mu je oživljavanje, scensko izvođenje i proučavanje glazbene baštine povezane sa skladateljem koji je, ostavivši sve svoje bogatstvo gradskom vijeću Pesara, iznjedrio glazbeni konzervatorij i zakladu koja nosi njegovo ime danas. Operni festival Rossini pokrenulo je 1980. godine gradsko vijeće Pesara (Rossini Opera Festival, 2023).

Frey (1994) navodi kako postoje četiri glavna čimbenika odgovorna za brzi porast broja i važnosti festivala: 1. porast realnih raspoloživih dohodaka od kojih se sve veći dio troši na umjetnost, 2. povećana količina vremena i novca posvećena odmoru, posebno tijekom ljetnih mjeseci, 3. redovite koncertne i operne ustanove suočavaju se sa sve većim ograničenjima od strane vladinih propisa i sindikata te su općenito okoštale tijekom vremena, 4. organizatori festivala mogu profitirati od niskih graničnih troškova korištenja rada i kapitala inače angažiranih u redovnim glazbenim institucijama jer ne moraju plaćati fiksne troškove zapošljavanja. Dvije skupine agenata neizravno povećavaju potražnju za festivalima jer izvlače financijske koristi od njihovog postojanja. Prvi je glazbena industrija i korporativni sponzori. Na festivalima tvrtke mogu istaknutije reklamirati svoje proizvode i brendove nego što mogu u slučaju redovnih koncerata i opernih predstava. Političari su druga skupina koja ima izravnu korist od festivala pa im je stoga u interesu njegovo postojanje i rast te se mogu identificirati kao pokrovitelji umjetnosti (novcem poreznih obveznika).

Sam pojam „kreativni kapital“ nastao je iz koncepta kreativnih industrija početkom ovog stoljeća i analize kreativnih industrija iz ugla ekonomije. Najjednostavnije rečeno, podrazumijeva kreativnost kao gorivo za ekonomsku proizvodnju (Djerić, 2013).

Kreativni kapital odnosi se na mnogostruku i dinamičnu ulogu autora, kreatora i umjetnika, novi pristup poslovima te pojavu novih roba i usluga.

Rossini Opera Festival postao je prepoznatljiv po vrlo posebnoj atmosferi koja, osim što djeluje kao poticaj za rad na pozornici i iza scene, a završava uključivanjem samih opernih djelatnika u smislu solidarnosti povezujući izvođače, muzikologe, stručnjake, tehničare i organizatore, od kojih se svatko osjeća važnom karikom u rijetkoj i jedinstvenoj kulturnoj avanturi (Rossini Opera Festival, 2023).

„Kreativna industrija podrazumijeva proizvodnju zaštićenu autorskim pravima, a obuhvaćenu projektima koji stvaraju (ne)materijalne proizvode i usluge namijenjene razmjeni na tržištu“ (Horvat, Mijoč i Zrnić, 2018).

Ekonomski multiplikator efekta mrežkanja, još se naziva *Ripple-effect*, po- tiče ekonomski rast, kreira radna mjesta, dolazi do izvoza u sektoru gdje ga nije bilo te podrazumijeva urbanu regeneraciju (Goldstein, 2016).

Festivali takvog oblika umjetničkog i programskog sadržaja često u Europi i svijetu poprimaju oblik naziva *boutique festivali*, posebni, s vrlo usklađenom estetikom, stilom te vrlo definirani programsko produkcijskim sadržajem.

Prvo spominjanje butik glazbenih festivala pojavljuje se u Velikoj Britaniji, pronalazimo ga u članku u Guardianu iz lipnja 2003. godine, koji ih opisuje kao kompaktne, moderne i intimne (Robinson 2003).

Frey (1994) navodi kako je ukus posjetitelja koji posjećuju ove ustanove znatno zaostao za suvremenom glazbenom produkcijom. Međutim, rijetko se iskorištava prilika da se pronade novi put (većina festivala izvodi istu vrstu klasične glazbe). Kako navodi, potrebitost je u novim formama ponude samih festivala.

Rossini Opera Festival svakako ne može biti ultimativna i vjerodostojna usporedba s Festivalom Dora Pejačević u grubom kontekstu tumačenja oba festivala, ali svakako je za usporedbu. Oni dijelovi organizacijske strukture Opernog festivala Rossini koji mogu pokazati smjer u organizaciji i razvoju mladog Festivala Dora Pejačević svakako bi trebalo slijediti. Kada govorimo o festivalima koji su posvećeni imenu skladatelja, a kompletno tijelo festivala i sam naslov nosi ime skladatelja u prepoznatljivosti i prenošenju imena istoga, tada su te usporedbe izvrsne, ukazujući na smjer u oblikovanju budućnosti vizije, strategije, organizacije i promocije Festivala Dora Pejačević.

5. REZULTATI PRIMARNOG ISTRAŽIVANJA (INTERVJUIRANJA) SAČINJENA OD TRI DUBINSKA INTERVJUA

Dubinski polustrukturirani intervju predstavlja kvalitativna istraživanja kao specifično područje koje „objedinjuje kompleksnu i međusobno poveza- nu skupinu srodnih termina, koncepata i pretpostavki“, navode Halmi i Crno- ja (2003). To znači da takva istraživanja proučavaju subjekte u njihovu povi- jesnom i socijalnom kontekstu nastojeći razumjeti i interpretirati smisao ili značenje njihovih radnji, doživljaja i svakodnevnog iskustva. U prilogu su tri dubinska intervju provedena u cilju istraživanja o Festivalu Dora Pejačević, kao i transkripti odgovora. U nastavku rada donosi se kratka analiza.

Profesionalac – ekspert: iz Osijeka, uz diplome Sveučilišta u Zagrebu, svoj životni put posvećuje istraživanju te prezentaciji i popularizaciji baštine našič- kog kraja, tako i u aktivnostima pod okriljem drugih udruga, posebice doma- ćeg ogranka Matice hrvatske.

Profesionalac – umjetnik: s posebnim mjestom u operi Hrvatskog narodnog kazališta u Zagrebu, porijeklom iz Dubrovnika.

Profesionalac – znanstvenik: dio je hrvatske muzikologije, glazbene publikacije, skupine predavača i pedagoga.

Ispitanici smatraju kako je kreativna industrija, odnosno njezinih 12 sektora, neophodna jer je zanimljivija za široku publiku. Takve oblike festivala treba osuvremeniti i brendirati na pravi način. Festivali kao promotri sektorske djelatnosti nisu novost i u tom je pogledu moguće istražiti oblike razvoja kao organizirane manifestacije koje promiču određenu djelatnost. Prema ispitanicima Festival Dora Pejačević ima potencijal, posebice zbog prepoznatljivog imena hrvatske skladateljice, kojoj su umjetnički dosezi od internacionalne umjetničke važnosti. Naglašavaju snagu organizacije festivala, važnost i promociju hrvatskih autora, posebice ženskih skladateljica. Govore o povezivanju međugradske suradnje koja se odnosi na lokalitete boravka i umjetničkog stvaranja Dore Pejačević. Profesionalci-eksperti-umjetnici, zasigurno su dali bitan istraživački doprinos samom radu, prvenstveno zbog svoje involviranosti u kreativne industrije i njezine sektore te u cjelokupan opus i stvaralaštvo skladateljice Dore Pejačević.

6. RASPRAVA I ZAKLJUČAK

Sagledavši povijesno značenje i začetak festivala, može se zaključiti da je njegov razvoj tijekom prošlosti uvelike utjecao na popularnost određene turističke destinacije i da je festival u velikoj mjeri promijenio svoju funkciju. Danas su festivali važan dio gradova koji mogu ponuditi kulturno-povijesni sadržaj posjetiteljima. Jedan je takav primjer Festival Dora Pejačević koji puni zamah dobiva 2023. godine kada, u slavu njoj i njezinoj umjetnosti, dobiva priznanje Grada Zagreba i Zagrebačke filharmonije u obliku festivala njezinog imena i prezimena. Festival je obuhvatio programom pet dana festivalske glazbe i ostalih kreativno-umjetničkih formi. Festival je potaknuo na razmišljanje koje se u ovom radu prikazuje, postoji li mogućnost fragmentarne ekspanzije tog festivala na kontinentalni dio Hrvatske, posebice Slavonije i Baranje, koji se dotiču lokaliteta života i boravišta velike hrvatske skladateljice. Misao i propitivanje je li fragmentarno prodiranje festivala moguće, Festival Dora Pejačević može prodirati i ponuditi u strategiji svog razvoja dionicima istraživanje lokaliteta života i boravišta velike hrvatske skladateljice. Od velikog je značaja za grad Zagreb, pa tako i Republiku Hrvatsku, možemo reći i europsku skladateljsku kulturu, to da je Festival Dora Pejačević izvrsna zamisao ostvarena u projekt Zagrebačke filharmonije i svih dionika. Istraživanjem koje

je provedeno u ovome radu, Festival Dora Pejačević analiziran je kvalitativnim istraživanjem stajališta profesionalaca. Dubinskim intervjuom obuhvaćena su stajališta eksperta, znanstvenika i umjetnika, a sadržajna i komparativna analiza njihovih odgovora pokazala je kako dati objedinjeni uvid u njihova razmišljanja. Svakako se Festival Dora Pejačević treba učvrstiti u svojoj organizaciji i opstanku u jednom obliku koji možemo nazvati butik festival. Trebalo bi razmisliti i ponuditi rješenja koja mogu imati prednost zbog svoje dislociranosti, a publici ponuditi ulogu istraživača koji otkriva više sadržaja o kojima nije znao ranije. Publici i svim zainteresiranima treba ponuditi taj dio kontinentalne Hrvatske koji bi upotpunio kompletnu sliku stvaralačke umjetnosti Dore Pejačević. Posebice u trenutku svjetskih trendova koji predlažu i nude publici uz konzumiranje umjetničko-kreativnih sadržaja festivala, posjetu i istraživanje lokaliteta naslovnog umjetnika festivala. Oporni festival Rossini nudi bezbrojne mogućnosti istraživanja publici koja ne konzumira samo glazbu genija Rossinija. Kao što se u radu navodi, 12 sektora kreativne industrije također su dio ponude festivala. Posebno kad umrežavanjem, preklapanjem i sinergijom svih dobivamo bonitet istih. Festival Dora Pejačević ima predispozicije za širenje prema unutrašnjosti kontinentalne Hrvatske ili ovaj festival ima priliku biti poput butik festivala koji su omeđeni prostorom jednog grada, a festivalskom ponudom istančano posebni.

6.1. Preporuke za buduća srodna istraživanja

Preporuka za usmjeravanje daljeg istraživanja, planiranje novih istraživanja u kojima bi subjekti bili publika, dionici koji posreduju u odnosima organizatora, pokrovitelja i sponzora te mogućnost istraživanja i centriranja istih na lokalitete i javne organizacije društva dislociranih lokaliteta života i rada umjetnice Dore Pejačević u mogućnost razvoja istog.

LITERATURA

1. Antolović, J. (2009). *Menadžment u kulturi*. Zagreb: Hadrian
2. Bruno S. Frey (1994). *The Economics of Music Festivals*, Journal of Cultural Economics 18: 29-39, Kluwer Academic Publishers. Institute of Empirical Economic Research, University of Zurich, Switzerland
3. Elfert, Jennifer. 2009. *Theaterfestivals*. Geschichte und Kritik eines kulturellen Organisationsmodells. Bielefeld: Transcript Verlag.
4. Getz, D., Andersson, T. i Carlsen, J. (2010). *Festival management studies: developing a framework for comparative and cross-cultural research*. International Journal of Event and Festival Management, 1, 29-59.

5. Horvat, J., Mijoč, J. i Zrnić, A. (2018). *Ars Andizetum: riznica projekata kreativne industrije Instituta Andizet*. Osijek, Andizet – Institut za znanstvena i umjetnička istraživanja u kreativnoj industriji.
6. Mihanović-Salopek Hrvojka (2009). *Dora Pejačević - dama sececijskog rafinmana*. Istaknute hrvatske i bugarske intelektualke u znanosti i umjetnosti: zbornik radova s međunarodnoga znanstvenog hrvatsko-bugarskog skupa održanog u Zagrebu 28. i 29. rujna 2009.
7. Richards, G. i Palmer, R.(2013). *Uzbudljivi gradovi*. Beograd: Clio
8. Robinson R. (2015). *Ashgate popular and folk music series, Music festivals – Social aspects, Music festivals and the politics of participation, Includes bibliographical references and index*.
9. Sun, H., Wu, S.F., Li, Y.N., Dai, G.Q. (2019). *Tourist-to-Tourist Interaction at Festivals: A Grounded Theory Approach*. Sustainability, 11, 4030.

Mrežne poveznice

1. Campbell, H., (2007). Britannica Encyclopedia. <https://www.britannica.com/art/musicfestival>, pristupljeno 6. lipnja 2023.
2. Djerić A. (2013). Izveštaj s prezentacije kreativna ekonomija. [http://www.komoraks.co.rs/Vesti/203/Izvestaj%20sa%20prezentacije%20Kreativna%20ekonomija%20\(2\).doc](http://www.komoraks.co.rs/Vesti/203/Izvestaj%20sa%20prezentacije%20Kreativna%20ekonomija%20(2).doc), pristupljeno 6. lipnja 2023.
3. Festival Dore Pejačević (2023), 2023. <https://festivaldorapejacevic.com/>, pristupljeno 17. lipnja 2023.
4. Goldstein S. (2016). *Poduzetništvo u kreativnim industrijama*. Zagreb: Hrvatska Sveučilišna naknada, Zagreb, pristupljeno 6. lipnja 2023.
5. Grkeš I. (2021). Od lokalnoga do najvažnijega jugoslavenskoga festivala. Osvrt na festivalizaciju dubrovačkih ljetnih igara u formativnome razdoblju (1949. – 1959.). Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Odsjek za etnologiju i kulturnu antropologiju, pristupljeno 6. lipnja 2023.
6. Halmi, A. i Crnoja, J. (2003). Kvalitativna istraživanja u društvenim znanostima i humanoj ekologiji. *Socijalna ekologija*, 12 (3-4), 195-210. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/47897>
7. Hatchard, M., (2014). The History of Music Festivals <https://www.paamapp.com/blog/2013/01/08/the-history-of-music-festivals/>, pristupljeno 20. lipnja 2023.
8. Hraste Sočo, I. (2020). Music and theater festivals in the identity processes. *Zbornik radova Akademije umetnosti*, 8, 219-233. <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/2334-8666/2020/2334-86662008219H.pdf>

9. Kos Koraljka (2023). *Renesansa Dore Pejačević*, Uz stogodišnjicu smrti: glazba Dore Pejačević – dio europske glazbene baštine, Vijenac 757, Matica hrvatska. <https://www.matica.hr/vijenac/757/renesansa-dore-pejacevic-34356/> pristupljeno 8. srpnja 2023.
10. Matasović T. (2023). Koraljka Kos: „*Svoju prvu knjigu o Dori Pejačević posvetila sam ženama koje se nisu odrekle svojega rada i stvaralaštva*”, <https://glazba.hr/citaj/intervju/akademkinja-koraljka-kos-dora-pejacevic/>, pristupljeno 12. srpnja 2023.
11. <https://www.readingfestival.com/tickets/>, pristupljeno 28. lipnja 2023.
12. Rossini Opera Festival (2023). <https://www.rossinioperafestival.it/>, pristupljeno 17. lipnja 2023.
13. Three Choirs Festival (2018). <https://3choirs.org/>
14. Weber Zdenka (2023). *S punim povjerenjem u glazbu Dore Pejačević*, Vijenac 757, Matica hrvatska. <https://www.matica.hr/vijenac/757/s-punim-povjerenjem-u-glazbu-dore-pejacevic-34355/>, pristupljeno 8. srpnja 2023.
15. Zelić, J. (2022). *Fotografija u službi promocije opernog vokalnog umjetnika na primjeru Marije Callas i fotografa Erija Piccaglianija* (Diplomski rad). Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku. <https://repozitorij.aukos.unios.hr/islandora/object/aukos:979>, pristupljeno 9. srpnja 2023.
16. Zelić, J. (2022). *Nesukladnost menadžmenta HNK u Zagrebu s naglaskom na neovisnost i uspostavu hrvatske državne opere u Zagrebu* (Diplomski rad). Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku. <https://repozitorij.aukos.unios.hr/islandora/object/aukos:980>, pristupljeno 9. srpnja 2023.

V. ODGOJ I OBRAZOVANJE

V. EDUCATION

VAŽNOST STUDIRANJA NA ENGLISKOM JEZIKU U KONTINENTALNOJ HRVATSKOJ I ISPITIVANJE STAVOVA STUDENATA VISOKOG UČILIŠTA ALGEBRA

Pregledni rad

Tihana Banko

Visoko učilište Algebra
Gradišćanska ul. 24
10000 Zagreb
tihana.banko@racunarstvo.hr

Ana Lokas Čošković

Visoko učilište Algebra
Gradišćanska ul. 24
10000 Zagreb
ana.lokascoskovic@racunarstvo.hr

Martina Stadnik

Visoko učilište Algebra
Gradišćanska ul. 24
10000 Zagreb
martina.stadnik@racunarstvo.hr

Sažetak

Kontinentalna Hrvatska je povijesno gledano oduvijek bila središte visokog obrazovanja u Republici Hrvatskoj, a ovo se istraživanje smješta u kontekst globalizacije visokoobrazovnog sustava u 21. stoljeću koja je dovela do procesa internacionalizacije europskih, pa tako i hrvatskih visokih učilišta. Rad daje povijesni pregled te istražuje aktualnosti i perspektive jednog od aspekata internacionalizacije visokog obrazovanja koji se u vremenu izrazite globalizacije nameće kao globalni i akademski imperativ, a to je studiranje na engleskom jeziku. Uvođenjem internacionalizacije, engleski jezik zauzeo je važno mjesto kao globalni jezik obrazovanja. Smatra se da je engleski jezik *lingua franca* akademske zajednice, istraživanja, tehnologije i interneta. Pretpostavka istraživanja jest da je engleski jezik posebice ključan za studij jer studentima omogućava pristup informacijama, razumijevanje stručne terminologije, kao i akademski i profesionalni napredak u struci.

U ovom radu istražuje se ovaj trend studiranja na engleskom jeziku iz dva aspekta. Najprije se kvalitativnom desk-metodom istražuju javne i privatne visokoobrazovne institucije iz kontinentalne Hrvatske koje izvode programe studija na engleskom jeziku kako bi se dobio uvid u trenutačno stanje. Potom je na primjeru Visokog učilišta Algebra iz Zagreba provedeno kvantitativno istraživanje o stavovima samih studenata o važnosti studiranja na engleskom jeziku. Cilj istraživanja bio je utvrditi utjecaj različitih aspekata internacionalizacije obrazovanja na izbor studija na engleskom jeziku, kao i percepciju engleskog jezika kao *lingue france* obrazovanja. Istraživanje je provedeno u obliku anonimnog desetominutnog upitnika, provedenog na dobrovoljnoj osnovi, a obuhvatilo je studente preddiplomskih i diplomskih programa računarstva, digitalnog marketinga i dizajna koji pohađaju studij na engleskom jeziku. Rezultati istraživanja upućuju na osviještenost studenata o važnosti studiranja na engleskom jeziku, ali i na to da je i dalje potrebno raditi na internacionalizaciji visokog obrazovanja u kontinentalnoj Hrvatskoj jer studij na engleskom jeziku otvara bolje poslovne mogućnosti u Hrvatskoj i izvan nje te omogućava jednostavnije stjecanje inozemnih kvalifikacija.

Ključne riječi: internacionalizacija obrazovanja, engleski jezik, visoko obrazovanje, *lingua franca*, kontinentalna Hrvatska

THE IMPORTANCE OF STUDYING IN ENGLISH IN CONTINENTAL CROATIA AND EXAMINING THE ATTITUDES OF ALGEBRA UNIVERSITY COLLEGE STUDENTS

Abstract

Historically speaking, continental Croatia has always been the centre of higher education in Croatia, and this paper is placed in the context of the globalization of higher education systems in the 21st century, resulting in the internationalization of European and Croatian higher education. This paper gives a historical overview and investigates the present situation and perspectives of one of the aspects of the internationalization of higher education—a global and academic imperative in the time of marked globalization—namely, studying in English. With the introduction of internationalization, English has gained importance as the global language of education. It is considered the *lingua franca* of academia, research, technology and the internet. The assumption was that English is crucial for studies as it enables students to access information, understand professional terminology, and advance in their academic and professional careers. This contemporary trend of studying in English was investigated from two aspects. Firstly, qualitative desk analysis of public and private higher education institutions from continental Croatia running study programmes in English was done to appraise the situation. Secondly, quantitative research of students' attitudes about the importance of studying in English was conducted at Algebra University College from Zagreb. The aim was to determine the impact of various aspects of the internationalization of education on the choice of studies in English, and the perception of English as the *lingua franca* of education. The research took the form of an anonymous ten-minute questionnaire completed voluntarily by students of undergraduate and graduate programmes in computing, digital marketing and design in English. The results indicate that they are aware of the importance of studying in English, but that further work is still necessary on the internationalization of higher education in continental Croatia, since studying in English provides better business opportunities in Croatia and abroad and enables easier acquisition of foreign qualifications.

Keywords: internationalization of education, English language, higher education, *lingua franca*, continental Croatia

1. UVOD

1.1 Povijesni okvir razvoja visokog obrazovanja u kontinentalnoj Hrvatskoj

Kontinentalna Hrvatska je povijesno gledano oduvijek bila središte visokog obrazovanja u Republici Hrvatskoj. S obzirom na to da visokoobrazovne institucije imaju transformativnu ulogu u oblikovanju obrazovanja, kulture i društva, a osnivanje sveučilišta, veleučilišta i visokih škola u kontinentalnoj Hrvatskoj odigralo je presudnu ulogu u intelektualnom, kulturnom i društvenom napretku te regije, u nastavku iznosimo kratki povijesni prikaz nastanka i razvoja sveučilišta, veleučilišta i visokih škola u kontinentalnoj Hrvatskoj od srednjovjekovnog razdoblja do danas.

Korijeni visokog obrazovanja u kontinentalnoj Hrvatskoj potječu još iz srednjeg vijeka, kada su crkvene škole i samostanski centri služili kao rana središta učenja. U razdoblju renesanse i prosvjetiteljstva kontinentalna Hrvatska doživjela je značajan razvoj obrazovanja i osnivanja obrazovnih institucija. Isusovački kolegiji, poput kolegija *Collegium Posoniense* u Požegi, odigrali su ključnu ulogu u unapređenju humanističkih studija i promicanju intelektualne razmjene (Fekete-Győr, 2019).

Prekretnicu u povijesti visokog obrazovanja u kontinentalnoj Hrvatskoj označava nastanak Zagrebačkoga sveučilišta (Rezler i Rožman, 2009), koji se prema mrežnom izdanju Hrvatske enciklopedije obično računa od 23. 9. 1669., kada je kralj Leopold zagrebačku isusovačku akademiju uzdignuo na stupanj sveučilišta i dodijelio joj sva prava i povlastice koje su pripadale i drugim sveučilištima u habsburškim zemljama („sveučilište”, 2021).

Mlinarević i Kusić navode kako je krajem 20. stoljeća, odnosno u 1975., u kontinentalnoj Hrvatskoj osnovano još jedno sveučilište, Sveučilište u Osijeku, koje je proširilo pristup visokom obrazovanju i odigralo ključnu ulogu u promicanju regionalnog razvoja, poticanju inovacija i očuvanju kulturne baštine (2015).

Prema podacima portala e-Usmjeravanje Hrvatskog zavoda za zapošljavanje (n.d.), u Republici Hrvatskoj danas postoji devet javnih sveučilišta, od kojih četiri djeluju u kontinentalnoj Hrvatskoj: Sveučilište u Zagrebu, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Sveučilište u Slavonskom Brodu, Sveučilište Sjever (Koprivnica – Varaždin). Uz sveučilišta, u kontinentalnoj Hrvatskoj postoji i niz javnih veleučilišta i visokih škola gdje se izvode stručni studiji. Od ukupno deset javnih veleučilišta, u kontinentalnoj Hrvatskoj djeluje njih čak šest: Međimursko veleučilište u Čakovcu, Tehničko veleučilište u Zagrebu,

Veleučilište Lavoslav Ružička u Vukovaru, Veleučilište u Karlovcu, Veleučilište u Požegi, Zdravstveno veleučilište u Zagrebu. Sve tri javne visoke škole djeluju u kontinentalnoj Hrvatskoj: Visoka policijska škola u Zagrebu, Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici, Visoko gospodarsko učilište u Križevcima (HZZ, n.d.).

U razdoblju postsocijalističke transformacije, nakon raspada Jugoslavije i tranzicije na tržišno gospodarstvo u 1990-ima dolazi do značajnih promjena u hrvatskom visokom obrazovanju. Kako to izvještava Duić (2015) za portal Poslovni.hr, tadašnje Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta Republike Hrvatske još je 1997. iniciralo osnivanje privatnih visokoškolskih ustanova u Hrvatskoj, a za partnera je odabralo renomirano američko sveučilište – Rochester Institute of Technology (RIT), kada je osnovana Američka visoka škola za management i tehnologiju (ACMT), danas RIT Croatia. U 2001. potpisana je Bolonjska deklaracija i donesen je Plan razvoja sustava odgoja i obrazovanja od 2005. do 2010. kojim su definirani ciljevi i prioriteti u visokom obrazovanju, čime započinje reforma visokog obrazovanja u Republici Hrvatskoj (AZVO, 2023). Prema podacima AZVO-a u razdoblju do 2009. osnovano je 30 visokih učilišta, od čega najviše upravo privatnih visokih škola, a osnovana su i prva privatna sveučilišta (AZVO, 2023). Danas u Hrvatskoj postoje tri privatna sveučilišta, i sva tri nalaze se u kontinentalnoj Hrvatskoj: LIBERTAS međunarodno sveučilište, Hrvatsko katoličko sveučilište i Sveučilište VERN¹⁶⁰. U Hrvatskoj trenutačno djeluje i sedam privatnih veleučilišta, od kojih pet ima sjedište u kontinentalnoj Hrvatskoj, a od ukupno 15 privatnih visokih škola, čak 12 ih djeluje u kontinentalnoj Hrvatskoj (HZZ, n.d.).

Povijest visokoobrazovnih institucija u kontinentalnoj Hrvatskoj odražava intelektualno putovanje regije, od srednjovjekovnih središta učenja do modernih istraživačkih institucija. Te su institucije odigrale ključnu ulogu u njegovanju talenata, unapređenju znanja i oblikovanju društva. Razumijevanje ove povijesne putanje pomaže cijeniti značaj visokog obrazovanja u kontinentalnoj Hrvatskoj i njegov trajni utjecaj na kulturnu i intelektualnu baštinu regije.

160 Prema podacima portala e-Usmjeravanje Hrvatskog zavoda za zapošljavanje (n.d.), u Hrvatskoj djeluju dva privatna sveučilišta: LIBERTAS međunarodno sveučilište i Hrvatsko katoličko sveučilište. Međutim, Veleučilište VERN' je, nakon trogodišnje sveučilišne akreditacije, a temeljem dopusnice Ministarstva znanosti i obrazovanja Republike Hrvatske, 2020. godine postalo Sveučilište VERN' te od akademske godine 2020./2021. izvodi tri sveučilišna preddiplomska studija. (Sveučilište VERN', n.d.).

1.2 Internacionalizacija visokog obrazovanja

Sveučilišta su uvijek imala neku međunarodnu dimenziju, i u konceptu univerzalnog znanja i srodnih istraživanja, i u razmjeni studenata i znanstvenika. Doista, Altbach (1998, str. 347) sveučilište identificira kao jedinu instituciju koja je oduvijek bila globalna.

Međutim, povijesne reference na sveučilište kao suštinski međunarodnu instituciju često zanemaruju činjenicu da je većina sveučilišta nastala u 18. i 19. stoljeću s jasnim nacionalnim usmjerenjem i funkcijom (de Wit, 2002, str. 3-18). Tako de Wit i Merckx (2012, str. 44) naznačuju da su „s pojavom nacionalnih država sveučilišta postala de-europeizirana i nacionalizirana”. Kako se to navodi u studiji o internacionalizaciji visokog obrazovanja, studiranje u inozemstvu često je bilo zabranjeno, a latinski, kao univerzalni jezik nastave, zamijenjen je lokalnim jezicima (CHEI et al., 2015, str. 42). Do preokreta dolazi u 20. stoljeću, a posebice između dva svjetska rata, kada postoji povećan fokus na međunarodnu suradnju i razmjenu u visokom obrazovanju koji je suštinski politički uvjetovan (CHEI et al., 2015, str. 42). Taj se trend nastavlja nakon Drugog svjetskog rata, prvenstveno u SAD-u u obliku Fulbrightova programa jer se Europa još oporavljala od razaranja dvaju ratova i usredotočila je svoje napore na obnovu (CHEI et al., 2015, str. 42). Prema de Wittu i Merckxu (2012, str. 49) nacionalna sigurnost i vanjska politika bile su stvarne snage iza prvih pokušaja širenja internacionalnog obrazovanja. Europska zajednica počinje razvijati aktivnu politiku internacionalizacije visokog obrazovanja polovinom 1980-ih godina tako da se pojavljuju prve aktivnosti, programi i projekti koji su „potaknuti više politikama nacionalnih vlada nego samim ustanovama visokog obrazovanja” (de Wit i Merckx, 2012, str. 52-53).

Najčešće citirana definicija internacionalizacije obrazovanja jest ona Jane Knight (2003): „Internacionalizacija se na nacionalnoj, sektorskoj i institucionalnoj razini definira kao proces integriranja međunarodne, interkulturalne ili globalne dimenzije u svrhu, funkciju ili pružanje post-sekundarnog obrazovanja.” Razni stručnjaci za internacionalizaciju priznaju da u 21. stoljeću postoji veće razumijevanje za kompleksnost koncepta internacionalizacije i njegove povezanosti s globalizacijom, čiji su ključni pokretači ustanove visokog obrazovanja (Teichler, 2004; Kehm i de Wit, 2005; Knight, 2008; Altbach et al., 2009; Maringe i Foskett, 2010). Internacionalizacija je postala širok krovni pojam koji obuhvaća mnoge dimenzije, komponente, pristupe i aktivnosti; uključuje prijenos bodova i mobilnost kvalifikacija, akademsku razmjenu studenata, nastavnog i nenastavnog osoblja, potragu za globalnim talentima, internacionalizaciju kurikuluma i ishoda učenja, franšizno poslovanje i kampuse podružnice te otvaranje združenih studija (CHEI et al., 2015, str. 45). U globali-

ziranom svijetu 21. stoljeća obrazovanje postaje tržišna utakmica te ustanove visokog obrazovanja funkcioniraju na kooperativnom i na (sve više) kompetitivnom nivou (CHEI et al., 2015, str. 45).

U širokoj definiciji onoga što internacionalizacija jest ili bi trebala biti, dvije su ključne komponente u politici internacionalizacije i programima visokog obrazovanja koje se neprestano razvijaju i sve više isprepliću (Knight, 2008, str. 22-24).

Jedan je tzv. internacionalizacija u inozemstvu, shvaćena kao svi oblici prekograničnog obrazovanja: kratkoročna i dugoročna mobilnost studenata, mobilnost akademskog i ostalog osoblja te mobilnost na projektima, programima, pa čak i institucijama (CHEI et al., 2015, str. 45). Drugi je tzv. internacionalizacija kod kuće, koja je više usmjerena na kurikulum (CHEI et al., 2015, str. 45) i aktivnosti koje razvijaju međunarodno ili globalno razumijevanje i interkulturalne vještine (Beelen i Leask, 2011). Prema Beelenu i Jonesu (2015) internacionalizacija kod kuće namjerna je integracija internacionalnih i interkulturalnih dimenzija u nacionalni kurikulum za strane i domaće studente jer se internacionalizacija kod kuće može odvijati i bez stranih studenata. Aktivnosti koje spadaju u ovu kategoriju internacionalizacija su kurikuluma i cjelokupnog procesa poučavanja i učenja, kao i integracija stranih studenata i istraživača u život i djelovanje sveučilišnog kampusa (Dagen i Fink-Hafner, 2019).

Rezultati dvaju velikih istraživanja o internacionalizaciji¹⁶¹ ukazuju, između ostalog, na činjenicu da su nacionalne politike ključni vanjski pokretači institucionalnih politika internacionalizacije (CHEI et al., 2015). Spomenutom studijom (2015) utvrđen je nejednak stupanj postignuća internacionalizacije u različitim zemljama, sa značajnim izazovima u južnoj, a posebno u srednjoj i istočnoj Europi.¹⁶² Stoga ćemo u narednim poglavljima sagledati najvažnije strateške dokumente o internacionalizaciji, najprije na europskoj, a potom na nacionalnoj razini.

161 Odbor Europskog parlamenta za kulturu i obrazovanje 2015. naručio je veliku studiju o internacionalizaciji visokog obrazovanja u europskom kontekstu koja je uključivala 17 nacionalnih izvještaja iz Europe i svijeta radi analize glavnih svjetskih i europskih trendova i povezanih strategija na europskoj, nacionalnoj i institucionalnoj razini. Istraživanja u okviru predmetne studije provela su dva nevladina obrazovna udruženja, Međunarodno udruženje sveučilišta (engl. International Association of Universities, IAU) i Europsko udruženje za međunarodno obrazovanje (engl. European Association for International Education, EAIE).

162 Istraživanja su obuhvatila 7 zemalja EU-a, pri čemu su Poljska i Rumunjska u kategoriji srednje i istočne Europe, dok Hrvatska nije bila uključena u istraživanje.

1.2.1 *Europski strateški okvir internacionalizacije obrazovanja*

Polovinom 1980-ih u Europskoj zajednici internacionalizacija se pojavljuje kao proces i strategija. Dotad je najčešće upotrebljavan izraz „internacionalno obrazovanje” (de Witt, 2013). Isto tako, prema de Witu (2013, str.18) upotrebljavani su i pojmovi koji se odnose na specifične aktivnosti, poput studija u inozemstvu, razmjene, akademske mobilnosti i multikulturalnog obrazovanja.

Prvi opsežan akcijski program Europske zajednice u području obrazovanja razvijen je 1985. pod nazivom „The Community Action Programme for Education and Training for Technology” (COMETT). Iako se COMETT obično spominje u kontekstu ranih akcijskih programa iz 1980-ih (Bonafous, 2014; Kämäräinen, 2017), on je odigrao ključnu ulogu u otvaranju puta za povećanu suradnju između država članica Europske zajednice u području obrazovanja i promicanja mobilnosti unutar Europe (Flury et al., 2021). Ubrzo su uslijedili akcijski programi ERASMUS i PETRA 1987., LINGUA i EUROTECNET 1989. te FORCE i TEMPUS 1990. (Flury et al., 2021). Ono što je ovim programima bilo zajedničko bila je njihova usmjerenost na poticanje transnacionalne i multilateralne suradnje promicanjem europskih mreža, zajedničkih projekata i naročito shema akademskih mobilnosti. COMETT je uz ERASMUS protumačen kao „prekretnica u povijesti obrazovnih politika Europske zajednice i, u određenoj mjeri, povijesti zapadnoeuropskih obrazovnih politika” (Paoli, 2017, str. 146). Oba akcijska programa smatraju se „pretečom novog doba” (Europska komisija et al., 2019, str. 444).

Osim što je ostvario nekoliko milijuna mobilnosti, akcijski program Erasmus imao je još važniji utjecaj na internacionalizaciju i reformu visokog obrazovanja. Naime, Erasmus je bio glavni okidač za pokretanje Europskog sustava prijenosa bodova (ECTS), koji je uređen Lisabonskom konvencijom (1997)¹⁶³ i Bolonjskim procesom (1999), čime internacionalizacija visokog obrazovanja postaje raširena na nacionalnim i institucionalnim razinama u Europskim državama. Bolonjski proces europska je međuvladina inicijativa usmjerena na usklađivanje sustava visokog obrazovanja diljem Europe. Proces je započeo 1999. potpisivanjem Bolonjske deklaracije te predstavlja jedan od glavnih dobrovoljnih procesa na razini Europe. Danas je Bolonjski process implementi-

163 Lisabonska konvencija (Konvencija o priznavanju visokoškolskih kvalifikacija u području Europe) iz 1997. važan je međunarodni ugovor čiji je cilj olakšati priznavanje kvalifikacija preko državnih granica. Konvencijom se postavljaju smjernice i načela za pravednu praksu priznavanja, čime se osigurava da kvalifikacije stečene u jednoj zemlji budu priznate u drugoj. Hrvatski sabor Lisabonsku konvenciju raticifirao je 2002. i donio Zakon o potvrđivanju Konvencije o priznavanju visokoškolskih kvalifikacija u području Europe (NN br: 9/02 i 15/02).

ran u 49 zemalja¹⁶⁴, koje zajedno čine europski prostor visokog obrazovanja (EHEA, n.d.). Strategija EHEA zapravo je okvir za provedbu Bolonjskog procesa kojim se postavljaju specifični ciljevi i radnje za daljnje jačanje internacionalizacije, mobilnosti, osiguranja kvalitete i zapošljivosti unutar europskog sustava visokog obrazovanja (EHEA, n.d.).

Nakon Bolonjskog procesa javlja se ideja o Europi znanja sa snažnim ekonomskim predznacima te Europska komisija i Vijeće Europe počinju razvijati strateške okvire za suradnju zemalja članica u visokom obrazovanju s naglaskom na gospodarsku održivost.¹⁶⁵

Europska komisija određuje smjer razvoja internacionalizacije visokog obrazovanja izdavanjem priopćenja tj. komunikacija¹⁶⁶ koje zapravo predstavljaju strategiju internacionalizacije u određenom vremenskom okviru, uz predlaganje mehanizama i obveza financiranja. Zadnja komunikacija Europske komisije u pogledu obrazovanja objavljena je 2020. pod nazivom „O postizanju europskog obrazovnog prostora do 2025. godine” i predstavlja plan za uspo-

164 Kao što je već prethodno spomenuto, Republika Hrvatska pristupila je Bolonjskom procesu 2001. i time pokrenula reforme u visokom obrazovanju.

165 Prvi radni program obrazovanja i osposobljavanja objavljen je 2004. pod nazivom Education & Training 2010, odnosno ET 2010, a predstavlja zajedničko izvješće Vijeća Europe i Europske komisije o implementaciji detaljnog radnog programa o praćenju europskih ciljeva obrazovnih sustava te preporuke za daljnji razvoj. U programu ET 2010 naglašava se da je sektor visokog obrazovanja, s obzirom na činjenicu da se nalazi na raskrižju istraživanja, obrazovanja i inovacija, zapravo središnji igrač u gospodarstvu i izgradnji europskog društva znanja te kao takav ključan za konkurentnost Europske unije (Education & Training 2010, 2004). Godine 2009. Vijeće Europe donosi zaključak o strateškom okviru za europsku suradnju u obrazovanju i osposobljavanju pod nazivom Education and Training 2020 (2009/C 119/02). U ET 2020 postavljaju se najvažniji strateški ciljevi i daju preporuke za njihovo ostvarenje, poput osiguravanja razvoja nacionalnih kvalifikacijskih okvira usklađenih s Europskim kvalifikacijskim okvirom, davanja smjernica za poboljšanje učinkovitosti obrazovanja i osposobljavanja s ciljem veće zapošljivosti, uz partnerstvo između realnog sektora i obrazovanja (2009/C 119/02).

166 Prva takva sveobuhvatna strategija objavljena je 2013. kao Komunikacija Europske komisije o europskom visokom obrazovanju u svijetu (COM/2013/0499) u kojoj se utvrđuju tri ključna područja za sveobuhvatnu strategiju internacionalizacije: promicanje međunarodne mobilnosti studenata i osoblja, promicanje internacionalizacije kod kuće i digitalnog učenja i jačanje strateške suradnje, partnerstva i izgradnje kapaciteta, kao i dva cilja politike za doprinos EU-a: povećanje atraktivnosti europskog visokog obrazovanja poboljšanjem kvalitete i transparentnosti te povećanje svjetske suradnje za inovacije i razvoj (COM/2013/0499). Druga komunikacija objavljena je 2017. godine pod nazivom „Jačanje europskog identiteta kroz obrazovanje i kulturu” (COM/2017/673). Njome se ocrtava vizija modernizacije visokog obrazovanja u Europi i naglašava važnost internacionalizacije, digitalnih vještina, inovacija i mobilnosti, a njezin je glavni cilj promicanje osjećaja pripadnosti i zajedničkog razumijevanja među Europljanima, njegovanje zajedničkog europskog identiteta koji nadopunjuje nacionalne i regionalne identitete (COM/2017/673).

stavu europskog obrazovnog prostora kao ključnog elementa europskog prostora obrazovanja (COM/2020/625). Komunikacijom se predlažu konkretne mjere i inicijative kao što su poticanje digitalne transformacije obrazovanja, jačanje europske suradnje u području obrazovanja, olakšavanje priznavanja kvalifikacija i diplome te unaprjeđenje kvalitete obrazovnih institucija kako bi se osiguralo bolje obrazovanje i povećala konkurentnost EU-a u globalnom obrazovnom kontekstu do 2025. (COM/2020/625).

1.2.2 Nacionalni strateški okvir internacionalizacije obrazovanja

Republika Hrvatska sudjeluje u međunarodnom obrazovanju od 1995. kada je Ministarstvo znanosti i obrazovanja zaključilo Ugovor o uspostavljanju suradnje u području obrazovanja i usavršavanja u okviru Srednjoeuropskog programa razmjene za sveučilišne studije CEEPUS (engl. *Central European Exchange Programme for University Studies*). Od pristupanja Hrvatske Bolonjskom procesu u 2001. međunarodna mobilnost, s ostalim ciljevima tog procesa, preuzeta je kao strateški prioritet u razvoju sustava visokog obrazovanja te jedan od pretpristupnih zahtjeva ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju (MZOS, 2010).

Studija o internacionalizaciji u Europi, tzv. EAIE Barometer¹⁶⁷, provedena 2014., od ispitanika je tražila da rangiraju koja je razina politike (EU, nacionalna, regionalna, institucionalna) imala najveći utjecaj na politiku internacionalizacije u njihovoj instituciji. Među 28 zemalja članica, razina EU-a, smatra se snažno utjecajnom u 5 zemalja: Belgiji, Bugarskoj, Cipru, Litvi i Hrvatskoj (Engel, L. et al., 2015).

Godine 2014. Vlada Republike Hrvatske donosi Strategiju obrazovanja, znanosti i tehnologije; prvu sveobuhvatnu hrvatsku nacionalnu strategiju internacionalizacije koja uključuje ciljeve, smjernice za razvoj, nadležnost provedbenih tijela i pokazatelje provedbe (NN br. 124/14). Prema toj strategiji jedan od strateških ciljeva u visokom obrazovanju odnosi se na „internationalizaciju visokog obrazovanja i njegovu integraciju u europski i svjetski visokoobrazovni prostor” (NN br. 124/14). Navedeni cilj uključuje povećanje dolazne i odlazne mobilnosti studenata i nastavnika, poticanje uvođenja nastave na stranim jezicima, poticanje formiranja združenih studija s važnim europskim i svjetskim visokim učilištima te povećanje broja inozemnog akademskog osoblja na vi-

167 Studija EAIE Barometar godišnje je istraživanje koje provodi Europska udruga za međunarodno obrazovanje (engl. *European Association for International Education*, EAIE). EAIE je neprofitna organizacija sa sjedištem u Europi koja promiče i olakšava internacionalizaciju u visokom obrazovanju.

sokim učilištima, a u strategiji se naglašava da je veća dolazna mobilnost studenata moguća jedino ako hrvatska visoka učilišta povećaju ponudu kolegija/modula, odnosno čitavih studija na engleskom (ili nekom drugom) jeziku. Uvođenje pojedinačnih kolegija na engleskom jeziku dobar je početak unapređivanja mobilnosti, ali on dugoročno treba dovesti do ponude zaokruženih cjelina od po 30 ECTS bodova koje student može prikupiti tijekom jednog semestra. Nadalje, važno je osigurati i ponudu cjelokupnih studija na stranim jezicima u svim područjima (NN br. 124/14).

Nadalje, Strategijom se predviđa i razrađivanje i osiguranje sustava financijske potpore za izvođenje nastave na stranom jeziku, ponajprije kroz ESF – Operativni program za učinkovite ljudske potencijale (NN br. 124/14). Osim toga, Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa (MZOŠ, 2010) izradilo je Akcijski plan za otklanjanje prepreka i jačanje međunarodne mobilnosti u obrazovanju za razdoblje 2010. – 2012. kojim se prepoznaje da je glavna prepreka dolasku stranih studenata na visoka učilišta u RH nepostojanje kolegija na stranim jezicima. Stoga akcijski plan obuhvaća mjeru 9: Povećanje broja kolegija na stranim jezicima na visokim učilištima u RH:

Kako bi visoka učilišta u RH mogla privući i prihvatiti što je moguće veći broj stranih studenata, trebaju povećanje broja kolegija na stranim jezicima uključiti u svoje razvojne strategije, kao i u planiranje godišnjeg proračuna sveučilišta i u buduće programske ugovore kako bi potaknuti razvijanje ponude svojih studijskih programa na stranim jezicima. (MZOŠ, 2010, str. 20).

Na temelju rezultata tog plana nastaje i Akcijski plan za internacionalizaciju obrazovanja za razdoblje od 2015. do 2016. godine kojim se, između ostalog, donose mjere koje pridonose povećanju dolazne mobilnosti i koje obuhvaćaju povećanje broja kolegija na stranim jezicima na visokim učilištima u Hrvatskoj, poticanje međunarodnih kratkih programa na visokim učilištima u Hrvatskoj te povećavanje dostupnosti informacija o boravku u Hrvatskoj u svrhu obrazovanja (MZOS, 2015).

Daljnji rad na internacionalizaciji obrazovanja predviđen je i u novoj Nacionalnoj razvojnoj strategiji Republike Hrvatske do 2030. godine (NN br. 13/2021). Tako se u okviru njezina Strateškog cilja 2. „Obrazovani i zaposleni ljudi” navodi da će se poticati internacionalizacija visokog obrazovanja provedbom aktualnih europskih politika i primjenom suvremenih alata kojima se olakšava mobilnost studenata i nastavnika, a jedan od dvaju prioriteta provedbe na području politike visokog obrazovanja upravo je „razvoj sustava visokog obrazovanja i internacionalizacija u skladu sa suvremenim europskim trendovima kroz unaprjeđenje dostupnosti kvalitetnog visokog obrazovanja, relevantnog u odnosu na tržište rada i društvo.” (NN 13/2021).

2. STUDIJSKI PROGRAMI NA ENGLESKOM JEZIKU

Kao što je već spomenuto, u Strategiji obrazovanja, znanosti i tehnologije (NN br. 124/14) naglašava se važnost povećanja ponude kolegija/modula, odnosno čitavih studija na stranim jezicima kao preduvjeta za povećanje dolazne mobilnosti, pri čemu je dugoročni cilj studentima ponuditi zaokružene cjeline u okviru kojih tijekom jednog semestra mogu prikupiti po 30 ECTS bodova.

2.1 Studijski programi na engleskom jeziku ustrojeni 2018. uz financiranje iz ESF-a

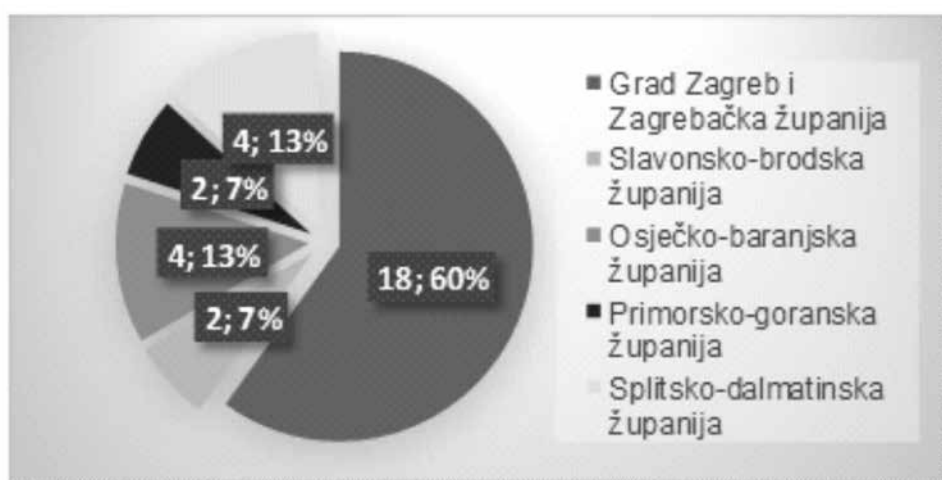
Ministarstvo znanosti i obrazovanja kao posredničko tijelo objavilo je otvoreni poziv na dostavu projektnih prijedloga za internacionalizaciju obrazovanja od 4. 12. 2017. do 5. 3. 2018. kojim je osigurano financiranje za pokretanje studijskih programa na stranim jezicima iz Europskog socijalnog fonda (ESF-a) u okviru Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali 2014. – 2020. (Europski socijalni fond, n.d.). Opći cilj ovog velikog projekta vrijednog 50 milijuna kuna bio je poboljšanje kvalitete i relevantnosti visokog obrazovanja internacionalizacijom, uz specifične ciljeve povećanja broja združenih studija te povećanje broja obrazovnih i/ili studijskih programa i kolegija na stranim jezicima, s posebnim naglaskom na područja prirodoslovlja, inženjerstva i matematike (tzv. STEM) u kojima postoji velika potreba za većim brojem diplomiranih (Europski socijalni fond, n.d.). Iz Priloga 03 - Popis ugovora o dodjeli bespovratnih sredstava i dodijeljenim bespovratnim sredstvima (Europski socijalni fond, 2018) vidljivo je da se u okviru spomenutog OP Učinkoviti ljudski potencijali 2014. – 2020. iz ESF-a u tom razdoblju financiralo ukupno 30 projekata internacionalizacije visokog obrazovanja, od čega su čak 24 u kontinentalnoj Hrvatskoj, dok su ostali projekti zastupljeni u Rijeci, Splitu i Zadru. Iz navedenog je priloga vidljivo da je Sveučilište u Zagrebu pokrenulo čak 12 projekata internacionalizacije koji uključuju ustroj studijskih programa i kolegija na engleskom jeziku na različitim fakultetima¹⁶⁸, dok je Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku¹⁶⁹ u okviru navedenog projekta provelo tri

168 Fakultet kemijskog inženjerstva i tehnologije, Medicinski fakultet, Šumarski fakultet, Rudarsko-geološko-naftni fakultet, Prirodoslovno-matematički fakultet, Fakultet elektrotehnike i računarstva, Farmaceutsko-biokemijski fakultet, Stomatološki fakultet, Tekstilno-tehnološki fakultet, Fakultet prometnih znanosti, Kineziološki fakultet (Europski socijalni fond, 2018).

169 Prehrambeno-tehnološki fakultet Osijek, Građevinski i arhitektonski fakultet Osijek, Medicinski fakultet Osijek, Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek (Europski socijalni fond, 2018).

studijska programa na engleskom jeziku i jedan na njemačkom jeziku (Europski socijalni fond, 2018). Od ostalih visokoobrazovnih ustanova iz kontinentalne Hrvatske projekte internacionalizacije, odnosno ustanovljavanje studija i kolegija na engleskom jeziku u okviru ovog projekta, provelo je sljedećih osam institucija: Tehničko veleučilište u Zagrebu, Zagrebačka škola ekonomije i menadžmenta, Visoko učilište Algebra, Poslovno veleučilište u Zagrebu, Veleučilište Velika Gorica, Hrvatsko katoličko sveučilište, Veleučilište u Slavanskom Brodu u suradnji s Veleučilištem u Požegi te Sveučilište Sjever u suradnji sa Sveučilištem Slavonski Brod (Europski socijalni fond, 2018).

Grafički prikaz 1. Omjer institucionalnih programa na stranim jezicima po županijama koji se financiraju iz ESF-a (OP Učinkoviti ljudski potencijali 2014. – 2020.)



2.2 Trenutačno stanje ponude studijskih programa na stranim jezicima u kontinentalnoj Hrvatskoj

Desktop analizom izvršen je uvid u studijske programe na stranim jezicima koji se trenutačno izvode u Hrvatskoj. Podaci su preuzeti s portala *Study in Croatia* (n.d.) te mrežnih stranica pojedinih ustanova visokog obrazovanja (sveučilišta, veleučilišta i visokih škola). Prema dostupnim statističkim podacima (MZO, 2022.) u Republici Hrvatskoj danas se izvodi 1851 studijski program, što uključuje preddiplomske, diplomске i poslijediplomske znanstvene studije te preddiplomske, diplomске i poslijediplomske stručne studije, od čega se 1713 studijskih programa izvodi na hrvatskom jeziku, a 139 na stranim jezici-

ma, od čega 132 na engleskom jeziku, 5 na talijanskom, 1 na njemačkom i 1 na slovenskom jeziku. Od ukupno 139 programa na stranim jezicima, 39 je preddiplomskih programa, 11 integriranih preddiplomskih i diplomskih, 54 diplomska te 35 poslijediplomskih programa.

U odnosu na ukupan broj studijskih programa u Republici Hrvatskoj, prema podacima portala *Study in Croatia* (n.d.), ukupno je 77 studijskih programa koji se u kontinentalnoj Hrvatskoj izvode na stranim jezicima (od čega su svi osim jednog na engleskom jeziku¹⁷⁰), s time da javne institucije izvode 58 studijskih programa¹⁷¹, a privatne 19¹⁷². Kad je riječ o znanstvenim područjima i poljima, u kontinentalnoj Hrvatskoj nude se studijski programi iz 9 znanstvenih područja i 25 polja: biomedicina i zdravstvo (opća medicina, veterinarska medicina, dentalna medicina, farmacija), biotehničke znanosti (poljoprivreda, šumarstvo), tehničke znanosti (kemijsko inženjerstvo, građevinarstvo, rudarstvo, nafta i geološko inženjerstvo, elektrotehnika, računarstvo, tehnologija prometa i transport, tekstilna tehnologija, grafička tehnologija), prirodne znanosti (geologija, matematika), društvene znanosti (ekonomija, kineziologija), humanističke znanosti (filologija), interdisciplinarna područja znanosti (integrativna bioetika, kognitivna znanost, interdisciplinarne biotehničke znanosti, interdisciplinarne društvene znanosti), interdisciplinarna područja umjetnosti (kreativno upravljanje tržišnim komunikacijama), umjetničko područje (dizajn).

Analizom vrsta studija na engleskom jeziku u kontinentalnoj Hrvatskoj koji su navedeni na portalu *Study in Croatia* (n.d.) utvrđeno je da se na engleskom jeziku izvode čak 34 studija na diplomskoj razini (5 integriranih preddiplomskih i diplomskih, 21 diplomski znanstveni studij i 8 diplomskih stručnih studija), potom ukupno 23 poslijediplomska studija (od čega 6 poslijediplomskih znanstvenih doktorskih studija i 17 poslijediplomskih stručnih studija) te ukupno 20 preddiplomskih studija (5 znanstvenih i 15 stručnih).

2.3 Engleski jezik kao lingua franca obrazovanja

Prema podacima stranice Statista.com gotovo 1,5 milijarda ljudi govori engleski jezik u 2023. (Statista, 2023), što ga čini jednim od geografski najra-

170 Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Medicinski fakultet Osijek izvodi integrirani preddiplomski i diplomski studij medicine na njemačkom jeziku (Europski socijalni fond, 2018).

171 Sveučilište u Zagrebu, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Sveučilište Sjever, Tehničko veleučilište u Zagrebu

172 Poslovno veleučilište Zagreb, Sveučilište VERN', Visoko učilište Algebra, Zagrebačka škola ekonomije i menadžmenta

sprostranjenijih jezika koji snažno dominira u svim oblicima komunikacije. Kako to objašnjavaju Conrad i Mauranen (2012), engleski je prvobitno stekao važnost kao globalni jezik zbog utjecaja britanskog kolonijalizma te kasnije gospodarske i političke moći Sjedinjenih Američkih Država. Prema podatcima portala *Study in Croatia* (n.d.), to je dovelo do širenja engleskog jezika u raznim domenama, uključujući akademsku zajednicu. Engleski se povezivao s globalnom trgovinom, diplomacijom i znanstvenim istraživanjem, jačajući svoju ulogu *lingue france*. Crystal (2003) utvrđuje da jezik stječe status globalnog onda kada u zemljama u kojima nije materinski dobije posebnu ulogu – kada postane službeni jezik te zemlje ili kada u njezinom obrazovnom sustavu stekne prioritet u odnosu na ostale strane jezike. Uvođenjem internacionalizacije, engleski jezik zauzeo je važno mjesto kao globalni jezik obrazovanja (*Study in Croatia*, n.d.). Neupitno je da je engleski jezik postao *lingua franca* akademske zajednice, što potvrđuju brojna istraživanja (Jenkins, 2007; Seidlhofer, 2011; Cogo i Dewey, 2012) te projekti, primjerice projekt ELFA (University of Helsinki, n.d.), na tu temu. Navedeno potvrđuje i činjenica da se, prema izračunu na temelju podataka dostupnih na portalu *Study in Croatia* (n.d.) od studijskih programa na stranom jeziku u Hrvatskoj, čak 95 % njih izvodi na engleskom jeziku.

Engleski se jezik uvelike uči kao drugi ili strani jezik, što ga čini pristupačnijim pojedincima koji traže visoko obrazovanje. Mnogi studenti koji upisuju sveučilišta već imaju određenu razinu znanja engleskog, što ga čini praktičnim izborom za međunarodnu komunikaciju. Također, engleski jezik pojavio se kao dominantan jezik u znanstvenim istraživanjima, akademskim publikacijama i konferencijama; većina utjecajnih časopisa i konferencija objavljuje na engleskom jeziku stvarajući ogromnu bazu znanja i resursa koji su lako dostupni akademikima koji govore engleski. Drugim riječima, engleski jezik ima globalan doseg jer ga govori velik broj ljudi diljem svijeta. Pisanje nastavnih planova i programa na engleskom jeziku omogućuje širenje, olakšavanje globalne komunikacije i suradnje među znanstvenicima i studentima. Engleski je postao jezik akademske i istraživačke izvrsnosti. Usvajanjem engleskog jezika kao jezika nastave, ustanove se usklađuju s utvrđenim akademskim normama i standardima koje podržavaju utjecajne međunarodne institucije. Realnost 21. stoljeća dodatno je povećala važnost globalnog konteksta. Uspon engleskog kao dominantnog jezika znanstvene komunikacije zapravo je bez presedana otkako je latinski dominirao akademijom u srednjovjekovnoj Europi. Prema De Witu (2010) informacijske i komunikacijske tehnologije stvorile su univerzalno sredstvo trenutnog kontakta i pojednostavljene znanstvene komunikacije na engleskom jeziku.

3. CILJ ISTRAŽIVANJA

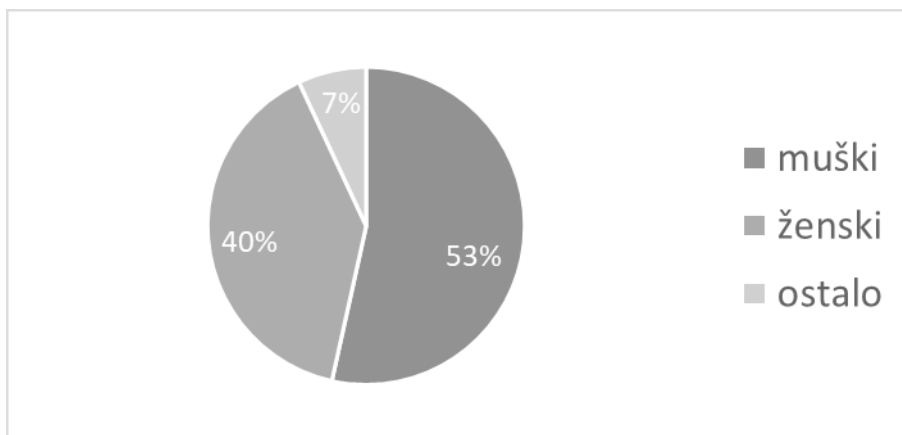
Cilj kvantitativnog istraživanja bio je utvrditi utjecaj različitih aspekata internacionalizacije obrazovanja na izbor studija na engleskom jeziku, kao i stavove studenata o engleskom jeziku kao *lingue france* obrazovanja.

3.1 Metode

Na primjeru Visokog učilišta Algebra iz Zagreba provedeno je kvantitativno istraživanje o stavovima samih studenata o važnosti studiranja na engleskom jeziku. Istraživanje je provedeno u obliku anonimnog desetominutnog upitnika provedenog na dobrovoljnoj osnovi, a obuhvatilo je studente preddiplomskih i diplomskih programa računarstva, digitalnog marketinga i dizajna koji pohađaju studij na engleskom jeziku.

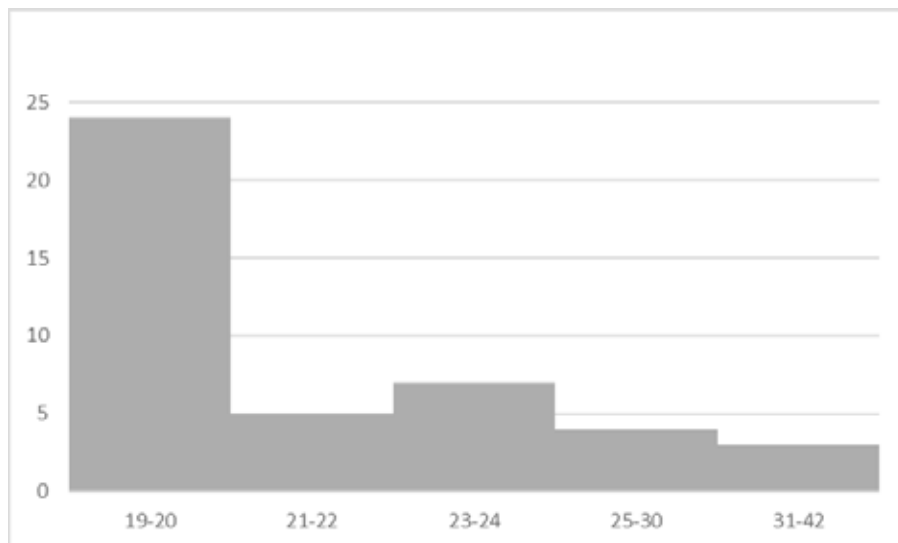
U istraživanju je sudjelovalo 45 ispitanika. Dvoje je ispitanika samo djelomično odgovorilo na pitanja pa su isključeni iz analize. Od 43 ispitanika čiji su rezultati analizirani, njih 23, odnosno 53 % su osobe *muškog* spola, 17 osoba, tj. 40 % *ženskog* spola, dok su tri osobe, odnosno 7 % odabrale opciju *ostalo*.

Grafički prikaz 2. Razdioba ispitanika po spolu



Razdioba ispitanika po godinama prikazana je na donjem grafu. Najviše ispitanika imalo je 19 ili 20 godina, a samo je troje ispitanika imalo više od 30 godina.

Grafički prikaz 3. Razdioba ispitanika po godinama



Prema državljanstvu, najviše je bilo državljana Republike Hrvatske, a ostali su navedeni u tablici u nastavku.

Tablica 1. Državljanstvo ispitanika

Državljanstvo	Broj ispitanika
Hrvatsko	33
Američko i hrvatsko	2
Austrijsko	1
Kanadsko i hrvatsko	1
Finsko	1
Malezijsko	1
USA	1
Zimbabve	1
Kinesko	1
Crnogorsko	1

Tablica 2. Razdioba ispitanika prema studijima

Programski studij	Broj ispitanika
Professional bachelor study programme in 3D design	18
Professional bachelor study programme in digital marketing	5
Professional bachelor study programme in software engineering	6
Professional master study programme in data science	5
Professional master study programme in digital marketing	5
Professional master study programme in software engineering	4
Grand total	43

3.2 Rezultati

Ispitanicima je postavljeno 18 pitanja u vezi njihovih stavova o važnosti znanja engleskog jezika te važnosti studiranja na engleskom jeziku. Ponuđeni su odgovori od 1 do 5, gdje je 1 značilo da se u potpunosti ne slažu, dok je vrijednost 5 značila da se ispitanik u potpunosti slaže s iznesenom tvrdnjom.

U daljnjoj analizi tvrdnje su označene brojevima od Q1 do Q18.

Tablica 3. Tvrdnje iz istraživanja

Q1	I believe that proficiency in English provides me access to more technical literature.
Q2	I believe that proficiency in English provides me access to more online learning materials.
Q3	I believe that proficiency in English provides me access to more video tutorials.
Q4	I believe that studying in English allows me to better understand technical terminology in my field of study.

Q5	I believe that it is easier to study in English because most of the professional literature is written in English.
Q6	I believe that English is <i>lingua franca</i> (common language) in the world of academia.
Q7	I believe that studying in English will provide me with more and/or better opportunities for academic advancement.
Q8	I believe that studying in English will provide me with more and/or better opportunities for the acquisition of a foreign qualification on a postgraduate/doctorate/MBA level.
Q9	I believe that studying in English will help in my professional advancement.
Q10	I believe that studying in English will make me more employable.
Q11	I believe that studying in English will give me an advantage over my peers in the equivalent non-English study programmes when applying for a job.
Q12	I believe that persons with a high level of proficiency in English are given better job opportunities.
Q13	I believe that English is <i>lingua franca</i> (common language) in the world of business.
Q14	I think studying in English makes no difference to my employment opportunities.
Q15	I think studying in English makes no difference to my academic opportunities.
Q16	I believe that the fact that my study programme is in English gives it an added value.
Q17	I decided to study in English because I believed I would learn more in that study programme than in a non-English one.
Q18	I chose Algebra UC because it offered the possibility to study in English at an undergraduate/graduate level.

Nakon provedenog istraživanja izrađena je tablica prosječnih vrijednosti odgovora i pripadnih vrijednosti standardne devijacije i koeficijenta varijacije, koja je zatim analizirana.

Tablica 4. Prosječne vrijednosti odgovora i pripadne vrijednosti standardne devijacije i koeficijenta varijacije

Pitanje	Prosjek	Standardna devijacija	Koeficijent varijacije
Q1	4,83	0,38	7,80 %
Q2	4,95	0,21	4,30 %
Q3	4,84	0,48	10,02 %
Q4	4,77	0,53	11,06 %
Q5	4,72	0,67	14,12 %
Q6	4,60	0,58	12,66 %
Q7	4,72	0,55	11,63 %
Q8	4,70	0,64	13,57 %
Q9	4,81	0,39	8,18 %
Q10	4,53	0,70	15,48 %
Q11	4,12	0,96	23,23 %
Q12	4,30	0,80	18,66 %
Q13	4,64	0,69	14,91 %
Q14	2,70	1,41	52,13 %
Q15	2,49	1,40	56,41 %
Q16	4,33	0,75	17,27 %
Q17	3,49	1,32	37,73 %
Q18	3,77	1,48	39,22 %

Ispitanici su se uglavnom u potpunosti slagali s navedenim tvrdnjama uz vrlo nisku varijabilnost, uglavnom nižu od 30 %. Na 11 od 18 pitanja prosječna vrijednost odgovora bila je veća od 4,5, dok su samo odgovori na pitanja Q14 i Q15 imali vrijednost nižu od vrijednosti 3. Iznimke su odgovori na pitanja Q17 i Q 18, gdje je varijabilnost umjerena i zabilježen je veći broj odgovora s nižim vrijednostima. Na tvrdnju „I decided to study in English because I believed I would learn more in that study programme than in a non-English one” 13 studenata odgovorilo je da se u potpunosti slaže, dok ih je 11 odabralo odgovor s vrijednošću 3, odnosno da nemaju stav. Na pitanje Q18 „I chose Algebra UC because it offered the possibility to study in English at an undergraduate/graduate level” čak 6 studenata odabralo je odgovor 1 – u potpunosti se ne slažem. Na pitanje Q14 „I think studying in English makes no difference to my employ-

ment opportunities.” i Q15 „I think studying in English makes no difference to my academic opportunities” većina ispitanika odabrala je odgovor 2 – ne slažu se. Ispitana je korelacija između odgovora na navedenih 18 pitanja, a rezultati su prikazani u tablici.

Tablica 5. Korelacija između odgovora na 18 pitanja istraživanja

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18
Q1	1,00																	
Q2	0,50	1,00																
Q3	0,51	0,62	1,00															
Q4	0,16	0,11	0,41	1,00														
Q5	0,19	0,07	0,37	0,49	1,00													
Q6	0,24	0,04	-0,06	0,00	0,02	1,00												
Q7	0,58	0,29	0,18	0,10	0,11	0,39	1,00											
Q8	0,39	0,42	0,30	0,00	-0,04	0,50	0,64	1,00										
Q9	0,43	0,46	0,21	0,13	-0,02	0,40	0,64	0,62	1,00									
Q10	0,24	0,01	-0,02	0,22	0,17	0,47	0,46	0,53	0,63	1,00								
Q11	0,25	0,14	0,14	0,15	0,09	0,00	0,20	0,18	0,12	0,30	1,00							
Q12	0,41	0,22	0,31	0,06	0,21	0,31	0,41	0,51	0,56	0,64	0,33	1,00						
Q13	-0,04	0,05	-0,04	-0,04	0,04	0,60	0,11	0,18	0,37	0,39	-0,09	0,28	1,00					
Q14	0,14	-0,05	0,14	0,16	0,16	0,00	0,01	-0,05	0,02	0,05	0,04	0,23	0,02	1,00				
Q15	0,11	-0,08	0,12	0,19	0,15	-0,08	-0,07	-0,23	-0,13	-0,13	0,03	0,10	-0,09	0,81	1,00			
Q16	0,03	0,10	-0,05	-0,04	0,00	0,58	0,34	0,36	0,45	0,61	0,25	0,55	0,74	0,16	0,00	1,00		
Q17	0,08	-0,09	-0,06	0,03	0,29	0,29	0,13	0,12	0,09	0,41	0,56	0,40	0,34	0,21	0,14	0,49	1,00	
Q18	0,02	0,04	-0,05	0,05	0,37	0,03	0,09	0,13	0,25	0,31	0,24	0,44	0,05	0,21	0,11	0,20	0,48	1,00

Najveći koeficijent korelacije 0,81 zabilježen je između pitanja Q14 i Q15. Studenti koji vjeruju da poznavanje engleskog jezika nema utjecaj na mogućnosti zaposlenja također vjeruju da poznavanje engleskog jezika nema utjecaj ni na akademske mogućnosti. Jaka pozitivna korelacija zabilježena je na odgovorima na pitanja Q13 i Q16. Studenti koji vjeruju da je engleski jezik *lingua franca* svijeta poslovanja također se slažu da im činjenica za studiraju na engleskom

daje dodanu vrijednost. Odgovori na pitanja Q14 i Q15 uglavnom su imali neznatnu ili vrlo slabu korelaciju s odgovorima na ostala pitanja.

Jake korelacije zabilježene su i među još nekim pitanjima. Koeficijent korelacije od 0,62 između pitanja Q2 i Q3 ne iznenađuje posebno; naime, istraživanjem je potvrđeno da studenti koji smatraju da im dobro znanje engleskog jezika omogućuje pristup većem broju mrežnih materijala za učenje ujedno smatraju i da im dobro znanje engleskog jezika omogućuje pristup većem broju videozapisa za učenje. Ne iznenađuje pretjerano ni korelacija između pitanja Q6 i Q13, odnosno to da studenti koji smatraju da je engleski jezik *lingua franca* akademskog svijeta smatraju i da je engleski jezik *lingua franca* svijeta poslovanja, iako je koeficijent korelacije među navedenim pitanjima nešto niži – 0,60.

Osobito je važno istaknuti korelacije u nastavku. Tako je između pitanja Q7 i Q8 zabilježen koeficijent korelacije od 0,64; odnosno, pokazalo se da studenti koji smatraju da će im studij na engleskom pružiti više prilika i/ili bolje prilike za akademski napredak smatraju i da će im taj studij pružiti više prilika i/ili bolje prilike za stjecanje inozemne kvalifikacije na razini diplomskog studija, doktorata ili MBA-a. Nadalje, isti koeficijent korelacije od 0,64, zabilježen je između pitanja Q7 i Q9; to jest, pokazalo se i da studenti koji smatraju da će im studij na engleskom pružiti više prilika i/ili bolje prilike za akademski napredak smatraju i da će im taj studij pomoći u profesionalnom napredovanju. Neznatno niži, no ipak značajan koeficijent korelacije od 0,62 zabilježen je između pitanja Q8 i Q9; studenti koji smatraju da će im studij na engleskom jeziku pružiti više prilika i/ili bolje prilike za stjecanje inozemne kvalifikacije na razini diplomskog studija, doktorata ili MBA-a smatraju i da će im taj studij pomoći u profesionalnom napredovanju. Ne iznenađuje ni koeficijent korelacije od 0,63 između pitanja Q9 i Q10, odnosno to da studenti koji smatraju da će im studij na engleskom pomoći u profesionalnom napredovanju smatraju i da će ih taj studij učiniti zapošljivijima. Osim toga, koeficijent korelacije od 0,64 između pitanja Q10 i Q12 pokazuje da studenti koji smatraju da će ih studij na engleskom učiniti zapošljivijima ujedno smatraju i da se osobama s visokom razinom znanja engleskog jezika pružaju bolje poslovne prilike. I konačno, bitno je spomenuti da koeficijent korelacije od 0,61 između pitanja Q10 i Q16 potvrđuje da studenti koji smatraju da će ih studij na engleskom učiniti zapošljivijima smatraju i da im taj studij daje dodanu vrijednost.

4. ZAKLJUČAK

Ovim radom dan je povijesni pregled internacionalizacije visokog obrazovanja, s posebnim osvrtom na kontinentalnu Hrvatsku te je istraživani trend studiranja na engleskom jeziku kao jedan od aspekata internacionalizacije, pri čemu je istraživanje bilo podijeljeno u dva dijela: desk-metodu u svrhu dobivanja uvida u trenutačno stanje u javne i privatne visokoobrazovne institucije u kontinentalnoj Hrvatskoj te kvantitativno istraživanje stavova studenata Visokog učilišta Algebra o studiranju na engleskom jeziku. Opsežno istraživanje desk-metodom pokazalo je ne samo da u kontinentalnoj Hrvatskoj postoji duga i bogata povijest visokog obrazovanja, već i da je danas u kontinentalnoj Hrvatskoj od svih studijskih programa koji se izvode na stranom jeziku čak 95 % njih na engleskom jeziku. Engleski jezik postao je *lingua franca* obrazovanja, a internacionalizacija visokog obrazovanja u Hrvatskoj jedan je od strateških ciljeva Republike Hrvatske. Već spomenuto kvantitativno istraživanje stavova i mišljenja studenata Visokog učilišta Algebra o studiranju na engleskom jeziku potvrdilo je postojanje korelacije između percepcije engleskog kao *lingue france* poslovnog svijeta i dodane vrijednosti studiranja na engleskom, kao i stavove studenata o izboru studija na engleskom jeziku zbog bolje zapošljivosti te zbog dobivanja boljih poslovnih prilika zahvaljujući visokoj razini znanja engleskog. Valja spomenuti ograničenje istraživanja koje se odnosi na činjenicu da se stavovi o važnosti studiranja na engleskom jeziku ispituju na uzorku koji obuhvaća isključivo studente koji već studiraju na engleskom, stoga se može pretpostaviti da su ispitani studenti već osvijestili važnost toga.

Istraživanjem je potvrđena pozitivna korelacija između percepcije studija na engleskom kao studija koji pruža više prilika i/ili bolje prilike za akademski napredak i studija koji pomaže u profesionalnom napredovanju. Rezultati istraživanja ukazuju na osviještenost studenata o važnosti studiranja na engleskom jeziku. Pokazalo se da studenti koji smatraju da će im studij na engleskom pružiti više prilika i/ili bolje prilike za akademski napredak smatraju i da će im taj studij pružiti više prilika i/ili bolje prilike za stjecanje inozemne kvalifikacije na razini diplomskog studija, doktorata ili MBA-a. Ispitani studenti također smatraju da će ih studij na engleskom učiniti zapošljivijima te da se osobama s visokom razinom znanja engleskog jezika pružaju bolje poslovne prilike. Isto tako, rezultati istraživanja upućuju na osviještenost studenata o važnosti studiranja na engleskom jeziku.

Međutim, potrebno je i dalje raditi na internacionalizaciji visokog obrazovanja u kontinentalnoj Hrvatskoj jer studij na engleskom jeziku otvara bolje poslovne mogućnosti u Hrvatskoj i izvan nje te omogućava jednostavnije stjecanje inozemnih kvalifikacija. Smjernica i preporuka za daljnja istraživanja

jest analiza financijskog aspekta studiranja na engleskom jeziku u Hrvatskoj u odnosu na studiranje u drugim zemljama članicama EU-a. Nadalje, potrebno je osvijestiti činjenicu da je važno i dalje raditi na internacionalizaciji visokog obrazovanja, s posebnom preporukom da se napravi strateška smjernica privlačenja stranih studenata u slabije razvijene dijelove kontinentalne Hrvatske.

LITERATURA

1. Agencija za znanost i visoko obrazovanje [AZVO]. (2023). *Visoko obrazovanje u Republici Hrvatskoj*. Preuzeto 19. 6. 2023. s <https://www.azvo.hr/hr/visoko-obrazovanje/vrste-studija-u-republici-hrvatskoj?id=602>
2. Altbach, P.G. (1998). Comparative perspectives on higher education for the twenty-first century. *Higher Education Policy*, 11, 347-356. [https://doi.org/10.1016/S0952-8733\(98\)00013-0](https://doi.org/10.1016/S0952-8733(98)00013-0)
3. Altbach, P.G., Reisberg, L., i Rumbley, L.E. (2009). *Trends in Global Higher Education: Tracking an Academic Revolution*. UNESCO 2009 World Conference on Higher Education, Paris.
4. Beelen, J., i Jones, E. (2015). Redefining Internationalization at Home. U: Curaj, A., Matei, L., Pricopie, R., Salmi, J., Scott, P. (ur.) *The European Higher Education Area*. 59–72. https://doi.org/10.1007/978-3-319-20877-0_5.
5. Beelen, J., i Leask, B. (2011). Internationalisation at Home on the Move. *Internationalisation of Higher Education*. Preuzeto 19. 6. 2023. s https://www.academia.edu/28175899/Internationalisation_at_Home_on_the_move
6. Bonnafous, L. (2014). Trans-nationalization of educational policy making: From European innovation projects in adult education to an emerging European space for lifelong learning: What model for the European vocational education and training policy? *International Journal of Lifelong Education* 33(3), 393–410.
7. Centre for Higher Education Internationalisation [CHEI], European Association for International Education [EAIE], International Association of Universities [IAU]. (2015). *Internationalisation of Higher Education. Study*. (L. Pärt, ur.). Europska unija. Preuzeto 24. 6. 2023. s [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/540370/IPOL_STU\(2015\)540370_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/540370/IPOL_STU(2015)540370_EN.pdf)
8. Cogo, A., i Dewey, M. (2012). *Analysing English as a Lingua Franca: A Corpus-Driven Investigation*. Continuum. Conrad, S., i Mauranen, A. (2012). The Corpus of English as Lingua Franca in Academic Settings. *TESOL Quarterly*. 37, 513–527. <https://doi.org/10.2307/3588402>.

9. Crystal, D. (2003). *English as a Global Language*. (2nd ed.). Cambridge University Press. Preuzeto 19. 6. 2023. s http://culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/nation_branding/English_As_A_Global_Language_-_David_Crystal.pdf
10. Council conclusions of 12 May 2009 on a strategic framework for European cooperation in education and training ('ET 2020') [2009/C 119/02]. (2009). *Službeni list Europske unije C 119/2*, 4–8. Preuzeto 19. 6. 2023. s <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:2009:119:FULL>
11. de Wit, H. (2002). *Internationalisation of Higher Education in the United States and Europe: A Historical, Comparative, and Conceptual Analysis*. Greenwood Publishing Group.
12. de Wit, H. (2010). *Internationalisation of Higher Education in Europe and its assessment, trends and issues*. Preuzeto 24. 6. 2023. s <https://www.eurashe.eu/wp-content/uploads/2022/02/wg4-r-hans-de-wit-internationalisation-of-higher-education-europe-december-2010.pdf>
13. de Wit, H. (2013). Rethinking the concept of internationalisation. U Stiasny, M., i Gore, T. (ur.). *Going Global: Identifying Trends and Drivers of International Education*, 213–218.
14. de Wit, H., i Merckx, G. (2012). The history of internationalisation of higher education. U Deardorff, D., de Wit, H., Heyl, J., i Adams, T. (ur.). *The SAGE handbook of international higher education*, 43–59.
15. Dagen, T., i Fink-Hafner, D. (2019). *Impact of Globalisation on Internationalisation of Universities*. Fakulteta za društvene vede. Založba FDV. Preuzeto 24. 7. 2023. s https://www.researchgate.net/profile/Tamara-Dagen/publication/337570228_Impact_of_Globalisation_on_Internationalisation_of_Universities/links/5ddedfc94585159aa44e4371/Impact-of-Globalisation-on-Internationalisation-of-Universities.pdf
16. Duić, M. (22. travnja 2015). *Najveći uspjeh RIT Croatia naši su diplomanti*. Poslovni.hr. Preuzeto 19. 6. 2023. s <https://www.poslovni.hr/lifestyle/najveci-uspjeh-rit-croatia-nasi-su-diplomanti-294616>
17. Education & Training 2010. The success of the Lisbon strategy hinges on urgent reforms – Joint interim report of the Council and the Commission on the implementation of the detailed work programme on the follow-up of the objectives of education and training systems in Europe. (2004). *Službeni list Europske unije C 104*, 1–19. Preuzeto 19. 6. 2023. s [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52004XG0430\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52004XG0430(01))
18. Engel, L., Sandström, A., van der Aa, R. i Glass, A. (2015). *The EAIE Barometer: Internationalisation in Europe*. European Association for International Education (EAIE). Preuzeto 19. 6. 2023. s <file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/EAIE%20Barometer%20Executive%20Summary.pdf>

19. Europska komisija, Bussière, É., Ludlow, P., Romero, F. (2019). *The European Commission 1986-2000 (hardcover edition) – History and memories of an institution*, (É. Bussière, ur., P. Ludlow, ur., F. Romero, ur., D. Schlenker, ur., V. Dujardin, ur., A. Varsori, ur.) Ured za publikacije Europske unije. Preuzeto 19. 6. 2023. s <https://data.europa.eu/doi/10.2792/814525>
20. Europski prostor visokog obrazovanja [EHEA]. (n.d.). *How does the Bologna Process work?* Preuzeto 23. 6. 2023. s <https://www.ehea.info/page-how-does-the-bologna-process-work>
21. Europski socijalni fond. (n.d.). *Internacionalizacija visokog obrazovanja*. Preuzeto 23. 6. 2023. s <http://www.esf.hr/natjecaji/obrazovanje/internacionalizacija-visokog-obrazovanja/>
22. Europski socijalni fond. (16. listopada 2018.). Popis ugovora u okviru Poziva. Europski socijalni fond. Preuzeto 24. 6. 2023. s <http://www.esf.hr/wordpress/wp-content/uploads/2017/12/Popis-ugovora-u-okviru-Poziva.pdf>
23. Fekete-Győr, É. (2019). Sveučilište u Požegi – između ideje i stvarnosti. *Godišnjak Akademije znanosti i umjetnosti u Osijeku*, 7(1), 49–67.
24. Flury, C., Geiss, M., i Guerrero Cantarell, R. (2021). Building the technological European Community through education: European mobility and training programmes in the 1980s. *European Educational Research Journal*, 20(3), 348–364. <https://doi.org/10.1177/1474904120980973>
25. Hrvatski zavod za zapošljavanje [HZZ] (n.d.). *Visoko obrazovanje. e-Usmjeravanje*. Preuzeto 23. 6. 2023. s <https://e-usmjeravanje.hzz.hr/visoko-obrazovanje>
26. Jenkins, J. (2007). *English as a Lingua Franca: Attitude and Identity*. Oxford University Press.
27. Kämäräinen, P. (2017). Learning from Europe and for Europe with David Raffe – insights into early years of European cooperation in vocational education and training research. *Journal of Education and Work* 30(7), 750–757.
28. Kehm, B., i de Wit, H. (Eds.) (2005). *Internationalisation in higher education: European responses to the global perspective*. European Association for International Education.
29. Knight, J. (2003). Updated Definition of Internationalization. *International Higher Education*, (33). <https://doi.org/10.6017/ihe.2003.33.7391>
30. Knight, J. (2008). *Higher education in turmoil. The changing world of internationalisation*. Sense Publishers. <https://doi.org/10.1163/9789087905224>.
31. Komunikacija Komisije Europskom parlamentu, Vijeću, Europskom gospodarskom i socijalnom odboru i Odboru regija. *Europsko visoko*

- obrazovanje u svijetu* [COM/2013/0499]. (2013). Europska komisija. Preuzeto 24. 6. 2023. s <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52013DC0499&qid=1687769913724>
32. Komunikacija Komisije Europskom parlamentu, Vijeću, Europskom gospodarskom i socijalnom odboru i Odboru regija Empty. *Obrazovanjem i kulturom jačati europski identitet Doprinos Europske unije sastanku na vrhu u Göteborgu 17. studenoga 2017.* [COM/2017/673]. (2017). Europska komisija. Preuzeto 24. 6. 2023. s <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN-HR/TXT/?from=EN&uri=CELEX%3A52017DC0673>
33. Komunikacija Komisije Europskom parlamentu, Vijeću, Europskom gospodarskom i socijalnom odboru i Odboru regija o *uspostavi europskog prostora obrazovanja do 2025.* [COM/2020/625]. (2020). Preuzeto 24. 6. 2023. s <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN-HR/TXT/?fromTab=ALL&from=EN&uri=CELEX%3A52020DC0625>
34. Maringe, F., i Foskett, N. (ur.) (2010). *Globalisation and Internationalisation in Higher Education.* Continuum.
35. Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta [MZOS]. (2015). *Akcijski plan za internacionalizaciju obrazovanja za razdoblje od 2015. do 2016. godine.* Preuzeto 23. 6. 2023. s http://digarhiv.gov.hr/arhiva/36/135585/public.mzos.hr/AP_internacionalizacija_2015-2016.pdf
36. Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa [MZOŠ]. (2010). *Akcijski plan za otklanjanje prepreka i jačanje međunarodne mobilnosti u obrazovanju za razdoblje 2010. – 2012.* Preuzeto 23. 6. 2023. s https://digarhiv.gov.hr/arhiva/36/33329/05_1299770565_Akcijski_plan_mzos.pdf
37. Ministarstvo znanosti i obrazovanja [MZO] (2022). *Upisnik studijskih programa – Službena evidencija studijskih programa akreditiranih u Republici Hrvatskoj.* Preuzeto 10. 6. 2023. s <https://hko.srce.hr/usp/index?lang=hr>
38. Mlinarević, K., i Kusić, M. (2015). *Povijest i razvoj Sveučilišta u Osijeku.* Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku.
39. Nacionalna razvojna strategija Republike Hrvatske do 2030. godine. (2021). *Narodne novine [NN] br. 13/2021.* Preuzeto 24. 6. 2023. s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_02_13_230.html
40. Paoli, S. (2017). The European Community and the rise of a new educational order (1976–1986). U: Andresen, K. i Müller, S. (ur.) *Contesting Deregulation. Debates, Practices and Developments in the West since the 1970s*, 138–152.
41. Rezler, K., i Rožman, M. (2009). *Povijest Sveučilišta u Zagrebu: od osnutka do početka 21. stoljeća.* Sveučilište u Zagrebu.

42. Seidlhofer, B. (2011). *Understanding English as a Lingua Franca*. Oxford University Press.
43. Statista. (2023). *The most spoken languages worldwide in 2023*. Preuzeto 24. 6. 2023. s <https://www.statista.com/statistics/266808/the-most-spoken-languages-worldwide/>
44. Strategija obrazovanja, znanosti i tehnologije. (2014). *Narodne novine [NN] br. 124/2014*. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_10_124_2364.html Study in Croatia. (n.d.). Preuzeto 19. 6. 2023. s <https://www.studyincroatia.hr/>
45. sveučilište. (2021). *U Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. Preuzeto 19. 6. 2023. s <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=59054>
46. Sveučilište VERN'. (n.d.). *Povijest i razvoj – Sveučilište VERN'*. Preuzeto 24. 7. 2023. s <https://vern.hr/o-vernu/povijest-i-razvoj/>
47. Teichler, U. (2004). The changing debate on internationalisation of higher education. *Higher Education*, 48(1), 5-26.
48. University of Helsinki. (n.d.). *English as a Lingua Franca in Academic Settings. The ELFA Project*. Preuzeto 24. 6. 2023. s <https://www.helsinki.fi/en/researchgroups/english-as-a-lingua-franca-in-academic-settings>
49. Zakon o potvrđivanju Konvencije o priznavanju visokoškolskih kvalifikacija u području Europe. (2002). *Narodne novine [NN] br. 9/2002*. Preuzeto 24. 6. 2023. s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/medunarodni/2002_07_9_118.html
50. Zakon o potvrđivanju Konvencije o priznavanju visokoškolskih kvalifikacija u području Europe. (2002). *Narodne novine [NN] br. 15/2002*.

SURADNJA ŠKOLA I UDRUGA ZA DJECU S TEŠKOĆAMA: KVALITATIVNO ISTRAŽIVANJE PERSPEKTIVE ŠKOLSKIH PEDAGOGA

Izvorni znanstveni rad

Ana Blažević Simić

Filozofski fakultet
Ivana Lučića 3
10000 Zagreb
ablazevi@ffzg.unizg.hr

Maja Leskovar

OŠ Frana Galovića
Školski prilaz 7
10000 Zagreb
maja.leskica@gmail.com

Sažetak

Unatoč recentnosti i atraktivnosti teme, uloga suradnje škola i lokalnih zajednica u domaćem se znanstvenome diskursu relativno rijetko susreće, a istraživanja o određenim specifičnostima takve suradnje, poput suradnje škola i udruga za djecu s teškoćama (koje su u manjim sredinama jedan od najdostupnijih oblika podrške obiteljima djeteta s teškoćama), potpuno izostaju. Imajući u vidu i dodatno kontekstualno ograničenje, a to je česta nepotpunost stručnih timova škola u manjim sredinama, cilj je ovoga rada analizirati upravo perspektivu školskih pedagoga (kao jednih od najzastupljenijih profila stručnih suradnika) o mogućnostima utiliziranja resursa lokalne zajednice u procesu suradnje obitelji djece s teškoćama i škola. Konkretnije, u radu se razmatra prepoznavanje potreba obitelji djece s teškoćama, specifičnosti suradnje obitelji djece s teškoćama i škola, resursa koji postoje u lokalnoj zajednici (s naglaskom na udruge za djecu s teškoćama), njihovo aktivno uključivanje u postojeću suradnju obitelji djece s teškoćama i škola te naposljetku uloga i djelovanje školskih pedagoga u jačanju takve specifične suradnje obitelji, škola i udruga za djecu s teškoćama. U istraživanju je korištena kvalitativna metodologija, a podatci prikupljeni metodom polustrukturiranoga intervjua. Uzorak je činilo deset sudionika, školskih pedagoga s područja kontinentalne Hrvatske, a njihovi su odgovori analizirani metodom tematske analize. Rezultati analize najprije upućuju na postojanje dvaju te-

meljnih koncepata utilizacije resursa lokalne zajednice u suradnji školskih pedagoga s obiteljima (reaktivna i preventivna). Potom je izdvojena tema procjene ostvarene suradnje s lokalnom zajednicom s naglaskom na udruge za djecu s teškoćama (inicijativa, učestalost, oblici, kvaliteta). Treća generirana tema jesu različite prepreke s kojima se školski pedagozi u tome procesu susreću (otpor obitelji, neoptimalna komunikacija s vanjskim dionicima, opterećenost resursa lokalne zajednice i njihova fizička udaljenost, ograničeni broj mogućih korisnika usluga). Zaključno se analiziraju mogućnosti jačanja suradnje škola i udruga za djecu s teškoćama te nude smjernice za daljnja istraživanja ove teme.

Ključne riječi: školski pedagozi, suradnja obitelji i škola, lokalna zajednica, udruge za djecu s teškoćama, kvalitativno istraživanje

COOPERATION BETWEEN SCHOOLS AND ASSOCIATIONS FOR CHILDREN WITH DISABILITIES: A QUALITATIVE STUDY OF SCHOOL PEDAGOGUES' PERSPECTIVE

Abstract

Despite the recentness and attractiveness of the topic, the role of cooperation between schools and local communities is relatively uncommon in domestic scientific discourse, and research of specific features of such cooperation, such as cooperation between schools and associations for children with disabilities (which in smaller communities is one of the most accessible forms of support for families of children with disabilities) are completely lacking. Considering another contextual limitation, i.e., the frequent incompleteness of school professional associates team in smaller communities, the aim of this paper is to closely analyze the perspective of the school pedagogue (as one of the most represented profiles of school professional associates) on the possibilities of using local community resources in the process of cooperation between families of children with disabilities and schools. Specifically, the paper considers the recognition of the needs of families of children with disabilities, the specifics of cooperation between families of children with disabilities and schools, the resources available in the local community (with emphasis on associations for children with disabilities), their active participation in the existing cooperation between families of children with disabilities and school and, finally, the role and activity of the school pedagogue in strengthening this specific cooperation between families, schools and associations for children with disabilities. A qualitative methodology was used in the research, and data were collected using a semi-structured interview. The sample consisted of ten participants, school pedagogues from Continental Croatia, and their responses were analyzed using the method of thematic analysis. The results of the analysis first indicate the existence of two basic concepts of utilization of local community resources in the cooperation between school pedagogues and families (reactive and preventive). Then, the topic of evaluation of the achieved cooperation with the local community was highlighted, focusing on the associations for children with disabilities (initiative, frequency, forms, quality). The third topic generated is the various obstacles faced by school pedagogues in this process (family resistance, suboptimal communication with external stakeholders, strain on local community resources and their physical distance, limited number of possible service users). In conclusion, the paper analyzes the possibilities for strengthening cooperati-

on between schools and associations for children with disabilities and offers guidelines for further research on this topic.

Keywords: school pedagogues, family and school cooperation, local community, associations for children with disabilities, qualitative methodology

1. UVOD

Još od Izjave iz Salamanke (1994)¹⁷³ u međunarodnome, a potom i domaćemu znanstvenome diskursu, pratimo veliki zamah teorijskih, ali i empirijskih istraživanja koji tematiziraju koncept inkluzivnoga obrazovanja (usp. Messiou, 2017; Nilholm i Göransson, 2017; Hernández-Torrano, Somerton i Helmer, 2022). Mnogi autori, međutim, ističu kako i dalje ne uspijevamo u dovoljnoj mjeri osiguravati idealnotipske uvjete koje ta temeljna paradigma suvremenoga odgoja i obrazovanja pretpostavlja (Florian, 2014; Bouillet i Bukvić, 2015; Kudek Mirošević i Bukvić, 2017; Nilholm i Göransson, 2017; Nilholm, 2021). U takvim je kontekstima iznimno važno da stručnjaci zaposleni u odgojno-obrazovnome sustavu znaju prepoznati inkluzivno slab(ij)e točke odgojno-obrazovnih ustanova s jedne, ali i potencijal suradnje s roditeljima i lokalnom zajednicom s druge strane. Unatoč recentnosti i atraktivnosti teme, uloga suradnje odgojno-obrazovnih ustanova i lokalnih zajednica u domaćem se znanstvenome diskursu ipak relativno rijetko susreće (Kovač i Buchberger, 2013; Batista, Jug i Milić Babić, 2014; Ferić, 2015; Baldaš, 2021; Štefulj i Kušević, 2021), a istraživanja o određenim specifičnostima takve suradnje, poput suradnje škola i udruga¹⁷⁴ za djecu s teškoćama (koje su u manjim sredinama jedan od najdostupnijih oblika podrške obiteljima djeteta s teškoćama), gotovo u potpunosti izostaju

173 Prema brojnim autorima (osim u tekstu spomenutih, usp. Vislie, 2003; Ainscow, Slee i Best, 2019) riječ je o najznačajnijemu i najutjecajnijemu međunarodnome dokumentu u području inkluzivnoga obrazovanja koji je učinio zaokret prema novoj obrazovno-političkoj agendi te i dalje utječe na razvoj politika i praksi širom svijeta. Rezultat je konferencije pod nazivom World Conference on Special Needs Education, koja je u suorganizaciji UNESCO-a i španjolskoga Ministarstva obrazovanja i znanosti održana u Salamanki, na kojoj su delegati 92 zemlje članice i 25 međunarodnih organizacija, između ostaloga, istaknuli važnost uključivanja učenika s teškoćama u redovne škole jer su „redovne škole s inkluzivnom orijentacijom najučinkovitiji načini suzbijanja diskriminatornih stavova, stvaranja otvorenih zajednica, izgradnje inkluzivnoga društva i ostvarivanja obrazovanja za sve“ (1994, ix) (prev. a.).

174 U tekstu se pod pojmom udruge smatra organizirane, kolektivne aktere civilnoga društva koji radi unapređenja dobra neke skupine ili općega dobra, izražavaju i promiču interese koji se ne mogu (valjano izraziti) i promicati isključivo mehanizmima tržišta i države (Lalić, 2006).

(Leskovar, 2023). Diskurs je dodatno obilježen čestom nepotpunošću stručnih timova škola¹⁷⁵ u manjim sredinama (Švegar i sur., 2020), kao i blagim, ali kontinuiranim porastom učenika s teškoćama (koji trenutno čine 7,53 % ukupne učeničke populacije redovnih osnovnih škola (Školski e-Rudnik, 2022), stoga je cilj ovoga rada analizirati upravo perspektivu školskih pedagoga (kao jednih od najzastupljenijih profila stručnih suradnika¹⁷⁶) o mogućnostima utiliziranja resursa lokalne zajednice u procesu suradnje obitelji djece s teškoćama i škole.

2. SURADNJA OBITELJI DJECE S TEŠKOĆAMA, ŠKOLE I LOKALNE ZAJEDNICE

O važnosti uspostavljanja suradničkih odnosa između obitelji, škole i lokalne zajednice te kolektivnoj odgovornosti za koordinirani rad svih sudionika toga procesa u domaćemu znanstvenome diskursu počinje se čitati početkom ovoga tisućljeća (Kobešćak, 2000; Bratković-Teodorović, 2003). Teorijsko utemeljenje radova u kojima se tematizira povezanost i utjecaj kompleksnih odnosa obitelji, škole i neposrednoga okruženja na dijete, autori u najvećoj mjeri grade na Bronfenbrennerovome ekološkome modelu (Clark i Amatea, 2004;

175 Prema Državnom pedagoškom standardu osnovnoškolskoga sustava odgoja i obrazovanja (2008) stručni suradnici potrebni za odgojno-obrazovni rad osnovnih škola u Republici Hrvatskoj su pedagog, psiholog, stručnjak edukacijsko-rehabilitacijskoga profila (edukacijski rehabilitator, logoped i socijalni pedagog, op. a.), knjižničar i zdravstveni radnik, pri čemu svaka škola koja ima do 180 učenika zapošljava dva stručna suradnika od kojih jedan mora biti pedagog (Državni pedagoški standard osnovnoškolskog sustava odgoja i obrazovanja, 2008).

176 Prema zadnjim nacionalnim podatcima s početka školske godine 2021./2022. trenutno govorimo o 2513,13 stručnih suradnika koji su zaposleni u 880 osnovnih škola (Statističko izvješće 1702, 2022), što bi značilo da u svakoj osnovnoj školi radi 2,86 stručnih suradnika. S obzirom na to da ovaj (jedini!) tip nacionalne evidencije ne razlikuje vrste stručnih suradnika, jasno je da svjedočimo gotovo nepostojećim sustavnim evidencijama o potpunosti i sastavu stručnih timova. Donekle jasniju sliku dobivamo tek na temelju elaborata koji donosi podatak da su na radnim mjestima stručnih suradnika u osnovnim školama Republike Hrvatske knjižničari zaposleni u 97,7 %, pedagozi u 90,6 %, stručnjaci edukacijsko-rehabilitacijskoga (svih, op. a.) profila u 50,6 %, a psiholozi u 43,3 % osnovnih škola u RH (Švegar i sur., 2020). Drugim riječima, spomenutih 2,86 stručnih suradnika znači stručni tim škole u sastavu knjižničar, pedagog te ili psiholog ili neki od stručnjaka edukacijsko-rehabilitacijskoga profila (edukacijski rehabilitator, logoped ili socijalni pedagog). O nelogičnostima pri zapošljavanju stručnih suradnika bit će riječi i u daljnjemu tekstu, posebno kod prikaza strukture uzorka gdje je uočeno više odstupanja.

Daniel, 2011; Ljubetić, 2014; Bartulović i Kušević, 2016). Njime Bronfenbrenner (1977) objašnjava razvoj djeteta kao produkt dinamičnih odnosa pojedinca i pojedinčevoga okruženja sačinjenoga od četiri elementa: mikrosustava (dom, škola, radno mjesto i sl.), mezosustava (npr. interakcije između obitelji i škole), egzosustava (svijet rada, susjedstvo, masovni mediji i sl.) i makrosustava (npr. ekonomski, obrazovni, zakonski sustavi i sl.). Upravo se pod utjecajem navedenoga modela (Bronfenbrenner, 1977) počelo shvaćati da su, između ostaloga, odnosi obitelji i škole ukorijenjeni u mreži različitih odnosa, počevši od neposrednoga okruženja pa sve do širega društvenoga sustava. Drugi (prvome kompatibilan) teorijski koncept za utemeljenje (i ovoga) rada jest Epsteinina teorija preklapajućih sfera utjecaja (1986) koja polazi od činjenice da su obitelj, škola i zajednica od presudne važnosti u djetetovom obrazovanju (Sanders, 2001; Epstein i Sanders, 2006), pri čemu se posebno ističe uloga stručnih suradnika u poticanju kvalitetne i učinkovite suradnje među njima (Epstein i Van Voorhis, 2010, Bryan i Henry, 2012). Među najtematiziranim poslovima stručnih suradnika pritom se ističu identifikacija stručnjaka prisutnih u zajednici te uspostava prvoga kontakta između članova obitelji koji imaju određene potrebe i članova zajednice koji žele i mogu pomoći učenicima i njihovim obiteljima (Bryan i Henry, 2012; Bryan i sur., 2019; Epstein i Van Voorhis, 2010). U kontekstu specifičnih potreba obitelji djeteta s teškoćama, upravo bi na ovaj način roditelji djeteta s teškoćama mogli dobivati formalnu i neformalnu podršku, biti informirani i savjetovani, a što bi direktno doprinijelo ne samo podržanim razvoju njihovoga djeteta s teškoćama, već i pomoglo i njihovom nošenju s kriznim situacijama (Dobrotić i Laklija, 2012; Ferić, 2015) i svakodnevnome funkcioniranju djelatnika škole.

Prema Državnom pedagoškom standardu osnovnoškolskoga sustava odgoja i obrazovanja (2008) svaka škola koja ima 15 ili više učenika s teškoćama ima pravo na stručnjaka edukacijsko-rehabilitacijskoga profila, međutim, to pravo istovremeno nije realizirano u 156 od 530 osnovnih škola u Republici Hrvatskoj (Švegar i sur., 2020). U takvim okolnostima obvezu potpore učenicima s teškoćama u najvećoj mjeri preuzimaju upravo stručni suradnici pedagozi kao, uz stručne suradnike knjižničare, najzastupljeniji (90,6 %) profil stručnih suradnika u osnovnim školama Republike Hrvatske (Švegar i sur., 2020, 9). U dijelovima Kontinentalne Hrvatske, posebno onima udaljenijima od regionalnih centara gdje statistika potpune ekipiranosti stručnih timova škola ide još manje u prilog kvalitetnoj potpori učenika s teškoćama, upravo bi se intenziviranjem svijesti o uključivanju lokalne zajednice kao jednoga od partnera u obrazovanju mogli djelomično nadomjestiti izostali resursi, a što snažno zagovaraju dominantno strani izvori poput Walsh, Howard i Buckley (1999), Sheldon (2003), Manz i sur. (2010) i Epstein (2018). U regionalnome kontekstu istovremeno vrlo

obeshrabrujuće djeluju istraživanja poput Popović i Anđelković (2017), Vračar i Maksimović (2017) i Vrkić Dimić, Buterin Mičić i Luketić (2022) koja govore o slaboj suradnji s lokalnom zajednicom ili pak suradnji s lokalnom zajednicom kao jednim od poslova kojemu stručni suradnici pedagozi posvećuju najmanje vremena. Problematiku suradnje s lokalnom zajednicom dodatno usložnjavaju (vrijedna rijetka) nacionalna istraživanja poput Ledić, Staničić i Turk (2013) i Šimek, Ledić i Martinac Dorčić (2020) koja svjedoče o nedostatnom doprinosu visokoškolskoga obrazovanja i (u okviru istraživanih kompetencija za inkluzivnu praksu) najmanje procijenjenoj kompetentnosti stručnih suradnika pedagoga za prepoznavanje učenika s teškoćama, procjenu njihovoga psihofizičkoga stanja i izradu individualiziranoga odgojno-obrazovnoga programa. Opći aspekti rada, poput preopterećenosti ili zaokupljenosti malobrojnih članova stručnoga tima škole administrativnim zaduženjima, također ne idu u prilog osiguravanju uvjeta za suradnju s lokalnom zajednicom, odnosno za fokus rada, suradnju s udrugama za djecu s teškoćama. Tome sasvim sigurno „pridonose“ i legislativni dokumenti poput Nastavnoga plana i programa za osnovnu školu (2006) te Pravilnika o tjednim radnim obvezama učitelja i stručnih suradnika u osnovnoj školi (2014) koji tek na začeljima dokumenata kao neke od zadaća stručnih suradnika navode suradnju sa stručnjacima i vanjskim ustanovama te povezivanje škole s lokalnom i širom zajednicom. S obzirom na to da se, pored škola i ustanova socijalne skrbi, pomoć stručnjaka edukacijsko-rehabilitacijskoga profila najčešće pruža upravo u nevladinim udrugama (Vlah, Ferić i Raguz, 2019), gotovo je nevjerojatno da autori i dalje ističu kako je, radi nezadovoljstva većine sudionika suradnjom škola i vanjskih aktera, za suradnju s njima nužna otvorenost škole, njezinih djelatnika, ali i svakoga pojedinca uključenoga u odgojno-obrazovni proces (Kovač i Buchberger, 2013; Bošnjak, 2018; Kovač, 2021). Dodatno je moguće uočiti i preventivno usmjerenje utilizacije resursa lokalne zajednice, odnosno stav da škole sa zajednicom surađuju tek po pojavi određenoga problema (Štefulj i Kušević, 2021; Leskovar, 2023), a što jasno govori da cijela lepeza proaktivnih mogućnosti suradnje ostaje neprepoznata ili barem neiskorištena.

3. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

Temeljem Epsteinine teorije preklapajućih sfera utjecaja (1986) prema kojoj se škola, obitelj i lokalna zajednica smatraju trima primarnim domenama djetetova obrazovanja, i u empirijskom se dijelu rada polazi od premise da je za optimalan uspjeh svakoga djeteta, a posebno djeteta s teškoćama, nužna suradnja i podrška svih triju domena (Epstein i Sanders, 2006; Epstein, 2018).

Pritom za fokus rada u vidu imamo tri dodatno otežavajuće činjenice: prva je da istraživanja o određenim specifičnostima suradnje poput suradnje škola i udruga za djecu s teškoćama, koje su u manjim sredinama jedan od najdo-
stupnijih oblika podrške obiteljima djeteta s teškoćama, gotovo u potpunosti izostaju (Leskovar, 2023), druga da u manjim sredinama najčešće govorimo o nepotpunim stručnim timovima škola (Švegar i sur., 2020) u kojima su upravo pedagozi jedni od najzastupljenijih stručnih suradnika, te treća da na nacionalnoj razini pratimo blagi, ali kontinuirani porast učenika s teškoćama (koji trenutno čine 7,53 % ukupne učeničke populacije redovnih osnovnih škola (Školski e-Rudnik, 2022). Definiranje cilja istraživanja zaključeno je već istaknutom premisom da se među najtematiziranijim poslovima stručnih suradnika ističe upravo identifikacija stručnjaka prisutnih u zajednici te uspostava prvoga kontakta između članova obitelji koji imaju određene potrebe i članova zajednice koji žele i mogu pomoći učenicima i njihovim obiteljima (Bryan i Henry, 2012; Bryan i sur., 2019; Epstein i Van Voorhis, 2010). S obzirom na ovako predstavljenu problematiku suradnje obitelji, škola i lokalnih zajednica, formuliran je temeljni cilj istraživanja, a to je ispitati iskustva pedagoga osnovnih škola na području Kontinentalne Hrvatske o uspostavljenim oblicima suradnje škola s lokalnom zajednicom (s posebnim naglaskom na udruge za djecu s teškoćama), steći uvid u razinu uspostavljene suradnje te pokušati skicirati moguće perspektive proaktivnije i kvalitetnije suradnje.

3.1. Metodologija

S obzirom na postavljeni istraživački cilj, u ovome je istraživanju odlučeno pristupiti korištenjem kvalitativne istraživačke paradigme jer se njome nastoji razumjeti i interpretirati smisao i značenje koje pojedinci pridaju vlastitim radnjama, doživljajima i iskustvima (Halmi, 2005). Kako bi se, dakle, dobio dublji uvid u doživljeno iskustvo svakodnevne suradnje najprije djelatnika škola, a potom i škola i roditelja djece s teškoćama te škola i udruga za djecu s teškoćama prisutnih u lokalnoj zajednici, primijenjen je (djelomično asinkroni¹⁷⁷)

177 Period provedbe istraživanja dijelom je zahvatio i kraj drugog polugodišta koje, prema riječima sudionika, predstavlja najopterećeniji dio školske godine, a zbog kojega su sudionici samoinicijativno predlagali opciju asinkronoga intervjua. Istraživačicama je ovakav slijed korespondencije bio dvostruko zanimljiv: prije svega zbog mogućega doživljaja (ne)značajnosti istraživačke teme na temelju kojega sudionici odlučuju o sudjelovanju (ali isključivo u određenome obliku), a potom i zbog naslućene tendencije provedbe asinkronih intervjua u domaćemu znanstvenome kontekstu za kojim sudionici samoinicijativno (!) iskazuju interes. Procjena istraživačica bila je da omjer ograničenja asinkronoga intervjua (Opdenakker, 2006), poput izostanka neverbalnih znakova ili nemogućnosti pojašnjavanja ili nadopunjavanja pitanja, ima manju

polustrukturirani fenomenološki intervju. Kako ističu Smith i Osborn (2008), u fenomenološkome intervjuu sudionici se smatraju iskustvenim ekspertima o temi, stoga im je nužno omogućiti i prepustiti pričanje vlastite priče. Istraživanje je provedeno u periodu od veljače do lipnja 2023. godine, a uzorak je činilo 10 sudionika¹⁷⁸, stručnih suradnica pedagoginja zaposlenih u osnovnim školama na području Kontinentalne Hrvatske (tablica 1)¹⁷⁹. Poziv na sudjelovanje u istraživanju u kojemu se sudionike detaljno informira o svrsi i postupku istraživanja stručnim je suradnicima upućen izravno elektroničkom poštom na službene adrese osnovnih škola, a po njihovom odazivu, prosljeđen im je i obrazac Informiranoga pristanka na potpis. Broj sudionika u uzorku nije bio unaprijed određen jer se željelo tijekom provedbe istraživanja zaključiti o postignutome kriteriju saturacije prikupljenih podataka (Merriam, 2009), no ipak je presudio kriterij (ne)odaziva koji također držimo vrlo indikativnim.

Polustrukturirani se intervju sastojao od triju dijelova i ukupno 24 čestice. Prvi se dio sastojao od pitanja zatvorenoga tipa o općim podatcima o sudionicama (rod, dob, stručna sprema, godine radnoga staža ukupno te godine radnoga staža u trenutnoj školi), drugi na opće podatke o školi i učenicima, dok se treći, posljednji dio intervjuja, odnosio na mišljenje sudionica o suradnji škole s udrugama za djecu s teškoćama. Ovaj je dio intervjuja očekivano najopširniji te se sastojao od 18 čestica. Prosječno vrijeme trajanja intervjuja bilo je 30 minuta. Radi analize podataka provedena je transkripcija intervjuja, pri čemu je svakoj sudionici pridana odgovarajuća oznaka (npr. S1, S2, S3 itd.). Svi su podatci koji su u transkriptima na bilo koji način eventualno otkrivali identitet sudionica istraživanja ili bilo koje druge osobe koja se spominjala u intervjuu (poput ukupnoga broja učenika, broja učenika s teškoćama (s rješenjem o primjerenome obliku školovanja i županije kojoj pripada škola itd.) izostavljeni iz daljnje analize kako bi se sudionicama osigurala anonimnost. Tako smo osigurali zaštitu anonimnosti u slučaju naknadnoga svjesnoga iščitavanja, tj. onemogućili povezivanje dobivenih odgovora s ustanovom u kojoj je sudionica zaposlena. U procesu analize podataka korištena je tematska analiza (Braun i

značajnost od dobivanja informacijske snage, odnosno dubljega uvida u razumijevanje i iskustva sudionika u nacionalnome kontekstu gotovo nezastupljenoj istraživačkoj temi. Odluci u prilog govore i prednosti asinkronoga intervjuja koje ističe Opdenakker (2006) poput one da osoba tijekom asinkronoga intervjuja nije pod pritiskom davanja socijalno poželjnih odgovora jer joj asinkrona komunikacija može pružiti osjećaj anonimnosti ili pak da na pitanja može odgovarati svojim tempom, bez pritiska i ekstenzivnije nego uživo.

178 Budući da je konačni uzorak rodno homogen, u nastavku tekstu koristit će se termin sudionice istraživanja.

179 Sve su sudionice bile visoke stručne spreme, stoga taj podatak nije posebno istican u tablici 1.

Clarke, 2013), metoda kojom se nastoji identificirati, analizirati i izvijestiti o temama koje se javljaju u određenome skupu podataka. Na temelju transkripata i prvoga iščitavanja upisane su inicijalne zabilješke (označavanje zanimljivih dijelova teksta poput zapažanja i preliminarnih interpretacija), a zatim se pristupilo dubinskome upoznavanju podataka procesom kodiranja svakoga pojedinačnog transkripta. Daljnjom iteracijom čitanja tražena su preklapanja među kodovima, kodovi su grupirani u teme te su kreirane glavne teme koje opisuju uzorke značenja u odnosu na istraživačka pitanja (Braun i Clarke, 2013). Treba naglasiti kako su nakon inicijalnoga kodiranja obje istraživačice usuglasile način kodiranja, ali i iterativno pristupale daljnjim koracima analize kako je i predviđeno prema Brod, Tesler i Christensen (2009).

Tablica 1: Struktura uzorka¹⁸⁰

	DOB	RADNI STAŽ (UKUPNO)	RADNI STAŽ (TRENUTNA ŠKOLA)	STRUČNI TIM ŠKOLE
S1	28	2	2 mj.	PED, KNJ, PSI, LOG
S2	55	24	24	PED, KNJ, PSI
S3	37	10	3,5	PED, KNJ, PSI, SOC
S4	62	39	18	PED, KNJ, PSI, EDU
S5	36	10	9	PED, KNJ ³
S6	39	15	14	PED, PSI ⁴ , LOG
S7	40	6	6	PED, KNJ, PSI, SOC
S8	39	15	15	PED, KNJ
S9	33	6	6	PED, KNJ, PSI, EDU
S10	38	14	9	PED, KNJ, KNJ ⁵ , PSI, SOC

180 Korištene kratice: PED (pedagog), KNJ (knjižničar), PSI (psiholog), EDU (edukacijskin rehabilitator), LOG (logoped), SOC (socijalni pedagog).

3.2. *Rezultati i rasprava*

Radi postizanja kriterija unutarnje dosljednosti, u nastavku će se (s obzirom na opsežnost prikupljene građe, ali i zadane okvire ovoga teksta) najzanimljiviji rezultati potkrepljivati (uz prethodno uklanjanje eventualno identificirajućih podataka) citatima, što čitatelju omogućuje da sam preispita ponuđene interpretacije istraživača (Smith i Osborn, 2008). Tematskom analizom prikupljenih podataka definirano je pet glavnih tema (Suradnja djelatnika škole, Suradnja škole i roditelja djece s teškoćama, Suradnja škole i lokalne zajednice, Suradnja škole i udruga za djecu s teškoćama te Mogućnosti unapređivanja suradnje) koje će u nastavku biti detaljnije opisane.

3.2.1. *Suradnja djelatnika škole*

O suradnji između djelatnika škole u kontekstu neposrednoga rada s učenicima s teškoćama sudionice nisu iznosile detaljizirane odgovore. Pretpostavlja se da je riječ o uvriježenoj svijesti da je ona preduvjet suradnje i sa svim drugim akterima odgojno-obrazovnoga procesa, a koja je istovremeno rezultirala davanjem općih, društveno poželjnih odgovora. Osam sudionica suradnju smatra dobrom ili izvrsnom, dok su isključivo S1 i S2 naglasile da to izrazito ovisi o percepciji pojedinca te da je dijapazon stavova od minimalnoga angažmana pa do potpunoga davanja obilježje svakoga kolektiva. Zanimljivo je primijetiti kako potonje sudionice rade u višečlanim timovima, što može sugerirati da sama ekipiranost, tj. premisa potpunosti stručnih timova od koje polazimo u teorijskome dijelu rada ne znači nužno i optimalne uvjete obrazovanja djece s teškoćama.

3.2.2. *Suradnja škole i roditelja djece s teškoćama*

Posve je jasno da se već suradnja škole i opće populacije roditelja smatra kompleksnim konceptom koji može zaživjeti isključivo zahvaljujući obostranome povjerenju i otvorenosti za postizanje zajedničkoga dogovora (Kolak, 2006), stoga je možda i nepotrebno naglašavati kako suradnja sa specifičnom skupinom roditelja, poput roditelja djece s teškoćama, od zaposlenika škole nužno zahtijeva osvještavanje konkretnoga markera različitosti i uklanjanje prepreka otežanoj suradnji zbog njega (Kušević, 2016). U skladu s time, pitanje o ostvarenoj suradnji s roditeljima djece s teškoćama (što je uključivalo

potpitanja o učestalosti, kvaliteti te iniciranju suradnje) očekivano je rezultiralo sadržajnijim odgovorima. Osim zadovoljavajuće, dio sudionica naglasio je kako suradnja s roditeljima zna biti izazovna (S1, S2, S4), pri čemu S1 kao najveće izazove ističe razilaženje perspektiva, roditeljski otpor, učestalu osjetljivost i napadački oblik komunikacije. Analizirajući aspekt iniciranja suradnje, S1 smatra kako je inicijativa obostrana, dok su sve ostale sudionice naglasile kako one iniciraju suradnju s roditeljima (pri čemu S4 i u ovoj kategoriji posebno naglašava suradnju s učiteljima). Razlog tomu vjerojatno leži u činjenici da se izazovi suradnje s roditeljima često pojavljuju pri uočenim odstupanjima, odnosno iniciranju timske obrade, a što u najvećoj mjeri najprije primijete učitelji. Istaknuti svakako treba i činjenicu kako S6 i S7 jasno naglašavaju kako s roditeljima djece s teškoćama najčešće komuniciraju stručne suradnice logopedinja i socijalna pedagoginja.

3.2.3. *Suradnja škole i lokalne zajednice*

Po pitanju suradnje na razini lokalne zajednice, zapravo se i očekivalo da škole aktivno surađuju s akterima poput zdravstvenih institucija, centara potpore, specijaliziranih ustanova i udruga (koje nude različite usluge, tj. resurse koji su u vlastitim redovima prepoznati kao nedostatni), stoga ne iznenađuje što su sve sudionice, osim S8, izrazile zadovoljstvo suradnjom škole i lokalne zajednice. Na pitanje s kime konkretno surađuju, sudionice navode školske liječnike, policiju, Centar za socijalnu skrb, Obiteljski centar, gradske knjižnice, Centar za pružanje usluga u zajednici (uklonjen podatak o mjestu, op. a.), mjesne zajednice, gradske četvrti, grad i županiju (zanimljivo, isključivo S9), vrtiće, sportske klubove, vatrogasne domove, kulturno-umjetnička društva, lokalne obrte, Centar za rehabilitaciju (uklonjen podatak o mjestu, op. a.), Dnevni centar (uklonjen podatak o mjestu, op. a.) te Hrvatski zavod za zapošljavanje. Po stavu izdvojena S8 radi u vrlo maloj sredini i ocjenjuje suradnju s lokalnom zajednicom kao lošu. Ipak, među suradnicima navodi pomoć vanjske stručne suradnice iz Centra „Vinko Bek“ za učenika s teškoćama vida te povremeno Hrvatski Crveni križ.

O iniciranju suradnje mišljenja su oprečna: polovica sudionica smatra da suradnju s lokalnom zajednicom većinom inicira škola, dok druga polovica (konkretno S3, S5, S6, S9 i S10) smatra da je inicijativa za uspostavom suradnje obostrana. Pritom ističemo neočekivani, kontradiktoran odgovor S5, s obzirom na to da je, pored stručne suradnice knjižničarke, u svojoj školi jedina stručna suradnica. Očekivalo bi se da će upravo njezini odgovori biti najangažiraniji u smislu (barem) inzistiranja na širenju suradnje, no i u sljedećem njezinome citatu nalazi se upravo suprotan stav:

„Tu baš nemamo nekakvu mrežu potpore za učenike s teškoćama. Spominjala sam već pomoćnike u nastavi. Oni su zaposleni preko projekta županije, a oni koji nisu odobreni od njih, su nam odobreni od strane Društva multiple skleroze. To je udruga s kojom surađujemo, oni su zapravo njihovi zaposlenici, ali rade kod nas. No, to je u principu to što se naše suradnje s njima tiče (S5)“ (Leskovar, 2023, 35).

U dijelu u kojemu je bilo riječi o suradnji s resursima u lokalnoj zajednici koja se konkretno odnosi na potporu učenicima s teškoćama, sve su sudionice navele pomoćnike u nastavi, dok su S4 i S8 navele i specijalizirane ustanove te nekoliko udruga s kojima su u nekom periodu ostvarivali suradnju. Zanimljivo je primijetiti kako je u školi u kojoj radi S4 zaposlen stručni suradnik edukacijski rehabilitator (što se tumači kao dodatno razvijena svijest o pravovremenoj i sveobuhvatnoj podršci učenicima s teškoćama na koju, s obzirom na statistike učenika s teškoćama, čak i u situacijama potpunih stručnih timova, nije moguće optimalno odgovoriti), dok je S8 najdrastičniji primjer sudionice koja radi u najmanjem stručnome timu, i to uz knjižničarku koja je zaposlena na pola radnoga vremena. S7 ovdje specifično navodi Centar za socijalnu skrb, Obiteljski centar, HZZ, Opću bolnicu (logoped). Zaključno treba istaknuti kako se isticani primjeri suradnje u velikoj mjeri odnose na državne institucije s kojima je suradnja i zakonski obvezujuća, što je također indikativan podatak. Možda je najdrastičniji primjer štura izjava S10 koja navodi da na području grada (dakle, u većoj sredini u odnosu na neke sudionice iz manjih, često i ruralnih dijelova Kontinentalne Hrvatske) postoji isključivo jedna udruga za djecu s teškoćama s kojom trenutno ne surađuju („*surađivali su prije nekoliko godina*“).

3.2.4. Suradnja škole i udruga za djecu s teškoćama

Četvrta se tema odnosila na suradnju škole i udruga za djecu s teškoćama, konkretno na oblike i učestalost suradnje, kriterij inicijative, ulogu pedagoga te perspektivu stručnoga usavršavanja. Na ovo su pitanje odgovori sudionica bili izrazito različiti, no svima im je zajedničko da je suradnja s udrugama specifično za djecu s teškoćama slabo zastupljena. S7, primjerice, jasno ističe kako se suradnja s udrugom zapravo odnosi isključivo na zapošljavanje pomoćnika u nastavi. S4 pak navodi kako se zapravo ne radi o konkretnoj suradnji škole i udruga, već tek upućivanju roditelja na udruge.

„Manja smo sredina, ne obilujemo udrugama, imamo samo jednu udruhu. Veoma su aktivni, to je naša udruga za (uklonjena kategorija teškoće iz opisa udruge, op. a.). Oni se bave promicanjem prava osoba s invaliditetom i njih-

vih obitelji. Nemaju zaposlenih, nemaju zaposlenog rehabilitatora, psihologa i zapravo sve se svodi na volonterski rad, a financira se putem projekata (S2)“ (Leskovar, 2023, 37).

Gornjim se citatom htjelo dodatno apostrofirati još jednu karakteristiku sustava koji u tolikoj mjeri ne pokriva potrebe podrške djeci s teškoćama, da je i nelogičnost da škola usmjerava roditelje prema udruzi koja nema zaposlenih stručnjaka, već isključivo volontere, procijenjena boljom utilizacijom resursa od nikakve. Kao što se i potvrdilo u nastavku intervjua, riječ je o članovima volonterima koji su i sami roditelji djece s teškoćama, odnosno koji imaju iskustva s korištenjem resursa lokalnih zajednica, pa u tome smislu mogu itekako biti od pomoći djeci s teškoćama i njihovim obiteljima. Ipak, ambivalentan stav sudionice prema radu udruge dodatno potvrđuje i komentar o zanemarioj zainteresiranosti roditelja za uspostavom suradnje s udrugom. S5 suradnju vidi isključivo kao humanitarno djelovanje, odnosno prikupljanje donacija na godišnjoj razini, a S3 kao nepostojeću. Potpuno je suprotnoga stava tek S1 koja nabraja suradnju s većim brojem udruga, međutim, naglašava da njihova djelatnost nije usmjerena isključivo na djecu s teškoćama. Nadalje, prvi od dva najelaboriranija odgovora na sljedeće postavljeno pitanje o oblicima suradnje škola i udruga dale su S1 i S2, od kojih zbog bogatih primjera navodimo iskaz S2:

„Surađujemo s udrugama kroz projekte koji onda mogu biti školski i razredni. Imali smo projekt gdje je njihov cilj bio osnažiti i emocionalno ohrabriti djecu s teškoćama, ali i senzibilizirati suučenike na takvu djecu. To su projekti na razini škole, ali imamo i nekoliko učiteljica koje u sklopu svojih razrednih kurikuluma planiraju suradnju s udrugom te onda tu suradnju ostvaruju kroz projekte. To su razne pedagoške, psihološke radionice, senzibilizacija učenika prema ljudima s teškoćama, radionice zajedničkog oslikavanja, kulinarstva, izrada zimnice, krojačke radionice i slično. Drugi oblik suradnje je kroz volonterski rad. Uglavnom u njemu sudjeluju naše učiteljice i ja. Treći vid suradnje su edukacije. Udruga često poziva stručnjake različitih profila u svoje prostore te omogućava edukacije za roditelje, no i mi smo pozvani. Nekada su radionice namijenjene korisniku, učitelju te zapravo svima koji sudjeluju u odgojno-obrazovnom procesu. Najčešće su u okviru tih radionica prisutni stručnjaci s ERF-a, ponekad i stručnjaci iz drugih država, a ukoliko je potrebno i pravnik. I četvrti vid suradnje koji sam izdvojila je suradnja u društvenom poduzetništvu. Jako su aktivna udruga i maksimalno žele uključiti svoje korisnike u razne aktivnosti kako praktične, tako i životne (S2)“ (Leskovar, 2023, 38).

Nadalje, isključivo je S8 navela dvije udruge konkretno specijalizirane za rad s određenim kategorijama teškoća (uklonjeni nazivi udruga, op.a.), a koje su im povremeno održavale radionice za učenike, predavanja za roditelje, pre-

davanja za učitelje, stručna usavršavanja za suradnike, ali i individualno radile s učenikom s teškoćama. S9 ističe kako surađuju isključivo s jednom udrugom, i to jednom godišnje, kad su u pitanju priredbe i natjecanja za djecu s teškoćama, što posve jasno govori o nerazvijenosti suradnje. Sljedeća su se pitanja odnosila na inicijativu i intenzitet suradnje škole i udruga za djecu s teškoćama. S7 je jedna od rijetkih sudionica koja nije odgovorila s „*obje strane*“, već je istaknula kako škola češće inicira suradnju, dok S1, S3 i S4 pak ističu kako to češće čine udruge. Pritom treba skrenuti pozornost na činjenicu da je inicijativa udruga bila zastupljenija u primjerima dviju škola iz jednoga od regionalnih centara Kontinentalne Hrvatske. Jednoj od njih udruge početkom školske godine dostavljaju vlastite programe kako bi se ondje navedene aktivnosti mogle jednostavnije uvrstiti i u školski kurikulum, a što se smatra izrazito kvalitetnim načinom suradnje i korištenja resursa lokalne zajednice.

Tematizirajući konkretnu ulogu stručnih suradnika pedagoga u suradnji s udrugama za djecu s teškoćama, vrlo je indikativno što se isključivo u odgovorima S1 i S7 ističe preciznost u opisima poslova svakoga člana stručnoga tima. One, primjerice, navode kako je taj dio poslova u ingerenciji logopedinje, odnosno socijalne pedagoginje, dok preostale sudionice tek načelno spominju neposredan rad s djecom te komunikaciju i informiranje roditelja. S6 konkretno ističe koordinaciju, dogovaranje termina, razreda i dokumentaciju (pri provedbi barem jednoga ciklusa radionica svake godine). Daleko raznovrsniji odgovori dobiveni su kod pitanja o načinima ostvarivanja suradnje (edukativno/informativno, preventivno ili kurativno): S3 ih je definirala edukativnim, S1 smatra da je najčešće riječ o rješavanju otprije postojećih problema, S9 ističe da je riječ o *druženju*, dok preostale sudionice smatraju da je riječ o različitim kombinacijama načina ostvarivanja suradnje.

Izrazito različite stavove sudionice su iznosile govoreći o suradnji s udrugama ili lokalnom zajednicom u odnosu na mogućnosti stručnoga usavršavanja djelatnika škole: dok čak osam sudionica konkretnu mogućnost stručnoga usavršavanja vidi u organizaciji predavanja, S3 i S5 kratko navode kako ne vide takvu mogućnost. Zanimljiv je odgovor S9 koja pritom spominje AZOO, MZO i ŽSV-ove, što vjerojatno znači da se i ovaj odgovor može pridodati onima koji u postojećoj suradnji ne vide prostor za vlastito stručno usavršavanje. Sljedeće se pitanje odnosilo na praćenje napretka, učinkovitosti i kvalitetu suradnje. Iznenaduje da su tek S1, S4, S6 i S8 navele neki oblik praćenja (npr. u razvojnome planu koji govori o kvaliteti rada škole, tj. samovrednovanju (S1), u dosjeima učenika (S4), kroz razgovore s učenicima i roditeljima (S6), evaluacije nakon održanih radionica/predavanja (S8)), dok su ostale tek natuknule kako dosad nisu pratile kvalitetu suradnje. Završna su se pitanja analizirana pod ovom temom odnosila na pozitivne i negativne strane suradnje. Od pozitiv-

nih S2, S4 i S8 ističu dobrobit djece i njihovo osnaživanje (ali i predavanja za roditelje i djelatnike škole), S3 i S6 razvijanja kreativnosti i podršku djeci, S7 osiguravanje pomoćnika, S9 druženje i komunikaciju, dok S1 sjajno poentira s dobivanjem „nove perspektive“:

„Znanje i iskustva stručnjaka iz udruga koja budu prenesena na odgojno-obrazovne djelatnike u ustanovi. Također, treba naglasiti i dobivanje njihove perspektive rada, pošto su to udruge koje su nevladine organizacije s malo drugačije posloženim sustavom rada i drugačijom zakonskom regulativom. Te udruge vrlo često u fokusu imaju upravo to zbog čega su osnovane i taj dio prakse i teorije vrlo direktno prenose dalje i motiviraju kroz taj neposredni rad. Ovakav tip suradnje je i u službi svojevrsnog motivatora nas koji smo u sustavu te nas nekad možda malo “zaustave” i potaknu da preispitamo svoje odluke i sve ono što radimo na svakodnevnoj razini s djecom s teškoćama. Mislim da je vrlo pozitivno kad udruge dolaze u škole i rade neposredno s djecom. Oni su zaista specijalizirani za rad u nekom području, svatko ima svoju domenu i iz nje direktno progovara (S1)“ (Leskovar, 2023, 44).

Ovdje se želi istaknuti kako je dosad već jasno izraženo da S1 generalno daje vrlo detaljne odgovore, a što je zapravo vrlo neočekivano, s obzirom na to da ima sveukupno tek dvije godine radnoga staža i samo dva mjeseca radnoga staža u trenutnoj školi. Želi se vjerovati da je riječ o sjajnoj suradnji između članova četveročlanoga stručnoga tima, zbog kojega osoba vrlo suvereno poma i kritički promišlja ulogu stručnoga suradnika pedagoga. Dodatno je zanimljivo spomenuti kako su S2 i S4 najstarije sudionice (55 i 62 godine) s najduljim radnim iskustvom, a koje u analizi vrlo često imaju negativnije konotirane odgovore. Primjerice, S2 suradnju djelatnika škole jedina ne smatra dobrom ili izvrsnom (već naglašava kako to varira s obzirom na to s kime surađuju), suradnju s roditeljima obje ne opisuju zadovoljavajućom (već izazovnom), a upravo će se njihovi odgovori naći i u primjerima negativnih strana suradnje škole i udruga za djecu s teškoćama. Eventualno bi se, dakle, na temelju negativnije obojenosti odgovora moglo govoriti o dobnoj i generacijskoj razlici. Govoreći o negativnim stranama, S2, S4 i S8 konkretno navode mali broj udruga u njihovoj lokalnoj zajednici, S1 i S3 preopterećenost poslom koja onemogućava (češću) suradnju s udrugama, S1 nedovoljnu informiranost o stručnosti članova udruga, S6 problematiku periodičnoga financiranja udruga, dok ostale sudionice smatraju da negativnih strana suradnje nema, što je također indikativan podatak. Posebno je zanimljiv iskaz S4 koja je izrazila zabrinutost za stigmatizaciju djeteta zbog uključivanja u rad udruge. Taj smo problem prethodno već definirali kao suradnju primarno kurativnoga karaktera, a što u manjim sredinama postaje dodatno osjetljivim etičkim i profesionalnim pitanjem.

3.2.5. *Mogućnosti unapređivanja suradnje*

Posljednja detektirana tema odnosila se na mišljenja sudionica o mogućnostima poboljšanja suradnje škole i udruga za djecu s teškoćama. Sve su se sudionice (osim S6) očekivano složile kako i dalje postoji prostor za napredak, no svjesne su izrazite međuovisnosti napretka i brojnih aspekata poput (ne) postojećih resursa, opterećenosti stručnih suradnika i kvalitete komunikacije između škola i udruga. Svakako se posebno želi apostrofirati izrazito zanimljiv stav S8 koja je, očigledno, razočarana sustavom, tj. (s obzirom na legislativne odredbe) nemogućnošću boljega ekipiranja stručnoga tima škole (s manjim, ali i dalje potrebitim brojem učenika koji su u manjoj sredini udaljeniji od resursa regionalnih centara), mogući smjer unapređenja vidjela u pojačavanju stručnjaka u samim udrugama:

„Suradnja se može ojačati na način da udruge povećaju svoje kapacitete kako bi mogli intenzivnije raditi s učenicima s teškoćama, da zaposle stručnjake (logopede, psihologe...) koji bi bili na raspolaganju učenicima i roditeljima jer u školi nemamo logopeda, defektologa ni psihologa kao ni dovoljno vremena za rad s učenicima s teškoćama“ (S8).

Dodatno je zanimljivo spomenuti i da se nitko od sudionica u svojim odgovorima nije osvrnuo na potrebe djece s konkretnim kategorijama teškoća od kojih neke itekako predstavljaju izazov u okvirima postojećega obrazovnoga sustava, kao i da se tek jedna sudionica osvrnula na nedovoljnu razinu koordinacije svih uključenih strana i potrebu uspostavljanja mehanizma upoznavanja škola s izrazito fluktuirajućim miljeom udruga, kao i usluga koje pružaju. Jedino S8 na ovo pitanje ističe da kao mogućnost unapređenja vidi u pravovremenome slanju ponuda udruga jer udruge često pošalju programe nakon početka školske godine, što znači da ih se ne može implementirati u školske kurikulume. Naposljetku je nužno osvrnuti se i na gotovo potpuni izostanak odgovora sudionica na posljednje pitanje koje se odnosilo na eventualne, za temu relevantne, aspekte koji u intervjuu nisu bili zastupljeni, a što apsolutno potvrđuje podzastupljenost i neusustavljenost suradnje škola i udruga djece s teškoćama u suvremenome obrazovno-političkom diskursu. Čak bi se moglo reći i neprioritetnost, a što vrlo lijepo odražava i posljednji citat:

„Prostora uvijek ima, ali to znači da pati neki drugi dio posla, ali se s obzirom na situaciju procijene prioriteta za određeni period“ (S7).

Jedini je, i to vrlo općeniti odgovor, dala S9 istaknuvši da bi intervju bilo korisnije provoditi sa sudionicima regionalnih centara koji u svojim lokalnim zajednicama imaju veći broj udruga za djecu s teškoćama, no već je i u odgovorima ostalih sudionica bilo jasno da lokacija u regionalnim centrima Kontinentalne Hrvatske ne znači nužno i visoki stupanj suradnje.

4. ZAKLJUČAK

Ovim se radom pokušalo analizirati i razumjeti mišljenja stručnih suradnika pedagoga (kao jednih od najzastupljenijih profila stručnih suradnika) o mogućnostima utiliziranja resursa lokalne zajednice, konkretno udruga za djecu s teškoćama, koje su u manjim sredinama jedan od najdostupnijih oblika podrške primarno obiteljima djeteta s teškoćama. S obzirom na to da je u današnjemu kontekstu često nepotpunih stručnih timova i rastućega broja učenika s teškoćama vrlo lako prepoznati inkluzivno slab(ij)e točke odgojno-obrazovnih ustanova s jedne, ali i potencijal suradnje s lokalnom zajednicom s druge strane, očekivali smo da će suradnja biti zastupljena i razvijena te smatrana dodatnim, važnim resursom u procesu osiguravanja inkluzivnoga obrazovanja. Tematskom analizom prikupljenih podataka definirano je pet tema koje поближе opisuju suradnju stručnih suradnika pedagoga i udruga za djecu s teškoćama u lokalnoj zajednici (Suradnja djelatnika škole, Suradnja škole i roditelja djece s teškoćama, Suradnja škole i lokalne zajednice, Suradnja škole i udruga za djecu s teškoćama te Mogućnosti unapređivanja suradnje), o kojima je detaljno raspravljano u prethodnome poglavlju. Podatci upućuju na općenito slabu razinu suradnje s udrugama za djecu s teškoćama, ali i na različite barijere ostvarivanja takvih suradnji poput nepostojećega mehanizma predstavljanja udruga u lokalnim zajednicama, (ne)stručnosti njihovih članova, neujednačen stav o inicijativi uspostavljanja i koordinaciji suradnje, isključivo periodičnoga financiranja udruga, tj. aktivnosti koje nude školama, nepostojanje ili koncentracija udruga u regionalnim centrima Kontinentalne Hrvatske, općenite preopterećenosti poslom stručnih suradnika, ali i neprioritetnosti ovoga oblika profesionalnoga djelovanja stručnih suradnika pedagoga. S obzirom na to da se u uvodnome pregledu (istina, međunarodne) literature među najtematiziranim poslovima stručnih suradnika istaknula identifikacija stručnjaka prisutnih u zajednici te uspostava prvoga kontakta između članova obitelji koji imaju određene potrebe i članova zajednice koji žele i mogu pomoći učenicima i njihovim obiteljima (Bryan i Henry, 2012; Bryan i sur., 2019; Epstein i Van Voorhis, 2010), upravo potonju neprioritetnost vidimo najvećim detektiranim problemom kojemu se u budućem znanstvenome radu treba dodatno posvetiti.

Zaključno je potrebno osvrnuti se i na određene metodološke izazove provedbe kvalitativnih istraživanja. Naime, čak je pet sudionica (dakle, polovica) bilo vrlo sličnoga radnoga iskustva (između 10 i 15 godina), no ipak ih percipiramo i kao djelatnike u najpotentnijemu periodu radnoga vijeka te ne smatramo nužno ograničavajućim obilježjem uzorka. Nadalje, iako u kvalitativnoj paradigmi ni najmanje ne težimo generalizaciji, ipak se treba osvrnuti na kriterij

saturacije podataka koji, s obzirom na to da je u većini pitanja dobivena visoka razina podudarnosti odgovora, smatramo postignutim. Ograničenje, međutim, vidimo u činjenici da su s polovicom sudionica (S6 do S10) provedeni asinkroni intervjui koji nisu ostavljali mogućnost postavljanja potpitanja u dijelovima koji se nisu podudarali u nekim manjim elementima, a koji su za temu potencijalno izrazito zanimljivi. Tu svakako ubrajamo pitanja poput koji su razlozi prestanka suradnje, zašto dio sudionica ni na koji način ne evidentira/evaluiraju postojeću suradnju, zašto čak tri sudionice tek kratko konstatiraju da u okviru suradnje s udrugama ne vide mogućnost stručnoga usavršavanja itd. Potonje se, međutim, odnosilo i na sudionice s kojima je proveden intervju uživo, a što svakako znači i da je pred istraživačicama prostor za poboljšanje vlastitih sposobnosti vođenja intervjua. Zaključno je nužno osvrnuti se i na činjenicu da su tek dvije sudionice u svojim stručnim timovima imale zaposlene stručne suradnike edukacijske rehabilitatore, no to se u odgovorima (osim u jednome odgovoru S4) nije pokazalo važnim kriterijem. Dapače, jedan od najdetaljnijih odgovora o konkretnim oblicima suradnje s udrugama za djecu s teškoćama dala je sudionica (S8) iz ruralne sredine koja funkcionira gotovo samostalno (jedina stručna suradnica je knjižničarka koja radi na pola radnoga vremena). Svakako ostaje razmisliti i o mogućnosti daljnje dorade korištenoga protokola pri čemu posebno smatramo potrebnim naglašavanje uloge potpitanja u polustrukturiranim intervjuima (posebno kod šturih odgovora poput nepostojanja negativnih aspekata suradnje) ili dodatno propitivanje informacija poput one s kojim stručnim suradnicima pedagozi najčešće surađuju u radu s učenicima s teškoćama (kao i suradnji s udrugama za djecu s teškoćama) jer bi se dio općenitih odgovora sasvim izvjesno mogao promatrati i kroz, u kontekstu potpunih stručnih timova, posve legitimno i moguće dodjeljivanje obveze suradnje nekome drugome stručnome suradniku. Neovisno o tome, ovaj je rad svakako doprinio vrlo atraktivnoj, a gotovo u potpunosti zanemarenoj temi (i u nacionalnome i regionalnome diskursu), te tek naćeo znanstveni diskurs o propitivanju ekipiranosti stručnih timova naših škola, raspodjele poslova među njima, nedovoljne prepoznatosti ovoga dijela profesionalnih obveza u legislativnim dokumentima i, zaključno, velik, ali vrlo slabo iskorišten potencijal utilizacije inkluzivnih resursa u lokalnim zajednicama.

LITERATURA

1. Ainscow, M., Slee, R. i Best, M. (2019). The Salamanca statement: 25 years on. *International Journal of inclusive education*, 23(7-8), 671-676. <https://doi.org/10.1080/13603116.2019.1622800>

2. Baldaš, M. (2021). *Inkluzija djece s teškoćama predškolske dobi i razvoj usluga podrške na području grada Velike Gorice*. Završni specijalistički rad. Sveučilište u Zagrebu, Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet.
3. Bartulović, M. i Kušević, B. (2016). *Što je interkulturno obrazovanje? Priručnik za nastavnike i druge znatiželjnike*. CMS.
4. Batista, N., Jug, L. i Milić Babić, M. (2014), Uloga organizacija civilnog društva u podršci obitelji djece s teškoćama u razvoju. U: Karačić, Š. (ur.), *Zbornik sažetaka 6. konferencije socijalnih radnika: Socijalni rad u vrijeme socijalne i ekonomske krize*. Hrvatska udruga socijalnih radnika, 49-49.
5. Bošnjak, L. (2018). *Uloga organizacija civilnog društva u području izvaninstitucionalnog odgoja i obrazovanja*. Diplomski rad. Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet.
6. Bouillet, D. i Bukvić, Z. (2015). Razlike u mišljenjima studenata i zaposlenih učitelja o obrazovnoj inkluziji učenika s teškoćama. *Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja*, 51(1), 9-23.
7. Braun, V. i Clarke, V. (2013). *Successful qualitative research: a practical guide for beginners*. Sage.
8. Brod, M., Tesler, L. E. i Christensen, T. L. (2009). Qualitative research and content validity: developing best practices based on science and experience. *Qual Life Res.* 18(9), 1263-1278. <https://doi.org/10.1007/s11136-009-9540-9>
9. Bronfenbrenner, U. (1977). Toward an Experimental Ecology of Human Development. *American Psychologist*, 32(7), 513-531. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.32.7.513>
10. Bryan, J. i Henry, L. (2012). A Model for Building School-Family-Community Partnerships: Principles and Process. *Journal of Counseling & Development*, 90(4), 408-420. <https://doi.org/10.1002/j.1556-6676.2012.00052.x>
11. Bryan, J., Griffin, D., Kim, J., Griffin, D. M. i Young, A. (2019). School counselor leadership in school-family-community partnerships: An equity-focused partnership process model for moving the field forward. U: Sheldon, S. B. i Turner-Vorbeck, T. A. (ur.), *The Wiley handbook on family, school, and community relationships in education*. John Wiley & Sons, Inc, 265-287.
12. Clark, M. A. i Amatea, E. (2004). Teacher Perceptions and Expectations of School Counselor Contributions: Implications for Program Planning and Training. *Professional School Counseling*, 8(2), 132-140.
13. Daniel, G. (2011). Family-school partnerships: towards sustainable pedagogical practice. *Asia-Pacific Journal of Teacher Education*, 39(2), 165-176. <https://doi.org/10.1080/1359866X.2011.560651>
14. Dobrotić, I. i Laklija, M. (2012). Obrasci društvenosti i percepcija izvora neformalne socijalne podrške u Hrvatskoj. *Društvena istraživanja*, 21(1), 39-58. <https://doi.org/10.5559/di.21.1.03>

15. Državni pedagoški standard osnovnoškolskog sustava odgoja i obrazovanja. *Narodne novine* 63/2008.
16. Epstein, J. L. (1986). Toward an Integrated Theory of School and Family Connections. Report No. 3. Center for Research on Elementary and Middle Schools.
17. Epstein, J. L. (2018). School, family, and community partnerships in teachers' professional work. *Journal of Education for Teaching*, 44(3), 397-406. <https://doi.org/10.1080/02607476.2018.1465669>
18. Epstein, J. L. i Sanders, M. G. (2006). Prospects for Change: Preparing Educators for School, Family, and Community Partnerships. *Peabody Journal of Education*, 81(2), 81-120.
19. Epstein, J. L. i Van Voorhis, F. L. (2010). School Counselors' Roles in Developing Partnerships with Families and Communities for Student Success. *Professional School Counseling*, 14(1), 1-14.
20. Ferić, M. (2015), Razvoj sveobuhvatnog sustava podrške obiteljima: prilike i izazovi. U: Kaljača, S. i Nikolić, M. (ur.), *Tematski zbornik VI. međunarodne naučno-stručne konferencije „Unapređenje kvalitete života djece i mladih“*. Udruženje za podršku i kreativni razvoj djece i mladih i Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet Univerziteta u Tuzli, 84-94.
21. Florian, L. (2014). What counts as evidence of inclusive education?. *European Journal of Special Needs Education*, 29(3), 286-294. <https://doi.org/10.1080/08856257.2014.933551>
22. Halmi, A. (2005). *Strategije kvalitativnih istraživanja u primijenjenim društvenim znanostima*. Naklada Slap.
23. Hernández-Torrano, D., Somerton, M. i Helmer, J. (2022). Mapping research on inclusive education since Salamanca Statement: a bibliometric review of the literature over 25 years. *International Journal of Inclusive Education*, 26(9), 893-912. <https://doi.org/10.1080/13603116.2020.1747555>
24. Kolak, A. (2006). Suradnja roditelja i škole. *Pedagogijska istraživanja*, 3 (2), 123- 140.
25. Kovač, V. (2021). *Zadovoljstvo osnovnom školom roditelja djece s teškoćama u razvoju i uključenost u djetetovo školovanje*. Doktorski rad. Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet.
26. Kovač, V. i Buchberger, I. (2013). Suradnja škola i vanjskih dionika. *Sociologija i prostor*, 51(3 (197)), 523-545. <https://doi.org/10.5673/sip.51.3.5>
27. Kudek Mirošević, J. i Bukvić, Z. (2017). Differences in the provision of individualised educational support to students in different grades. *Hrvatska revija za rehabilitacijska istraživanja*, 53 (Supplement), 265-277.
28. Kušević, B. (2015). Zainteresirani roditelji uvijek nađu vremena za dolazak u školu! Suradnja obitelji i škole u kontekstu reprodukcije društvenih nejednakosti. *Društvena istraživanja*, 25 (2), 179-198. <https://doi.org/10.5559/di.25.2.02>

29. Lalić, D. (2006). Društveni trendovi i komunikacijski aspekti djelovanja nevladinih organizacija u Hrvatskoj. U: Franc, R. (ur.), *Udruge u očima javnosti: istraživanje javnog mnijenja s osvrtima*. Academy for Educational Development (AED), 164-175.
30. Ledić, J., Staničić, S. i Turk, M. (2013). *Kompetencije školskih pedagoga*. Filozofski fakultet u Rijeci.
31. Leskovar, M. (2023). *Jačanje suradnje škola i udruga za djecu s teškoćama*. Diplomski rad. Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet.
32. Ljubetić, M. (2014). *Od suradnje do partnerstva obitelji, odgojno-obrazovne ustanove i zajednice*. Element.
33. Manz, P. H., Power, T. J., Ginsburg-Block, M. i Dowrick, P. W. (2010). Community Paraeducators: A Partnership-Directed Approach for Preparing and Sustaining the Involvement of Community Members in InnerCity Schools. *The School Community Journal*, 20(1), 55-80.
34. Merriam, B. S. (2009). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. Jossey-Bass.
35. Messiou, K. (2017). Research in the field of inclusive education: time for a rethink?. *International journal of inclusive education*, 21(2), 146-159. <https://doi.org/10.1080/13603116.2016.1223184>
36. Nastavni plan i program za osnovnu školu. *Narodne novine*, 102/2006.
37. Nilholm, C. (2021). Research about inclusive education in 2020: How can we improve our theories in order to change practice?. *European Journal of Special Needs Education*, 36(3), 358-370. <https://doi.org/10.1080/08856257.2020.1754547>
38. Nilholm, C. i Göransson, K. (2017). What Is Meant by Inclusion?: An Analysis of High Impact Research in North America and Europe. *European Journal of Special Needs Education*, 32(3), 437-451. <https://doi.org/10.1080/08856257.2017.1295638>
39. Opdenakker, R. (2006). Advantages and Disadvantages of Four Interview Techniques in Qualitative Research. *Forum Qualitative Sozialforschung Forum: Qualitative Social Research*, 7(4). <https://doi.org/10.17169/fqs-7.4.175>
40. Popović, D. i Anđelković, A. (2017). Školski pedagozi o područjima rada pedagoga - praksa, teorija i zakonska regulativa. U: Turk, M. (ur.), *Suvremeni izazovi u radu (školskog) pedagoga: zbornik u čast Stjepana Staničića*. Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet, 292-308.
41. Pravilnik o tjednim radnim obvezama učitelja i stručnih suradnika u osnovnoj školi. *Narodne novine*, 34/2014.
42. Sanders, M. G. (2001). The Role of "Community" in Comprehensive School, Family, and Community Partnership Programs. *The Elementary School Journal*, 102(1), 19-34.

43. Sheldon, S. B. (2003). Linking school–family–community partnerships in urban elementary schools to student achievement on state tests. *The Urban Review*, 35(2), 149-165. <https://doi.org/10.1023/A:1023713829693>
44. Smith, J. A. i Osborn, M. (2008). Interpretative Phenomenological Analysis. U: Smith, J. A. (ur.) *Qualitative Psychology: A Practical Guide to Research Methods*. Sage, 53-80. <http://dx.doi.org/10.1002/9780470776278.ch10>
45. Staničić, S. (2005). Uloga i kompetencije školskih pedagoga. *Pedagogijska istraživanja*, 2(1), 35-46.
46. *Statističko izučješće 1702: Osnovne škole i dječji vrtići i druge pravne osobe koje ostvaruju programe predškolskog odgoja, kraj šk. g. 2020./2021. i početak šk./ped. g. 2021./2022.2022 (2022)*. Državni zavod za statistiku.
47. Šimek, L., Ledić, J. i Martinac Dorčić, T. (2020). Kompetencije pedagoga za inkluzivnu praksu. *Napredak*, 161(3-4), 291-314.
48. *Školski e-Rudnik (2022)*. Ministarstvo znanosti i obrazovanja.
49. Štefulj, L. i Kušević, B. (2021). Suradnja obitelji, škole i lokalne zajednice - pedagozi u double bindu. *Školski vjesnik*, 70(1), 399-413. <https://doi.org/10.38003/sv.70.1.14>
50. Švegar, D., Borbelj Čeko, J., Krulić Kuzman, K., Rogić, M., Viduka, D., Bijelić, M., Zelić, I., Zrilić, A., Jakšić, I., Tumpić, J., Daraboš, D., Paušak, B., Zgodić, S. i Sušan, I. (2020). *Stručni suradnici u osnovnoškolskom sustavu RH: elaborat*. Psihološko proljeće.
51. The Salamanca Statement and Framework for Action on Special Needs Education (1994). UNESCO & Ministry of Education and Science Spain.
52. Vislie, L. (2003). From integration to inclusion: focusing global trends and changes in the western European societies. *European journal of special needs education*, 18(1), 17-35. <https://doi.org/10.1080/0885625082000042294>
53. Vlah, N., Ferić, M. i Raguz, A. (2019). Nepovjerenje, spremnost i nelagoda roditelja djece s teškoćama u razvoju prilikom traženja socijalno-stručne pomoći. *Jahr*, 10(1), 75-97. <https://doi.org/10.21860/j.10.1.4>
54. Vračar, M. i Maksimović, A. (2017), Perspektiva pedagoga: kompetencije potrebne za uspješno profesionalno djelovanje. U: Turk, M. (ur.), *Suvremeni izazovi u radu (školskog) pedagoga: zbornik u čast Stjepana Staničića*. Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet, 214-235.
55. Vrkić Dimić, J., Buterin Mičić, M. i Luketić, D. (2022). Analiza poslova pedagoga: učestalost obavljanja i samoprocjena osposobljenosti. U: Vican, D., Ledić, J. i Radeka, I. (ur.), *Odgojno-obrazovni diskurs pedagogije*, Sveučilište (Zadar), 39-81.
56. Walsh, M. E., Howard, K. A. i Buckley, M. A. (1999). School Counselors in School Community Partnerships: Opportunities and Challenges. *Professional School Counseling*, 2(5), 349-356.

NEMAMO VIŠE NI KUNE U DŽEPU, ALI IMAMO PARA – O (NE)USPJELOJ LEMATIZACIJI FRAZEOLOŠKIH SVEZA SA SASTAVNICOM KUNA

Izvorni znanstveni rad

Damir Mišetić

Filozofski fakultet Sveučilišta u Mostaru
Matice hrvatske b.b.
88000 Mostar
damir.miseti@ff.sum.ba

Sažetak

U europskim jezicima novčane jedinice koje su trenutno u optjecaju, kao i one koje su davno dokinute i zamijenjene drugima, imaju svoje mjesto među nacionalnim frazemima. Hrvatska novčana jedinica kuna bila je u Republici Hrvatskoj u optjecaju više od 28 godina. Nakon što je uvedena, vrlo je brzo prihvaćena i u frazeologiji, zahvaljujući i tomu što je gotovo cijelo tisućljeće u hrvatskim zemljama bila simbolom novčane vrijednosti. Uz patrijarhalni križ pojavljuje se na slavonskome banovcu još u 13. stoljeću, a od kraja 15. stoljeća lik kune nalazi se na grbu Slavonije, a kasnije i na grbu Republike Hrvatske. Premda prosječnomu govorniku hrvatskoga jezika nije nužna osobita jezikoslovna naobrazba i frazeološko znanje kako bi došao do zaključka da je kuna razvila bogatu frazeologiju, na temelju prelistavanja hrvatskih općih i frazeoloških rječnika razvidno je da frazeološke sveze sa sastavnicom *kuna*, osim pokoje kolokacije, nisu pronašle svoj put u rječnike i uglavnom nemaju nijednu zabilježenu frazeološku natuknicu među brojnim drugim novčanim jedinicama koje su ranije lematizirane, a podavno su izvan optjecaja (dinar, groš, lira itd.). U skladu s načelima u modernoj leksikografiji i frazeografiji o zastupljenosti, odnosno reprezentativnosti u korpusima s velikim brojem pojava bjelodano je da su postoje brojni i iznimno učestali frazemi sa sastavnicom *kuna* koje u svakome slučaju valja unijeti u popis hrvatskih frazema u suvremenoj jezičnoj izvedbi.

Ključne riječi: frazeologija, novčane jedinice, leksem *kuna*, leksikografska i frazeografska obradba, hrvatski jezik

NOT A SINGLE KUNA IN THE POCKET, BUT THERE'S STILL DOUGH – THE (UN)SUCCESSFUL LEMMATIZATION OF PHRASEOLOGICAL EXPRESSIONS WITH KUNA

Abstract

In European languages, currencies, both those currently in circulation and those discontinued long ago and replaced by others, have their place in national idioms. The Croatian currency *kuna* was used in the Republic of Croatia for more than 28 years. After it was introduced, it quickly became part of the phraseology, as it was a symbol of monetary value in Croatia on several occasions through almost a whole millennium. Together with the patriarchal cross, it appears on the Slavonic *banovec* as early as the 13th century, and since the end of the 15th century the figure of the mink is also found on the coat of arms of Slavonia itself, and later on the coat of arms of the Republic of Croatia. Although the average speaker of the Croatian language does not need any special linguistic training or phraseological knowledge to conclude that *kuna* has developed a rich phraseology, a perusal of Croatian general and phraseological dictionaries reveals that phraseological units with the component *kuna* have not found their way into the dictionaries, except for a few collocations, and usually do not have a single recorded phraseological entry among the numerous other currencies that were previously lemmatized but have long since ceased to circulate (dinar, groš, lira, etc.). The aim of this paper is to analyze the use of the lexeme *kuna* in the online corpus hrWaC according to the principles of the corpus-driven approach, to identify phraseological units with the component *kuna* and then to determine, based on frequency, their canonical form and variants in the contemporary synchronic use of the Croatian language. After determining their established form, the difference with (occasional) modifications will be shown, and finally, their appropriate lexicographic treatment will be proposed. The results of this paper, if there is no change in the determination of phraseological entries with the *kuna* component and their inclusion in general and phraseological dictionaries, will be useful for some future phraseological research from a diachronic point of view, because the discontinuation of *kuna* as a monetary unit will undoubtedly stimulate phraseological changes and various shifts can be expected, as well as the disappearance of existing idioms, but also the formation of new ones.

Keywords: phraseology, currency, kuna lexeme, lexicographic and phraseological treatment, Croatian language

1. UVOD

U procesu stjecanja neovisnosti Hrvatska država jugoslavenski dinar zamjenjuje privremenim hrvatskim, a potom 30. svibnja 1994. godine uvodi kunu kao stalni hrvatski novac.¹⁸¹ Dijelila se na 100 lipa. Kuna ostaje službenom novčanom jedinicom Republike Hrvatske do 31. prosinca 2022. godine, kada je zamjenjuje euro, novčana jedinica puštena u optjecaj 2002. godine u 12 država članica koje se odriču svojih nacionalnih valuta. Danas je euro službena novčana jedinica više od 20 zemalja eurozone,¹⁸² a trenutno je i službena novčana jedinica Republike Hrvatske. Kuna je bila u uporabi više od 28 godina. Kako nije posrijedi nova novčana jedinica – kuna je nekoliko puta ranije bila hrvatski novcem i simbolom novčane vrijednosti uopće (v. § 2.) – moglo bi se očekivati da je brzo prihvaćena u govoru i da je pronašla svoje mjesto i u frazeologiji. Premda prosječnomu govorniku hrvatskoga jezika nije nužna osobita jezikoslovna naobrazba i frazeološko znanje kako bi došao do zaključka da je kuna razvila bogatu frazeologiju, na temelju pregledavanja novijih¹⁸³ hrvatskih općih i frazeoloških rječnika, tiskanih i mrežnih, razvidno je da frazeološke sveze sa sastavnicom *kuna*, osim pokoje kolokacije, nisu pronašle svoj put u opće i frazeološke rječnike hrvatskoga jezika i nemaju nijednu zabilježenu frazeološku natuknicu među brojnim drugim novčanim jedinicama koje su ranije lematizirane, a već dugo nisu u optjecaju u Hrvatskoj (dinar, groš, lira itd.). Izuzetak je jedan rječnik u kojemu se pojavljuju tri frazeološke sveze sa sastavnicom *kuna* (v. § 3.1.).

Cilj je ovoga rada analizirati uporabu leksema *kuna* u mrežnome korpusu *hrWaC* u skladu s načelima pristupa vođenog korpusom (engl. *corpus-driven approach*) kako bi se prepoznale frazeološke sveze sa sastavnicom *kuna*, a potom im se na temelju čestotnosti odredio kanonski oblik i inačice u današnjoj sinkronijskoj izvedbi hrvatskoga jezika. Upozorit će se i na razlike od okazionalnih modifikacija te na koncu i na važnost mrežnih korpusa u suvremenoj leksikografiji i frazeografiji, kao i na nužnost dijakronijskih istraživanja, osobito u nacionalnoj frazeologiji.

181 Usp. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža <<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=34619>> (22. 5. 2023.).

182 Usp. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=18641> (14. 3. 2023.).

183 Za ovu raščlambu pregledani su opći i frazeološki rječnici te ostali mrežni izvori nastali nakon 2000. godine, kada je od uvođenja kune prošlo barem 5 godina i kada su se prve frazeološke sveze vjerojatno mogle prepoznati (v. § 3.1.).

2. KUNA U HRVATSKOJ POVIJESTI: KRATKI PRIKAZ

Kuna ima posebno mjesto u hrvatskoj povijesti i u okviru ovoga rada nije moguće obraditi cijelu povijest kune u Hrvata: spomenut će se samo neke važne činjenice.

Već je gotovo tisuću godina kuna simbolom novčane vrijednosti u hrvatskim zemljama: još u predmonetarnome razdoblju kunino krzno služilo je kao novčano sredstvo, a i nakon toga važnim je dijelom „hrvatske novčarske tradicije“ (Jareb, 2022, str. 6). U narodnim pjesmama javlja se motiv „u kojem mlad junak dobiva kuneću kapu“ (Benažić, 2017, str. 140). Ujedno i povijesni izvori spominju „da su hrvatski plemići bili odjeveni u kapute od kunovine, čime objašnjavaju nastanak srednjovjekovnog poreza marturine – kunovine“ (isto). Lik kune pojavljuje se na slavonskome grbu, a danas i na državnome grbu Republike Hrvatske. Grb Slavoniji dodijelio je ugarsko-hrvatski kralj Vladislav Jagelonović II. 1496. godine i:

On se sastojao od plavoga štita, koji je sadržavao dvije poprečne srebrne (bije) grede. Između njih smješteno je crveno polje po kojem (heraldički gledano) lagano stupa kuna nadesno, a u gornjem plavom polju je crvena šestokraka zvijezda. Kasnije je zvijezda uglavnom prikazivana kao žuta (zlatna), a takva je i u suvremenom grbu Republike Hrvatske (Jareb, 2022, str. 20).

U novije je vrijeme kuna bila novčana jedinica u Nezavisnoj Državi Hrvatskoj i dijelila se na 100 banica, a i na partizanskome području tiskane su novčanice s nominalama u kunama.¹⁸⁴

Nakon burnih rasprava 30. svibnja 1994. godine kuna¹⁸⁵ je prihvaćena za novčanu jedinicu Narodne banke Hrvatske. Puštena je u promet u 9 vrjednota kovanoga i 8 vrjednota papirnoga novca. Autor kovanoga novca bio je Kuzma Kovačić, a autori papirnoga novca Miroslav Šutej i Vilko Žiljak. Radilo se o iznimno visokoj tehničkoj, ali i likovnoj razini.¹⁸⁶

184 Usp. *kuna*. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. <<http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=34619>> (19. 6. 2023).

185 Uzevši u obzir sve spomenute činjenice o tisućljetnoj povijesti kune u Hrvata, vrlo je čudno kako naziv hrvatske novčane jedinice može dovesti do rasprava takve vrste. Svaki iole čestit promatrač primijetit će nedvojbenu ideološku pristranost i svojevrsnu zlonamjernost. O raspravi oko uvođenja kune usp. Jareb (2022, str. 6).

186 Usp. *novac*. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. <<http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=44191>> (15. 4. 2023.).

3. FRAZEOLOŠKE VEZE SA SASTAVNICOM KUNA

Pretraživanjem mrežnoga korpusa *hrWaC*, koji je najveći korpus hrvatskoga jezika,¹⁸⁷ utvrđeno je da leksem *kuna* ima 702 398 pojavnica. Taj je leksem poliseman. Osim značenja novčane jedinice, njegovo je temeljno značenje „zool. životinja iz porodice Mustelidae“ (HER s.v. *kuna*¹⁸⁸). Zanimljivo je također da se leksem *kuna* u doslovnome značenju u suvremenoj jezičnoj izvedbi hrvatskoga jezika pojavljuje iznimno rijetko, dok posvema prevladava značenje naziva novčane jedinice. Primjerice, raščlambom prvih tisuću pojavnica leksema *kuna* u mrežnome korpusu *hrWaC* utvrđeno je da se samo jedanput pojavljuje doslovno značenje. Pronađeno je ujedno više neslobodnih sveza koje sadrže leksem *kuna* u značenju novčane jedinice. Valja također pripomenuti da višeznačnost leksema *kuna* svejedno govornicima ne predstavlja osobit problem jer se zahvaljujući kontekstualnome okruženju aktualizira samo jedno značenje.

3.1. Frazeološke sveze sa sastavnicom kuna u hrvatskim tiskanim i mrežnim općim i frazeološkim rječnicima

Pretraživanjem *Hrvatskoga frazeološkog rječnika* (HFR s. v. *kuna*) te *Baze frazema hrvatskoga jezika* (BF s. v. *kuna*),¹⁸⁹ dakle jednoga tiskanog rječnika i jednoga mrežnog izvora koji sadržavaju frazeme u suvremenoj jezičnoj izvedbi hrvatskoga jezika, a koji su nastali nakon uvođenja kune kao hrvatske novčane jedinice, utvrđeno je da se pod natuknicom *kuna* ne pojavljuje nijedna frazeološka sveza. Ni u *Frazeološkome rječniku* (FR s. v. *kuna*)¹⁹⁰ nije pronađena nijedna frazeološka sveza sa sastavnicom *kuna*. Posrijedi je izvorno elektronički rječnik u otvorenome pristupu, rađen u skladu s pristupom vođenim korpusom, ali je doduše još u fazi nastanka i moglo bi se očekivati da će leksem *kuna* ipak biti obrađen.

Pretraživanjem tiskanih i mrežnih općih rječnika pod natuknicom *kuna* nije pronađena nijedna frazeološka sveza, primjerice u rječnicima: *Rječnik*

187 *Croatian Web Corpus* ili skraćeno *hrWaC* najveći je mrežni korpus hrvatskoga jezika. Pojavnice su prikupljene s .hr internetske domene. Njegova inačica 2.1 trenutačno sadrži 1.4 milijarde pojavnica. Korpus je automatski redijakritiziran, lematiziran te označen na morfosintaktičkoj razini. Usp. *hrWaC* <<http://nlp.ffzg.hr/resources/corpora/hrwac/>> (26. 6. 2022).

188 Usp. HER = *Hrvatski enciklopedijski rječnik*. Svi navedeni primjeri preuzeti iz rječnika popraćeni su skraćenim nazivom rječnika koji se može pronaći u popisu literature.

189 Usp. BF <<http://frazemi.ihjj.hr/>> (21. 6. 2023.).

190 Usp. FR <<https://lexonomy.elex.is/#/frazeloskirjecnikhr>> (21. 6. 2023.).

hrvatskoga jezika (ŠO s. v. kuna) i Hrvatski enciklopedijski rječnik (HER s. v. kuna). U *Velikome rječniku hrvatskoga standardnog jezika* (VRH s. v. kuna), koji je izuzetak u ovome kontekstu, pod natuknicom *kuna* pojavljuju se ipak tri frazeološke sveze: *do posljednje pare (kune)*, *nemati ni kune* i *u kunu*, kao i sveza *u kunama*.

3.2. Kolokacije i ostale sveze sa sastavnicom kuna

Neke zavisne sveze, premda nisu idiomatske i u skladu sa suvremenim klasifikacijama, možemo ubrojiti u frazeme (Burger, 2015, str. 64). Obično se nazivaju kolokacijama s frekventnim slobodnim svezama i zabilježene su u općim rječnicima i rječnicima kolokacija. S obzirom na to da je novčana jedinica kuna dokinuta i zamijenjena novom novčanom jedinicom, uporaba tih sveza drastično će se smanjiti. Nabrojimo slobodne sveze koje se pojavljuju u mrežnim korpusima, a koje su lematizirane, primjerice:

- tečaj kune, preračunati kune u eure, vrijednost kune itd.¹⁹¹

Jasno je da će te sveze sve više nestajati iz govornoga jezika jer je dokinućem kune kao službenoga novca Republike Hrvatske novčana jedinica kuna zamijenjena novom jedinicom, eurom koji će istisnuti kunu iz spomenutih sveza. Teško je prognozirati hoće li neke od tih sveza doživjeti određeni stupanj idiomatizacije i postati djelomično idiomatskim ili potpuno idiomatskim frazemima koji će se učvrstiti u jeziku kao sustavu (*langue*) i time postati dijelom nacionalne frazeologije.

3.3. Ostale zavisne sveze sa sastavnicom kuna

Za razliku od spomenutih sveza koje dokinućem kune kao novčane jedinice dobrim dijelom nestaju iz uporabe, zavisne sveze riječi kod kojih je nastupila barem djelomična idiomatizacija u pravilu bi se trebale dulje zadržati u jeziku. Riječ je uglavnom o djelomično idiomatskim frazemima, nastalima osobito u posljednjim desetljećima.¹⁹²

U ovome istraživanju držimo se suvremenih istraživanja, prema kojima je jedna frazeološka sveza reprezentativna ako ima 5 ili više pojava u korpusu s velikim brojem pojava, odnosno posrijedi su modifikacije ako se javljaju

191 Usp. KB <http://ihjj.hr/kolokacije/search/?q=kuna&search_type=basic&page=2> (8. 4. 2023.).

192 O podjeli frazema na neidiomatske, djelomično idiomatske i potpuno idiomatske usp. Mišetić (2021, str. 58-59).

manje od pet puta (usp. Evert, 2005 prema Parizoska & Filipović Petrović, 2021, str. 208).

Na temelju pretraživanja prvih 7000 pojavnica leksema *kuna* u mrežnome korpusu *hrWaC* zamijećene su sljedeće zavisne sveze:¹⁹³

Nemati ni kune ‘nemati uopće novca’ (208) s dvjema inačicama: *nemati kune u džepu* (23) i *nemati ni kune u džepu* (14).

Prijedložna sveza *bez kune* javlja se u više frazeoloških sveza: *biti bez kune* ‘biti bez novca’ (39); *biti bez kune u džepu* ‘biti bez novca’ (9); *ostati bez kune* ‘ostati bez novca’ (8).

Frekventan je i frazem: *uštedjeti koju kunu* ‘uštedjeti novce, bilo manju količinu ili veću’ (118) s regionalnom inačicom *uštediti koju kunu* (23) te bliskoznačnicom *sačuvati koju kunu* (8). Frazem *svaka je kuna bitna* (64) ‘valja paziti na potrošnju novca, uglavnom zbog krize, recesije itd.’ pripada također toj podskupini frazema.

Ti su frazemi uglavnom djelomično idiomatski: premda nije došlo do posvemašnjega dokinuća referencije i značenje nije posve neprozirno, metaforizacijom se doslovno značenje zamagljuje i značenje cijele sveze ne odgovara zbroju značenja pojedinačnih sastavnica. Odnos između značenja cijele sveze i pojedinih sastavnica ipak je barem djelomično „iregularan“ (usp. Fleischer, 1997, str. 30). Tim se frazemima uglavnom izriče bogatstvo ili siromaštvo.

Frekventan je i frazem: *zaraditi koju kunu* ‘zaraditi novce’ (290 pojavnica); *dobiti koju kunu* ‘dobiti ili zaraditi novce’ (55 pojavnica). Posrijedi su također djelomično idiomatski frazemi kojima se izriče stjecanje materijalnih sredstava.

Frazem *za šačicu kuna* [prodati, raditi, ubiti] (5) ‘učiniti nešto, uglavnom loše, za malo novaca’ također je reprezentativan u mrežnome korpusu *hrWaC*.

Za neke frazeme iz govornoga jezika koji su bliskoznačni teško je odrediti kanonski oblik. Primjerice, sintagma *zadnja kuna* pojavljuju se u više inačica koje rijetko imaju pet pojavnica: *izvući zadnju kunu* (3), *isisati zadnju kunu* (4); *izbiti zadnju kunu iz džepa* (2); *uzeti i zadnju kunu* (6) ‘uzeti nekomu na različite, uglavnom moralno neprihvatljive načine sav novac koji ima ili koji mu je preostao’. Frazem *do posljednje kune* koji ima natuknicu u *Velikome rječniku hrvatskoga standardnog jezika* (VRH s. v. *kuna*) pojavljuje se u *hrWaC*-u 28 puta. Međutim posrijedi je inačica frazema *do zadnje kune* koji ima 78 pojavnica. Jasno, ovdje se otvaraju brojna pitanja o problemima lematiziranja u suvremenoj leksikografiji i frazeografiji, trebaju li uz čestotnost i drugi kriteriji

193 Nakon navođenja frazeološke sveze u kurzivu u obliku zagrada navest će se broj pojavnica u mrežnome korpusu *hrWaC*.

igrati ulogu (usp. Budimir & Mišetić, 2022, str. 647). Burger (2015, str. 24) napominje da vlada veliki nesrazmjer između frazema u jezičnoj izvedbi i rječničkih natuknica. To tim više vrijedi za frazeme koji dosad uopće nisu lematizirani, što će svakako biti veliki izazov za suvremenu leksikografiju i frazeografiju.

U *hrWaC*-u se pojavljuju i imenski frazemi: *teško zaradene kune* ‘s velikom mukom zaraden novac’ (8) s dvjema modifikacijama *krvavo zaradene kune* (2), u kojoj se intenzivira značenje kanonskoga oblika.

Frazem *zaraditi svoju kunu* ‘zaraditi svoju plaću’ ima 5 pojava, a glagolski frazem *baciti kune kroz prozor* ‘razbacivati novac’ s imenskim *bacanje kuna kroz prozor* ‘razbacivanje novca’ zajedno ima 5 pojava, a imenski frazem *borba za svaku kunu* ‘nastojanje da se uglavnom radi opstanka zarade i manje količine novca’ ima 14 pojava.

Frazem *kuna ovdje, kuna ondje* ‘neizbježno trošenje novca za razne potrebe’ pojavljuje se 5 puta u različitim modifikacijama.

Osobito su ekspresivni frazemi *vagati svaku kunu* (13) ‘pomnjivo promisliti kako utrošiti ili uložiti novac’ te modifikacije istoga značenja, obilježene pak drukčijom slikovitošću *prevrnuti svaku kunu* (3), kao i frazem *prodati koga ili što komu za par kuna* (5) ‘izdati svoje ideale, prekršiti pravila koje nam nalaže vjeroispovijest, svjetonazor za novce’.

Ti su frazemi osobito obilježeni jezičnom ikonografijom i puno su više idiomatski u usporedbi sa spomenutima: odnos između frazeološkoga i slobodnoga značenja u velikoj je mjeri iregularan.

To su rezultati pretraživanja samo prvih 7000 pojava leksema *kuna*. Može se očekivati postojanje brojnih drugih frazeoloških sveza u sinkronijskoj jezičnoj izvedbi.

3.4. Nekadašnje novčane jedinice u mrežnome korpusu *hrWaC*

U mrežnome korpusu *hrWaC* pojavljuju se i ostale novčane jedinice koje su nekada bile u optjecaju na područjima koja su danas nastanjena govornicima hrvatskoga jezika. Primjerice, pojavljuju se frazemi sa sastavnicama *dinar*, *groš*, *lira*, *para*.

Frazem *nemati ni dinara* pojavljuje se primjerice u mrežnome korpusu *hrWaC* 9 puta, frazem *zaraditi koji dinar* pojavljuje se 26 puta, a frazem *bez dinara u džepu* 4 puta.

Frazem *bez groša* ima pet pojava u *hrWaC-u*, a frazem *ni groša* [nemati, ne platiti itd.] 10 pojava. Oblik *ni lire* [nemati, ne platiti itd.] ima 4 pojavnice.

Raščlambom primjera može se ustvrditi da se često opisuju događanja iz prošlosti. Svejedno, ti su frazemi uglavnom zabilježeni u općim i frazeološkim rječnicima hrvatskoga jezika ili u *Bazi frazema hrvatskoga jezika* (usp. FA s. v. *dinar*; BF s. v. *dinar*; VRH s. v. *dinar*; BF s. v. *groš*; ŠO s. v. *groš*; VRH s. v. *groš* itd.). Na temelju broja pojavnica jasno je da je broj pojavnica tih sveza neusporedivo manji od sličnih sveza sa sastavnicom *kuna*.

Budući da leksem *para*, osim značenja novčane jedinice, ima i značenje kovanoga novca ili novca općenito (usp. ŠO s. v. *para*), nije ga moguće obraditi u okviru ovoga rada.

4. O VAŽNOSTI LEMATIZACIJE I NORMIRANJA NACIONALNIH FRAZEMA

Nije potrebno posebno naglašavati da se u frazeologiji jezik i kultura najuže prožimaju. Nacionalni frazemi počesto zrcale najdublje osjećaje jednoga naroda, njegov način razmišljanja i stav prema životu. Ujedno čuvaju uspomene jednoga naroda. Dijakronijska istraživanja u europskim jezicima pokazuju da je kodifikacija na području frazeologije, za razliku od izgovora, pravopisa i gramatike imala puno manje utjecaja na smanjenje inačica i nastanak stabilnosti strukture (usp. Filatkina, 2016, str. 15). U skladu s time ne može se očekivati da će lematizacija frazeoloških sveza sa sastavnicom *kuna* bitno obilježiti njihovu daljnju uporabu, odnosno utjecati na njihovo preživljavanje. Frazemi se teško tako mogu nametnuti jednoj jezičnoj zajednici. Svejedno ih valja lematizirati i normirati, i to će svakako u nekoj mjeri pridonijeti njihovu opstanku u frazeološkome blagu hrvatskoga jezika.

4.1. Lematizacija na temelju korpusnolingvističkih metoda

U današnjoj leksikografiji i frazeografiji, dakle, nemoguće je izostaviti korpusne. Korpusnolingvističke metode „umnogome pridonose novim i produbljenim spoznajama o naravi frazema u europskim jezicima. Njihov intersubjektivni pristup pridonosi objektivnosti u istraživanju, a intuicija istraživača, tj. njegova vlastita jezična kompetencija sve se više promatra nepouzdanom i slovi kao sporan pojam u frazeološkim istraživanjima“ (Budimir & Mišetić, 2022, str. 639–640). Korpusnolingvističke metode, unatoč nedostacima, pridonose boljoj lematizaciji frazeološkoga blaga modernih europskih jezika: posrijedi je „ispitivanje stvarne uporabe frazema u jeziku“ (Parizoska & Filipović Petrović, 2021a, str. 147). Iako se danas u frazeologiji vode velike rasprave treba

li se frazeme lematizirati na temelju korpusnolingvističkih metoda, pri čemu je odlučujuća čestotnost pojave u korpusima ili se trebaju uključiti i upitnici (v. Burger, 2015, str. 16), ali i općenito druga mjerila, u slučaju lematizacije zavisnih sveza sa sastavnicom kuna ni jedan od pristupa nije došao do izražaja. Suvremena leksikografija ne može se zamisliti „bez uporabe korpusa“ (Cresti & Moneglia, 2016, str. 583). Ujedno u skladu s pristupom vođenim korpusom, koji promatra uporabu frazema u suvremenoj jezičnoj izvedbi hrvatskoga jezika, spomenuti se frazemi moraju lematizirati.

4.2. *Frazeološka mijena*

U jezikoslovlju je poznata činjenica da su „leksički i frazeološki sustav najfleksibilniji jer prihvaćaju kvantitativne i kvalitativne promjene koji se odvijaju u jeziku pod utjecajem sveobuhvatnih događaja u životu jedne države“ (Litynska, 2022, str. 99). Frazemi se tijekom vremena mijenjaju: i oni su podvrgnuti jezičnoj mijeni. U frazeološkoj literaturi govori se stoga o frazeološkoj mijeni (usp. Dräger, 2012, str. 206). Dugo su se vremena u frazeologiji zanemarivala dijakronijska istraživanja. Neki to povezuju s nastankom i razvojem frazeologije osobito u sedamdesetima, kad dijakronijska istraživanja nisu bila u modi i stoga frazeologiju „povijesnoporedbeni skalpel praktično nije dodirnuo“ (Mokienko, 2002, str. 231).

Nekada ta mijena teče polako, bilo na formalno-strukturnoj, semantičkoj ili jezičnopovijesnoj i kulturnopovijesnoj razini (usp. Dräger, 2012, str. 204). Međutim u određenim okolnostima frazeološka se mijena može potaknuti i ubrzati. To se može dogoditi ako u jednoj državi, u jednoj jezičnoj zajednici, nastanu značajne društvene i političke promjene koje „predstavljaju poticaj za obnavljanje frazeološkoga sustava jezika“ (Litynska, 2022, str. 112). To je bilo svakako ponajprije uvođenje kune kao nacionalne valute u vrlo specifičnim kulturnopovijesnim okolnostima te potom i njezino dokinuće. S obzirom na to da se frazemi nerijetko duže zadrže u jeziku nego obični leksemi, zanimljivo će biti promatrati sudbinu leksema *kuna* u frazeološkim svezama. Ovdje svakako treba uzeti u obzir vremenski parametar: naime, prema istraživanjima ruskih frazeologa (v. Kotelova, 2015/1988, str. 256 prema Litynska, 2022, str. 102), neologizmi koji ostaju u uporabi barem deset godina mogu se držati ukorijenjenima u jeziku.

S obzirom na frazeme koji sadrže sastavnicu *kuna*, valja upozoriti na to da bi većina frazema koji su posvjedočeni u mrežnome korpusu *hrWaC* mogli biti frazemi nastali popunjavanjem jednoga obrasca koji je postojao u nacionalnoj frazeologiji. Riječ je o svojevrsnomu frazeomodelu ili leksički otvorenome fra-

zemu¹⁹⁴ čije se praznine mogu popunjavati različitim elementima. S obzirom na dominantan broj primjera koji sadrže sastavnicu *kuna*, ne može se govoriti o okazionalnim preinakama, nego o uvriježenim inačicama jednoga frazema, barem u suvremenoj jezičnoj izvedbi hrvatskoga jezika. Stoga se, osobito sa sinkronijskoga stajališta, ne može govoriti o leksički otvorenim frazemima u skladu s današnjim stavovima u literaturi (usp. Stumpf, 2015, str. 393). Njihovom lematizacijom omogućilo bi se praćenje razvoja tih frazema, odnosno obrazaca i leksički otvorenih frazema u budućnosti, ali i usporedba s postojećim frazemima koji su se rabili u prošlosti i rabe se djelomično i u suvremenoj jezičnoj izvedbi. Kontrastivna raščlamba s obližnjim južnoslavenskim varijetetima te s europskim jezicima pripomoći će rješavanju dileme je li posrijedi poligeneza ili kalkiranje (usp. Turk, 2013, str. 271).

Valjalo bi istražiti i popisati i modifikacije frazeoloških sveza sa sastavnicom *kuna* jer upravo modifikacije predstavljaju često sveze koje od okazionalnih preinaka prelaze u uvriježene. Jezična ih zajednica prihvaća, što se danas lako može prepoznati u mrežnim korpusima na temelju njihove čestotnosti u korpusima.

Nažalost, premda je riječ o posebnome povijesnom trenutku, čini se da ti problemi nisu dostatno prepoznati i nevjerojatno je da ni metodom tradicionalne leksikografije i frazeografije, ni suvremenim korpusnolingvističkim metodama nisu prepoznate niti zabilježene frazeološke sveze sa sastavnicom *kuna*, a hrvatska je novčana jedinica već dokinuta i zamijenjena drugom. Svejedno taj primjer pokazuje koliko je nacionalna frazeologija složena i koliko je još treba istražiti.

5. ZAKLJUČNE NAPOMENE

Na temelju provedenoga istraživanja u mrežnome korpusu hrvatskoga jezika *hrWaC* razvidno je da je novčana jedinica *kuna*, koja je bila službenim novcem 28 godina u Republici Hrvatskoj, razvila vrlo bogatu frazeologiju. U skladu sa suvremenim istraživanjima o zastupljenosti odnosno reprezentativnosti u korpusima s velikim brojem pojava bjelodano je da su posrijedi brojni i iznimno učestali frazemi koje u svakome slučaju valja unijeti u popis hrvat-

194 Pojam *leksički otvoreni frazem* kao opis teško prevodivoga njemačkoga pojma *Modellbildung* rabili su Budimir i Mišetić (2022, str. 639). U hrvatskome se dosad uglavnom rabio pojam *frazeosheme* (usp. Menac, 2007, str. 42-43; Budimir, 2020, str. 110), u značenju izraza ustaljene strukture bez desemantizacije. U novijim istraživanjima rabi se i pojam *frazeomodeli* (v. Pintarić & Vidović Bolt, 2020).

skih frazema u suvremenoj jezičnoj izvedbi. Ako su u rječnicima navedene frazeološke sveze s negdašnjim novčanim jedinicama čiji je broj pojavnica u sinkronijskoj jezičnoj izvedbi hrvatskoga jezika daleko manji u odnosu na kunu, u skladu s današnjim stavovima u jezikoslovlju i napose u frazeologiji valja ih lematizirati i uvrstiti u popise hrvatskih frazema u uporabi. Kuna je dugo bila poveznica između kontinentalne i primorske Hrvatske te znak jedinstva, a od svoga ponovnog uvođenja, osobito u ratnim godinama, između raseljene i domovinske Hrvatske, te će zacijelo ostati u nekome obliku u frazeološkome blagu hrvatskoga jezika. Rezultati ovoga rada, ako ne bude nikakvih pomaka u određivanju frazeoloških natuknica sa sastavnicom *kuna* i njihovu prihvaćanju u općim i frazeološkim rječnicima, moći će poslužiti za neka buduća istraživanja dijakronijske frazeologije i obrazaca jer će se dokidanjem kune kao novčane jedinice potaknuti frazeološka mijena te se mogu očekivati različiti pomaci, nestanak postojećih frazema, ali i stvaranje novih.

LITERATURA

1. Benažić, A. (2017). Simbolika hrvatskih banovaca. *Num. Vijesti*, 20, 137-155.
2. Budimir, I. (2020). *Frazemi prve hercegovačke hrvatske periodike na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće i njihova leksikografska obradba*. Mostar: Fram Ziral.
3. Budimir, I. i Mišetić, D. (2022). O problemima leksikografske obradbe frazema u hrvatskome jeziku. U I. Marković, I. Nazalević Čučević i I. M. Gligorić (ur.) *Riječi o riječi i Riječi: zbornik u čast Zrinki Jelaska (639-652)*. Zagreb: Disput.
4. Burger, H. (2015). *Phraseologie-Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
5. Cresti, E. i Moneglia, M. (2016). La linguistica italiana dei corpora. U S. Lubello (ur.) *Manuale di linguistica italiana*, 13 (581-612). Berlin-Boston: De Gruyter.
6. Dräger, M. (2012). Plädoyer für eine diachrone Perspektive in der Phraseographie. U H. Burger i suradnici (ur.) *Aspekte der historischen Phraseologie und Phraseographie (193-226)*. Heidelberg: Universitätsverlag Winter.
7. Filatkina, N. (2016). Wie fest sind feste Strukturen? Beobachtungen zu Varianz in (historischen) Wörterbüchern und Texten. U L. Borek i A. Rapp (ur.) *OPAL 2 (7-27)*. Mannheim: Institut für Deutsche Sprache.
8. Fleischer, W. (1997). *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.

9. Jareb, M. (2022). Kuna kao simbol novčane vrijednosti i heraldički znamen u prošlosti i sadašnjosti. *Povijesni prilozi*, 41 (62), 5-45.
10. Litynska, N. (2022). Neologismi fraseologici nell'interpretazione massmediatica di un evento politico: il caso della crisi russo-ucraina. U M. T. Badolati, F. Floridi i S. A. Verkade (ur.) *Nuovi studi di fraseologia e paremiologia. Atti del Primo Convegno Dottorale Phrasis* (99-119). Roma: Sapienza Università Editrice.
11. Menac, A. (2007). *Hrvatska frazeologija*. Zagreb: Knjigra.
12. Mišetić, D. (2021). *Frazemi biblijskoga podrijetla u talijanskome i hrvatskome jeziku*. Doktorska disertacija. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
13. Mokienko, V. (2002). Prinzipien einer historisch-etymologischen Analyse der Phraseologie. U D. Hartmann i J. Wirrer (ur.). *Wer A sagt, muss auch B sagen. Beiträge zur Phraseologie und Sprichwortforschung aus dem Westfälischen Arbeitskreis*. (231-254). Baltmannsweiler.
14. Parizoska, J. i Filipović Petrović I. (2021). Kognitivnolingvistički pristup frazemima i njegova primjena u izradi rječnika. U M. Nigoević i A. Vlastelić (ur.) *Odjeci Scimeth-a (izazovi lingvističkog istraživanja)* (191-215). Split–Rijeka.
15. Parizoska, J. i Filipović Petrović I. (2021a). Uporabni model jezika u leksikografskoj obradi frazeološke varijantnosti u hrvatskome. U S. L. Udijer i K. Cergol Kovačević (ur.) *Metodologija i primjena lingvističkih istraživanja* (147-158). Zagreb: Srednja Europa
16. Pintarić, N. i Vidović Bolt I. (2020). Ihtionimi u Rječniku hrvatskih animalističkih frazema – frazeomodeli i poljski ekvivalenti. U E. Wielojęzyczność / Solak, B. Popiołek, i B. Todorović (ur.) *Słowiańskie przyjemności 3* (111 – 123). Krakov: Wydawnictwo Scriptum.
17. Stumpf, S. (2015). *Formelhafte (Ir-)Regularitäten. Korpuslinguistische Befunde und sprachtheoretische Überlegungen*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
18. Turk, M. (2013). *Jezično kalkiranje u teoriji i praksi: prilog lingvistici jezičnih dodira*. Zagreb – Rijeka: Hrvatska sveučilišna naklada – Filozofski fakultet.

Tiskani rječnici

1. HER = *Hrvatski enciklopedijski rječnik*. Zagreb: Novi Liber 2002.
2. VRH = Ljiljana Jojić (Gl. ur.) (2015). *Veliki rječnik hrvatskog standardnog jezika*. Zagreb: Školska knjiga.

3. HFR = Menac, A., Fink-Arsovski, Ž. i Venturin, R. (2014). *Hrvatski frazeološki rječnik*. Zagreb: Naklada Ljevak.
4. ŠO = Šonje, J. (ur.). (2000). *Rječnik hrvatskoga jezika*. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža.

Mrežni rječnici i ostali izvori

1. BF = *Baza frazema hrvatskoga jezika*. (URL: <http://frazemi.ihjj.hr>) (pristupljeno u lipnju 2023.).
2. hrWaC = *Croatian Web Corpus*. (URL: <http://nlp.ffzg.hr/resources/corpora/hrwac/>) (pristupljeno u veljači i lipnju 2023.).
3. FR = *Frazeološki rječnik hrvatskoga jezika*. (URL: <https://lexonomy.elex.is/#/frazeoloskirjecnikhr>) (pristupljeno u svibnju 2023.).
4. *Hrvatska enciklopedija*, mrežno izdanje. (URL: <https://www.enciklopedija.hr>) (pristupljeno u ožujku 2023.).
5. KB = *Kolokacijska baza hrvatskog jezika*. (URL: <http://ihjj.hr/kolokacije/>) (pristupljeno u travnju 2023.).

WE HAVE NEVER THOUGHT ABOUT IT BEFORE: CROATIAN VOCATIONAL TEACHERS' UNDERSTANDING OF (EUROPEAN) IDENTITY

Izvorni znanstveni rad

Marko Turk

PAR University of Applied Sciences
Trg Riječke rezolucije 4
51000 Rijeka
Croatia
marko.turk@par.hr

Siniša Kušić

University of Rijeka
Faculty of Humanities and Social Sciences
Sveučilišna avenija 4
51000 Rijeka
Croatia
skusic@uniri.hr

Abstract

This paper discusses research findings on the understanding and implementation experiences of Croatian vocational school teachers in relation to the concept of the European dimension in education (EDE). The research is based on a qualitative methodological approach conducted through 7 focus groups with a sample of 42 vocational teachers from 42 high schools in 21 Croatian counties. The research was conducted from September 2021 to November 2022. The focus groups were guided using a focus group guide with thematic discussion areas. The basis for the thematic discussion was an outline of the EDE indicators (Ledić, Miočić & Turk, 2016) and the theoretical framework of the political praxeology of education (Christensen & Fisher, 1981; Turk, 2022). The EDE indicators are discussed within five groups of indicators – European values; European citizenship; European identity; multilingualism and mobility; and development of knowledge, skills, and attitudes “about Europe, in Europe, and for Europe” (Ledić, Miočić & Turk, 2016, 30). This paper will present findings which have addressed the discussion on understanding and reasoning of the European identity indicator. This indication includes descriptive contextualisation regarding raising awareness of the local, national,

and European identity and their interconnectedness, respecting different cultural and ethnic identities (intercultural understanding) and developing a sense of political, social, and cultural affiliation with Europe. The results are analysed and discussed in two categories based on the nomenclature of territorial units for statistics (NUTS) - 1) the participants of the study from the Adriatic region and 2) the participants from the continental region (Pannonian, North and Zagreb). In contrast to the teachers from the Adriatic region, the research showed that the teachers from the Continental Croatia identify primarily with their local and national identity, with less inclination towards European identity. Both groups showed vague ideas about activities they use to raise awareness of local, national and European identity in their teaching. However, the Adriatic and Continental Croatia teachers showed a high level of intercultural understanding. In terms of belonging to Europe, teachers from Continental Croatia feel connected mainly through the European cultural heritage. At the same time, political and social ties are stronger in teachers from Adriatic Croatia.

Keywords: European dimension in education, European identity, vocational teachers

NIKADA NISMO RAZMIŠLJALI O TOME: RAZUMIJEVANJE (EUROPSKOG) IDENTITETA HRVATSKIH STRUKOVNIH NASTAVNIKA

Sažetak

Polazište u ovom radu predstavljaju rezultati istraživanja o razumijevanju i iskustvima implementacije koncepta europske dimenzije u obrazovanju (EDO) hrvatskih strukovnih nastavnika. Istraživanje se temelji se na kvalitativnoj istraživačkoj paradigmi, a u okviru kojega je provedeno 7 fokus grupa s ukupno 42 strukovna nastavnika iz 42 srednje strukovne škole u 21 županiji u Hrvatskoj. Istraživanje je provedeno od rujna 2021. do studenog 2022. godine. Fokus grupe vođene su pomoću unaprijed izrađenog vodiča za fokus grupe i definiranih područja za raspravu. Temelj za raspravu unutar svakog od područja predstavljao je okvir indikatora europske dimenzije u obrazovanju (Ledić, Miočić i Turk, 2016) te politička praksilogija obrazovanja (Christensen i Fisher, 1981) kao teorijski okvir za istraživanja europske dimenzije u obrazovanju (Turk, 2022). Razumijevanje i iskustva implementacije EDO koncepta raspravljeni su u okviru pet skupina indikatora – europske vrijednosti, europsko građanstvo, europski identitet, višejezičnost i mobilnost te razvoj znanja, vještina i stavova “o Europi, u Europi i za Europu” (Ledić, Miočić i Turk, 2016, 30). U ovome radu prikazat će se rezultati istraživanja koji se odnose na europski identitet, a koji se deskriptivno operacionalizira podizanjem razine svijesti o, i međusobnom povezanosti, lokalnog, nacionalnog i europskog identiteta, poštivanju različitih kulturnih i etničkih identiteta (interkulturalno razumijevanje) te razvijanjem osjećaja političke, društvene i kulturne pripadnosti Europi. Rezultati su analizirani i raspravljeni na temelju regionalne zastupljenosti sudionika istraživanja iz 1) jadranske i 2) kontinentalne Hrvatske, a u skladu s nacionalnom Nomenklaturom prostornih jedinica za statistiku (NUTS). Istraživanje upućuje da se, za razliku od jadranskih, kontinentalni strukovni nastavnici prvenstveno određuju unutar svog lokalnog i nacionalnog identiteta, s manje naglašenom inklinacijom prema europskom identitetu. Obje skupine pokazale su visoku razinu interkulturalnog razumijevanja. Međutim kontinentalni strukovni nastavnici prvenstveno su povezani s Europom u kontekstu kulturne baštine. Pritom su razumijevanja političkih i društvenih veza manje naglašena nego u skupini strukovnih nastavnika jadranske Hrvatske.

Ključne riječi: Europska dimenzija u obrazovanju, Europski identitet, strukovni nastavnici, hrvatske regije.

1. INTRODUCTION

Regarding the European dimension in education (EDE) research, “...empirically neglected in Croatia is a group of teachers in vocational education who should be given significant attention” (Turk, 2022, p. 193). Following that conclusion, this paper starts with the research question: *What are Croatian vocational teachers’ understanding and implementation experiences concerning the European dimension in education (EDE)?*

The ground basis for the discussion is an outline of the EDE indicators (Ledić, Miočić & Turk, 2016) and the theoretical framework of political praxeology of education (Christensen & Fisher, 1981; Turk, 2022). From the proposed five groups of EDE indicators¹⁹⁵, this paper will address the third group – European identity, which is operationalised as 1) raising awareness about the local, national, and European identity and their interconnectedness; 2) respecting different cultural and ethnic identities (intercultural understanding); 3) developing a sense of political, social, and cultural affiliation with Europe. The EDE concept will be theoretically framed within the political praxeology of education, defined as knowledge about planning, administration and management, and educational systems reform (Christensen & Fisher, 1981). Moreover, the praxeology of education is essential “... in order to think about the possible ways in which educational research might inform, support and enhance practice” (Biesta, 2015, p. 19). The political praxeology of education originates from the necessary consensus in adopting and understanding educational policies by policymakers and educational practitioners (Christensen & Fisher, 1981). Considering that, Turk (2022) emphasised that the political praxeology of education insists on finding answers and/or appropriate mechanisms that enable educational practitioners (e.g., teachers) to accept (new) educational concepts while emphasising its essential understanding and evaluation. The process of understanding and evaluation includes the normative and analytical background and appropriate implementation in practice. In other words, from the perspective of political praxeology of education, “...the essential for the European dimension in education would be the concept’s understanding by educational practitioners” (Turk, 2022, p. 191). Due to the theoretical position underlining the necessity of the concept’s understanding, we are immersed in research on the understanding of EDE by Croatian vocational teachers.

195 Ledić, Miočić & Turk (2016) proposed an outline with the following five groups of the EDE indicators – 1) European values; 2) European citizenship; 3) European identity; 4) Multilingualism and mobility; 5) Development of knowledge, skills, and attitudes “about Europe, in Europe, and for Europe”. Description of each group might be found in Ledić, Miočić & Turk (2016, p. 31)

As Zidarić (1996) emphasised, the EDE was created as a multilateral project of the Council of Europe and the European Union (at that time, the European Community) to enhance European integration processes. From the scholarly perspective, EDE might be defined as an educational paradigm integrating European perspectives, values, and competencies into European countries' educational systems and practices (Turk, 2022). It aims to foster a sense of European identity, promote cross-cultural understanding, and develop skills necessary for active citizenship in the European Union and broader European context. Furthermore, it should be noted that "...even though its initiation emerges from the European Union's policies, it should not be seen or promoted as a Eurocentric idea and aiming..." (Turk, 2022, p. 193). On the contrary, it should be viewed "...as a paradigm that helps young people on the European continent to understand different local, regional, national, and global (educational) horizons..." (Ibid.).

It should be noted that the European dimension in education is based on the belief that education plays a vital role in developing responsible and active European citizens who are aware of their cultural heritage, understand the diversity of European identities and societies, and can actively engage in European cooperation and democratic processes.

2. POLICY PAPERS AND LITERATURE REVIEW

In an era of globalisation, fostering a sense of European identity has become increasingly important. The European educational policies have recognised the significance of promoting a common European identity among the different educational stakeholders, and one of the avenues to achieve this is through the inclusion of the EDE. This is supported by the fact that European identity has been one of the main EDE indicators over the last three decades.

In the *Declaration on European Identity* (1973), identity is understood as the political identity of the Community itself in terms of what might be called its "statehood" – its independence on the international stage, in other words, its foreign relations. The *Resolution on the European dimension in education: teaming and curriculum content* from 1991 emphasises fostering the European community and developing a European identity through education. In 2017, a communication document between the European Commission and the European Parliament was published – *Strengthening European Identity through Education and Culture*. The document particularly emphasised the development of the social dimension and the strengthening of European identity through guided education with the slogan "unity in diversity". A year later, the

Opinion of the European Committee of the Regions – Strengthening European Identity through Education and Culture (2018) emphasized the importance of European identity as the interconnectedness between local, national, and European identities as well as intercultural understanding.

The *Council Recommendation on High-Quality Early Childhood Education and Care Systems* (2019) focuses on early childhood education and care, emphasising the importance of fostering a sense of European identity early on. Moreover, the *European Skills Agenda for Sustainable Competitiveness, Social Fairness, and Resilience* (2020a) recognises the need to foster European identity and shared values through education and training. Furthermore, the *Communication From the Commission to the European Parliament, Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on progress towards the achievement of the European Education Area* (2020b) emphasises future-oriented measures that are entirely in line with EEA objectives that can be best promoted through closer cooperation (e.g., promoting European citizenship education as a contribution to civic identity, further improving information platforms to pool and exchange education-related information). The *Council Recommendation on a European Approach to Artificial Intelligence* (2021), while not explicitly focused on education, underlines the importance of developing AI systems that respect fundamental rights, democratic values, and European identity, including in an educational context. In the most recent document – *Council resolution on The European Education Area: Looking to 2025 and beyond* (2023), European identity is not mentioned; however, it might be found through the presence of cultural and ethnic identities, democratic values, and intercultural dialogue in various amendments.

Like the presence in official policy documents, which have been relatively straightforward and affirmative over the years, the discussions on European identity have been part of various academic papers.

Kohli (2000) places the discussion within the broader perspective of collective identities. The author highlights that collective identities are often perceived as mere distinguishing techniques and stylised practices employed by groups to distinguish themselves from others. However, “...in most cases, the interest in using this term is to and strong categories highly salient for behaviour, especially concerning the possible political mobilisation of groups of people” (Kohli, 2000, p. 117). Following this discussion and looking at European identity, Kohli (2000) emphasises that in the discourse on European identity, there is no reference, for example, to the distinction between levels of structural complexity of identification and the conditions under which these are likely to prevail or to the possibility of ambivalent and hybrid identity patterns.

European identity has instead been inspired by the political science concept of identity as a sense of belonging to a larger political entity. The empirical results demonstrate that the sense of belonging to the European community still has some catching up to do compared to belonging to one's nation-state (Kohli, 2000). However, European identity is not empirically opposed to national identity. It can and should be conceived as multi-level or multi-layered (Hettlage, 1999), encompassing global and national (and possibly regional and local) affiliations.

In the EDE context, European identity is included in Convery and Kerr's (2005) definition and is presented as a triangle between the (European) identity, cooperation, and integration. The authors stress the importance of developing a common European identity without neglecting national and local identities, developing cooperation activities (on a voluntary and philanthropic basis), and creating a political, legal and economic integration that enables people to be active citizens of the Union, European states and supranational rights and obligations. In addition, Diestro Fernández and Valle López (2015) highlight European identity (which is euro global and open), cultural interaction (interculturality) and European citizenship (politically and legally promoted through a living democracy and Europeanisation) as three key elements of the European dimension in education. Furthermore, like national identity, European identity can be found in a shared cultural European heritage, in cultural practices of celebration and ritualisation, in shared (civic) values, in shared history, and in the consciousness of its citizens (Ritze et al., 2016). According to the authors, identity is often misunderstood as a rational component, whereas it is more emotional, belonging to something and being proud of that. According to Bergbauer (2018), personal identification with Europe directs how citizens create such a collective identification. Two principal types can be defined: information-based and experience-based. The information-based tool is based on persuasive messages as a source of group identification and if and how individuals are exposed to such messages. The messages come from political elites and mass communication as sources of public opinion and from other peoples' narratives. The experience-based tool is based on individual contacts and direct experiences as a basis for identification with Europe: more contacts and personal connections change group members' perceptions. There are several types of contacts, such as personal contacts with other Europeans (e.g., the Erasmus exchange programme); personal experiences of the effects of EU integration in the national context, such as the free movement of goods and labour; citizens' exposure to EU policies (e.g., the *Cohesion Policy*); and historical experiences within the collective memory of each context, as national identities philtre the way the EU is perceived (e.g., Europe is

seen as a reconciliation mechanism for Germans after World War II and as a path to democratisation in Spain after the Franco's dictatorship).

In the last couple of years, the discussion of European identity as one of the key indicators of the EDE has been a frequent topic of various academic papers and European educational policies, which have recognised the importance of promoting a common European identity among teachers at all levels of the education system precisely through the integration of the EDE. The EDE is based on the belief that education is an important mechanism for developing responsible and active European citizens, in which teachers play an essential role. Starting from the discourse of political praxeology of education as a theoretical framework for analysing the EDE, the fundamental understanding and evaluation of the concept by educational practitioners, i.e., teachers, is a key aspect for the acceptance and implementation of (new) educational concepts in the educational system of a given nation.

Given the absence of vocational teachers in EDE research in Croatia, this paper's research question will focus primarily on them.

3. RESEARCH METHODS AND PROCEDURES

Based on the defined research question, the authors conducted a broader study to gain insights into the understanding and implementation experiences of Croatian vocational teachers with regard to the EDE. However, regarding the content complexity of the research results, this paper presents results that include the discussion concerning the understanding and justification of European identity as one of the EDE indicators. In addition, this research also promotes the EDE concept among vocational teachers in Croatia as an added value due to their absence in the EDE research.

The research is based on a qualitative methodological approach using focus groups. The focus groups were conducted using a focus group guide based on a funnel approach starting with general questions and narrowing down to specific questions and topics for discussion (Grünig, 2008). Seven focus groups were conducted with 42 vocational teachers¹⁹⁶ from 42 high schools in 21 Croatian counties. The target sample was used based on the researchers' decision about sample typicality (Cohen, Manion & Morrison, 2000). Research

196 Croatian vocational teachers are distinguished into two groups – 1) general subject teachers who are teaching subjects such as Croatian language and literature, Maths, History, Sociology or foreign languages and 2) vocational teachers who teach professionally-vocational subjects (e.g. Accounting, Food and Beverage, Mechanics or Food Microbiology). This research focuses on the latter group of teachers, meaning that all research participants got master's degrees in the professional subject fields.

participants number per focus group ranged from 5 to 8. 31 female and 11 male teachers aged 33 to 62 participated in the research. Professional experience in vocational education ranged from 6 to 34 years. Furthermore, the researchers considered the importance of focus group homogeneity, which is "... essential for group interaction and dynamics" (Grønkjær, Curtis, Crespigny, & Delmar, 2011, p. 23). The homogeneity of the research participants was fulfilled through three elements: 1) all participants were vocational teachers with 2) more than 5 years of professional experience, and the focus groups were formed so that 3) there was no more than 7 years of professional experience between the participants. An additional element that was achieved is that the participants in the focus groups did not know each other beforehand, which prevented the introduction of possible external dynamics (Woźniak, 2014). County representation follows the Nomenclature of Territorial Units for Statistics (NUTS), which is divided into four NUTS 2 groups¹⁹⁷. The research results are analysed and discussed within the two territorial categories: 1) Adriatic Croatia and 2) Continental (Pannonian, Northern and Zagreb). The research was conducted from September 2021 to November 2022 via the Zoom platform. Prior to the start of the research, participants were instructed on how to consent to participate in the research. In the analysis phase, teachers were given their codes without disclosing their identities or initials to ensure anonymity. The same codes are used in the citations of the research participants' answers with the letter *T* for teacher, the letter *A* for Adriatic and *C* for Continental and the number representing a particular teacher in the research database.¹⁹⁸ All focus groups were recorded (audio), and in the second phase, the recordings were transcribed. Starting from the first phase of "pure" transcription, in the second phase researchers used the constant comparison method, where the data is searched to define topics related to the set research objective (Merriam, 1998). This research approach is predominantly based on a constructivist theoretical perspective, according to which people experience and interpret reality subjectively (Broido & Manning, 2002). The decision to base the research on the presented perspective was also made because of the possibility of a deeper understanding of complex social phenomena, such as European identity. This approach relies on participants' experiences as an instrument or mechanism of under-

197 Pannonian Croatia (with the following counties: Bjelovar-Bilogora, Virovitica-Podravina, Požega-Slavonia, Brod-Posavina, Osijek-Baranja, Vukovar-Srijem, Karlovac, Sisak-Moslavina), Adriatic Croatia (with the following counties: Primorje-Gorski Kotar, Lika-Senj, Zadar, Šibenik-Knin, Split-Dalmatia, Istria, Dubrovnik-Neretva), the City of Zagreb (as the independent county City of Zagreb) and Northern Croatia (with the following counties: Međimurje, Varaždin, Koprivnica-Križevci, Krapina-Zagorje, Zagreb).

198 For instance, teacher number 1 in the research database comes from Adriatic Croatia. Their code will be T-A-1.

standing. The constructivist theoretical perspective emphasises the constructed nature of reality as a negotiated knowledge system in which people (in this case, teachers) make sense of their actions (Potter, 1996).

This paper analyses the answers to five discussion topics:

1. What does local, national, and European identity mean to them?
2. In which of the three identities are they most reflected?
3. How do they raise awareness of local, national, and European identity in their teaching?
4. How do they promote ideas of intercultural understanding in their teaching?
5. How are they affiliated with Europe on a political, social, and societal level?

4. RESULTS AND DISCUSSION

The results are presented and discussed in four thematic groups. The first thematic group refers to personal reflections on the three levels. The second group dealt with questions about raising awareness of local, national, and European identity in teaching. The third group dealt with teachers' attitudes towards intercultural understanding, and the fourth with teachers' political affiliations.

Starting from Kohli's (2000, p. 122) definition that "identity is about the feeling of being a member of a political or cultural community", we started the focus group discussions with open-ended introductory questions asking teachers to describe and explain what local, national, and European identity means to them and in which of the three identities they find themselves most. From a research perspective, it is interesting that all seven focus groups started with an almost identical answer, which could be summarised as "*We have never thought about it before*". By introducing additional questions into the discussion, we encouraged them to "break the ice" and give more empirically fruitful answers. Already in the "pure" transcription, which was later confirmed by the constant comparison method, it became apparent that the local and national identity of Croatian vocational teachers is primarily explained by the sense of belonging to a particular region or homeland and some aspects of national folklore, while the perception of European identity differs – "*Although I don't often think about it, I would say that the local is connected with our Adriatic region, the identification as people from the Adriatic Croatia [Cro primorci], some would say [Cro boduli], and the national identity is the*

fact that we are Croats... European identity we are still creating and constructing, but we feel it, especially in the last few years.” (T-A-1); “On a local level I’m an Istrian, on a national level I’m a citizen of Croatia, and I guess the fact that I’m European means that I’m open to diversity, multicultural, that I value people for who they are and not because of their nationality, religion, or sexual orientation.” (T-A-17); “I’m a Dalmatian, a Croat and I live on the European continent... I think it’s important to emphasise here that I separate the political creation (the EU) from the geographical community and what Europe as a continent represents based on its history and culture.” (T-A-13); “Yes, certainly national like the Croats. I think the national identity is strong among those more affected by the Homeland War. And as for local, I’m from Međimurje, [Cro medimurac]. That’s my local identity. I’m not sure that European identity means anything to me; it’s far and alien to me.” (T-C-16); “Local identity is my city, my Slavonia, where I belong with my heart. The national identity is Croatia, and the European one is something imaginary to me, I don’t feel it nor can I define it.” (T-C-19); “Local is my place where I live and the region, I would say that locally I am from Baranja, nationally I am certainly Croatian, and European is like when a doctor explains the diagnosis to me in Latin, unclear...” (T-C-11); “Local and national are also present in my daily life through customs, traditions and history, the European is unclear to me in that sense – is it Europe, the European Union or something else, I don’t know?” (T-C-5). Accordingly, some research participants specifically emphasise the elements of national folklore, contextualising it on all three levels – local, national and European – “Lado¹⁹⁹ is, let’s say, the best picture of our national identity... at the same time, what they represent is a combination of all three, local, national and European.” (T-C-21); or, for example, “Rabska fjera²⁰⁰ is my local identity because I have lived with it since childhood, but it is also a national and European image of my island...” (T-A-15). In the case of local identity, research participants even identify themselves on a smaller micro-local level – “Locally, I’m an islander [Cro otočanin], you know that people from islands, even though they can be called coastal people, have a specific local identity, sometimes isolated, which is logical due to geographical isolation” (T-A-6) and continues “... but even though we are geographically isolated, I would say that we are not mentally isolated, our maritime tradition and tourism are in our favour here, we live a European identity on the island.” (T-A-6) At the same time, for both geographically defined groups of vocational teachers (Adriatic and Continental), local

199 Authors note: LADO – National Folk Dance Ensemble of Croatia

200 Authors note: *Rabska Fjera*, the oldest and largest medieval summer festival in Croatia, which has traditionally been held every summer from July 25 to 27 on the island of Rab since 1364.

identity is perceived primarily through traditions linked to local microcultures and customs, and what is particularly interesting with local religious festivals, dialects, and food. For example, research participants point out, *“Local identity is our local customs. For instance, today is fasting on the eve of the feast of Saint Barbara, which has been especially revered in my village for years and passed down from generation to generation. That’s my local identity.”* (T-C-25)²⁰¹; *“The customs of my city are the local identity; the Chakavian dialect is my local identity...”* (T-A-37); *“We at the foot of Moslavačka gora are especially locally proud of our Kajkavian dialect; it is our local identity.”* (T-C-31); *“Many things, I would say a lot more than the national one, contains my local identity – language, customs, traditions, food... candied almonds and muddy pasta [Cro ucukrene mjendule i šporki makaruli], that’s the first that comes to my mind when you ask me what represents my local identity.”* (T-A-23).

The second thematic group addressed the question of how teachers raise awareness of local, national, and European identity in their teaching. It should be noted that both groups of teachers had vague ideas about activities they could use or exploit to raise awareness of local, national, and European identity in their teaching. Research participants generally do not see an opportunity to raise awareness of local, national, and European identity in their subject – *“I am not sure. I think that in my subjects, which are mainly mechanical professions, there is no room to talk about such topics.”* (T-C-24); *“It’s important, but I don’t have space in the subjects I teach to introduce it. I am an agricultural engineer, and I teach that group of subjects, there is not much room for such topics.”* (T-C-32); *“No, I don’t have a place for that in metallurgy...”* (T-C-39); *“Accounting is precise and clear, there is not too much room for such soft topics.”* (T-A-33); *“I teach physiotherapy, I’m not sure that I could introduce those topics into my subjects.”* (T-A-9). However, in two focus groups, we found teachers mainly from tourism and hospitality sectors, who described different experiences; *“Yes, we said earlier that food is a part of identity at our school, especially in the courses for chefs and pastry chefs, such topics are strongly emphasised when we deal with the food of different countries and also subjects related to cultural heritage. Students have the opportunity to learn the differences in food, and consequently, they learn about different identities. Likewise, when we have a mobility week, we always prepare food from different regions and EU countries.”* (T-A-35); *“... our school educates future employees*

201 Although the research participant does not point out the same way, it is interesting to emphasise that the so-called Saint Barbaras’ fast is also found in some ethnological research. Rajković (1974) points out that pine twigs were found under the hen house and barn roof in Hrvatsko Zagorje on Saint Barbara fast (the day before the holiday). It was believed that this act would protect against the plague.

in the tourism and hotel industry. We have different subjects that deal with local, national, and European heritage... and then there is culture, tourism, and food so that different identities are also covered." (T-A-27).

Within the third thematic group, the topic of intercultural understanding was opened. The intercultural understanding in this research is understood and operationalised as "a respect to different cultural and ethnic identities" (Ledić, Miočić & Turk, 2016: 17). We were particularly interested in research participants' attitudes towards intercultural understanding in this thematic group. Almost unanimously, all research participants expressed positive attitudes and high levels of respect for different cultural and ethnic identities and emphasised the importance of promoting intercultural understanding in education: "*Everyone should follow their own example to encourage and respect cultural and ethnic identities, and we teachers especially, because we pass this on to our students.*" (T-C-3); "*Certainly, intercultural understanding is fundamental in education.*" (T-A-35); "*Respecting different cultural and ethnic identities as well as promoting interculturalism is very important in education, and this is what should distinguish us as teachers from other professions.*" (T-C-30); "*Intercultural understanding should be part of our professional development and life-long learning process.*" (T-C-34), "*I would say that this is a topic that should be an inexhaustible pool of constant progress and development for the educational professions.*" (T-A-40). Although further discussion related to the research participants' attitudes is not the focus of this paper, it should be mentioned that the teachers also showed positive attitudes towards intercultural understanding. After asking them to substantiate this with teaching examples they used, we received vague and similar answers to the previous question. In a nutshell, on a declarative level, teachers recognise and support intercultural understanding and have positive attitude towards it. However, they do not see their subjects as a "fertile ground" for these issues.

Lastly, the fourth thematic group included the teachers' views on how they are affiliated with Europe. Even though we did not notice during the focus group discussions, during the content analysis we came across data in the views of the research participants regarding their affiliation to Europe. Namely, our analysis revealed that Continental teachers reflect their belonging to Europe mainly in relation to cultural heritage: "*I would say through cultural heritage and the fact that Europe is the cradle of culture and history.*" (T-C-2); "*Cultural heritage of which we are also a part, that is the way I see my connection to Europe...*" (T-C-8); "*My first idea of this connection is the culture and cultural heritage of Europe. Monumental buildings of European cities, history, culture, philosophy...*" (T-C-26); "*The historical and cultural heritage of Europe is what primarily connects us with Europe and the European Union.*" (T-C-34); "*Europe is the place where civilisation was born and culture developed, so it is the*

first association that comes up when talking about connection... I don't know if it is like that for younger generations. But for me it is." (T-C-41). At the same time, in the group of teachers from Adriatic Croatia political and social ties are more emphasised: *"Culture, society and social order, today it is much more political connections and influences..."* (T-A-1); *"Today, it is certainly politics and Brussels structures. It was much more social ties and cultural heritage in the past..."* (T-A-13); *"The connection with Europe is the connection with the European Union, so politics, funding..."* (T-A-29); *"You know, I worked as a project manager for many years before I came to school, so my first association is EU projects, political structures, and Brussels administration."* (T-A-35); *"Apart from culture and heritage, today it is certainly politics, the fact that we are part of the European Union, which is a political community. Also, I would say that it is a fact that all EU countries are democratic, or learn how to become democratic..."* (T-A-40). In addition to such affiliations to Europe, there are also those research participants who do not feel connected in this context and at the same time express a kind of Euroscepticism: *"No, I don't feel any connection with Europe, and I don't understand why I should even identify myself with a political creation without an identity."* (T-C-36); *"I don't feel any connection, nor do I believe in the European Union as a community..."* (T-A-27); *"There is no connection, and the European Union is not a community that provides a secure and stable future... it has shown this in the current war in Ukraine..."* (T-C-38).

Based on the vocational teachers reflections on the local, national, and European identity, similar to previous EDE research in Croatia (e.g., Turk & Ledić, 2015), they primarily perceive local and national identity through a sense of belonging to their homeland, local microcultures, customs, language, history, tradition and food and some aspects of national folklore. On the other hand, their reflections on European identity differ. Vocational teachers correlate European identity with geographical location (the European continent) and some elements of national folklore. However, for a certain group of vocational teachers, European identity is foreign and distant concept. They cannot define it and do not feel it personally. However, vocational teachers from Adriatic Croatia have a more developed awareness of European identity and personal self-reflection than those from Continental Croatia.

When discussing raising awareness of local, national, and European identity in teaching, both groups of vocational teachers showed vague ideas about the activities they use or could employ in teaching. They mainly mention the impossibility of introducing such content into their teaching subjects, with the exclusive emphasis on narrowly specialised content. Other experiences are presented only by research participants who teach subjects in the field of

tourism and hospitality, often including content about food and the cultural heritage of different European countries. When discussing teachers' attitudes towards intercultural understanding in teaching, vocational teachers expressed positive attitudes about promoting intercultural understanding in education and a high level of respect for different cultural and ethnic identities. Despite this, and similar to Savvides' (2008) research on European schools, they give vague answers about the examples and activities they use in their classroom, as they feel that the subjects they teach are unsuitable for such topics. As far as the sense of political, social, and cultural belonging of vocational teachers to Europe is concerned, the analysis of the results has shown that teachers from Continental Croatia reflect their belonging to Europe primarily in the context of cultural heritage. In contrast, in the group of teachers from Adriatic Croatia, political and social ties are emphasised. Similarly, in both groups of vocational teachers, some do not feel connected to Europe and express Eurosceptic attitude.

5. CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

This paper is based on the finding that there is no empirical research with vocational teachers concerning the EDE concept. *Our research question was: What is the understanding and experience of Croatian vocational school teachers regarding the European dimension in education (EDE)?* Since the research and the resulting findings are beyond the scope of a single article, we decided to focus our discussion on European identity.

The research results suggest that vocational teachers define their local and national identity through geographical affiliation and through customs, religious festivities, language, history, tradition, and elements of national folklore. Awareness of European identity needs to be raised further and it is not easy to understand and define it. However, it should be noted that vocational teachers from Adriatic Croatia have a more pronounced awareness of Europe. These experiences of vocational teachers in relation to European identity are understandable considering that Croatia does not have a long history as a member of the European Union and that history, customs and traditions are the necessary elements for the development of a local and national, and therefore European, identity. As one of the study participants said, *"We are still in the process of creating and building a European identity, but we feel it, especially in recent years."* The differences in awareness of European identity between the two groups of teachers can also be understood in the context of the war events in recent Croatian history, which is supported by the statement

“I think that national identity is more emphasised among those who were more affected by the Homeland War”. Furthermore, there is a clear difference between teachers from Adriatic and Continental Croatia in terms of their sense of political, social, and cultural belonging to Europe..

In addition, teachers’ reflections point to a narrow understanding of the educational process when it comes to raising awareness of local, national, and European identity in education. Although the competency-based curriculum allows for certain freedoms, and thus teacher responsibility in the teaching process, teachers need to recognise the possibilities of teaching such topics focusing exclusively on narrowly specialised content within their subjects. Part of this understanding can also be found in emphasising the behaviourist approach to learning outcomes and their “measurability”, to which the entire educational process is subordinated. On the other hand, teachers superficially recognise and support intercultural understanding. However, they do not see perspectives on these issues and declare that their subjects are not “fertile ground” for such content.

Starting from the discourse of the political praxeology of education, the essential understanding and evaluation of different concepts by teachers is an essential aspect of the acceptance and implementation of (new) educational concepts in the educational system of a particular country. In light of the findings of this research, it is necessary to consider innovative programmes and approaches in the initial training of vocational teachers and to move away from a strictly behaviourist understanding of learning outcomes in the educational process.

This research has opened the discussion on the EDE concept among the vocational teachers in Croatia, which can be considered as an important scientific contribution of this paper. As the research dealt with a new target group in education in Croatia, the qualitative approach was used to reconstruct a spectrum of research participants’ attitudes and structure of the rationalisation model regarding their teaching decisions or attitudes and connections and relationships they establish between different EDE elements. Although qualitative research is not intended to generalise research findings, they can provide indicative insights into the research topics and serve as a starting point for the construction of quantitative instruments in further research.

LITERATURE

1. Bergbauer, S. (2018). *Explaining European Identity Formations*. Springer: Netherlands.
2. Biesta, G. (2015). On the two cultures of educational research, and how we might move ahead: Reconsidering the ontology, axiology and praxeology of education. *European Educational Research Journal*, 14(1), 11–22.
3. Broido E. M., & Manning K. (2002). Philosophical foundations and current theoretical perspectives in qualitative research. *Journal of College Student Development*, 43(4), 434–445.
4. Bulletin of the European Communities (1973). *Declaration on European Identity*, Office for official publications of the European Communities, 12, pp. 118-122. Retrieved from www.cvce.eu/content/publication/1999/1/1/02798dc9-9c69-4b7d-b2c9-f03a8db7da32/publishable_en.pdf
5. Christensen, J. E., & Fisher, J. E. (1981). Educology as an Organisational Concept for Schools of Teacher Education, Colleges of Education, and Faculties of Education. In J. E. Christensen (Ed.), *Perspectives on Education and Educology*. (pp. 263–300). Washington: University Press of America
6. Convery, A., & Kerr, K. (2005). Exploring the European Dimension in Education: Practitioners' Attitudes. *European Education*, 34(4), 22–34.
7. Council of the European Communities and the Ministers of Education (1991). *Resolution on the European dimension of education: teaming and curriculum content*. Retrieved from www.coe.int/en/web/education-minister-conference/previous-conferences#%7B%2214530425%22%3A%5B%5D%7D
8. Council of the European Union (2019). *Council Recommendation on High-Quality Early Childhood Education and Care Systems (2019/C 189/02)*. Official Journal of the European Union. Retrieved from eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32019H0605%2801%29
9. Council of the European Union (2023). *Council resolution on The European Education Area: Looking to 2025 and beyond (2023/C 185/08)*. Official Journal of the European Union. Retrieved from eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ%3AJOC_2023_185_R_0008
10. Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Metode istraživanja u obrazovanju*. (Prijevod djela *Research methods in education*, prema 5. izdanju izvornika). Jastrebarsko: Naklada Slap.
11. Diestro Fernández, A., & López, J. M. V. (2015). Towards a European supranational policy of education based on the European Dimension on Education. *Bordón. Revista de pedagogía*, 67(1), 101-116.

12. European Commission (2017). *Strengthening European Identity through Education and Culture*. Retrieved from eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017DC0673&from=EN
13. European Commission (2020a). *European Skills Agenda for Sustainable Competitiveness, Social Fairness, and Resilience*. Retrieved from ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=89&newsId=9723
14. European Commission (2020b). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on Achieving the European Education Area by 2025*. Brussels, 30.9.2020 COM(2020) 625 final. Retrieved from eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0625
15. European Commission (2021). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions - Fostering a European approach to Artificial Intelligence*. Brussels, 21.4.2021 COM (2021) 205 final. Retrieved from eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:01ff45fa-a375-11eb-9585-01aa75ed71a1.0001.02/DOC_1&format=PDF
16. European Committee of the Regions (2018). *Opinion of the European Committee of the Regions – Strengthening European Identity through Education and Culture (2018/C 361/05)*. Official Journal of the European Union. Retrieved from eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017IR6048&rid=5
17. Grunig, L. A. (2008). Using Qualitative Research to Become the “Thinking Heart” of Organizations. In B. van Ruler, A. Tkalac Verčič & D. Verčič (Eds.), *Public relations metrics: research and evaluation*. (pp. 120-136). New York: Routledge.
18. Grønkjær, M., Curtis, T., de Crespigny, C., & Delmar, C. (2011). Analysing group interaction in focus group research: Impact on content and the role of the moderator. *Qualitative Studies*, 2(1), 16–30.
19. Hettlage, R. (1999). European identity - between inclusion and exclusion. In H. Kriesi, K. Armingeon, H. Siegrist & A. Wimmer (Eds.), *Nation and National Identity: The European Experience in Perspective*. (pp. 243-262). Zurich: Ruedger.
20. Kohli, M. (2000). The battlegrounds of European identity. *European Societies*, 2(2), 113–137. Doi 10.1080/146166900412037

21. Ledić, J., Miočić, I., & Turk, M. (2016). *The European Dimension in Education: Approaches and Challenges*. Rijeka: Faculty of Humanities and Social Sciences.
22. Merriam, S. B. (1998). *Qualitative research and case study applications in education*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
23. Potter, J. (1996). Discourse analysis and constructionist approaches: Theoretical background. In J. T. E. Richardson (Ed.), *Handbook of qualitative research methods for psychology and the social sciences*. (pp. 125 – 140). Leicester: British Psychological Society.
24. Rajković, Z. (1974). Narodni običaji okolice Donje Stubice [Folk Customs in the Surroundings of Stubica]. *Narodna umjetnost: hrvatski časopis za etnologiju i folkloristiku*, 10(1), 153– 214.
25. Ritzen, J., Haas, J., Neeleman, A., & Teixeira, P. (2016). *European Identity and the Learning Union*. IZA Policy Papers 121, Institute of Labor Economics.
26. Savvides, N. (2008). The European dimension in education: Exploring pupils' perception at three European Schools. *Journal of Research in International Education*, 7(3), 304-326.
27. Turk, M., & Ledić, J. (2015). Croatian School Teachers' Familiarity with the European Dimension in Education. *The Turkish Online Journal of Educational Technology, Special Issue*, 2146–7242.
28. Turk, M. (2022). Twenty-five Years of the European Dimension in Education in Croatia: Research Origins, Theoretical Deficiencies, and the Future Development Pathway. *Journal of Social Science Education*, 22(1), 176–199. doi.org/10.11576/jsse-4261
29. Zidarić, V. (1996). Europska dimenzija u obrazovanju - njezin nastanak, razvitak i aktualno stanje [The European dimension in Education – its Emergence, Development and Current Position]. *Društvena istraživanja*, 5, 1(21), 161-181.
30. Woźniak, W. (2014). Homogeneity of Focus Groups as a Pathway to Successful Research Findings? Methodological Notes from the Fieldwork. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 10(1), 6-23.

ISKUSTVA I STAVOVI RODITELJA O VAŽNOSTI DJEČJIH IGRALIŠTA

Izvorni znanstveni rad

Antonija Vukašinović

doktorandica Poslijediplomskog studija
Pedagogija i kultura suvremene škole
Filozofski fakultet, Sveučilište Josipa Jurja
Strossmayera u Osijeku
antonija.vukasinovic@gmail.com

Kristina Horvat

doktorandica Poslijediplomskog studija
Pedagogija i kultura suvremene škole
Filozofski fakultet, Sveučilište Josipa Jurja
Strossmayera u Osijeku
k.horvat18@gmail.com

Bruno Matijašević

doktorand Poslijediplomskog studija
Pedagogija i kultura suvremene škole
Filozofski fakultet, Sveučilište Josipa Jurja
Strossmayera u Osijeku
bruno.matijasevic6@gmail.com

Sažetak

Boravak djece na dječjim sportskim igralištima važan je za cjelokupni razvoj djece. Brojna istraživanja podržavaju boravak djece na igralištima s ciljem razvoja socijalnih, kognitivnih i psihomotoričkih vještina. Cilj je ovoga istraživanja utvrditi stavove roditelja djece mlađe i predškolske dobi o boravku djece na igralištima te iskustva roditelja o važnosti opreme na dječjim sportskim igralištima i elementima koji doprinose zdravlju i razvoju djece. Za potrebe istraživanja konstruiran je upitnik Roditeljska procjena posjećenosti dječjih igrališta (PACPA) kojim se ispitala zastupljenost zelenih površina dječjih igrališta, opremljenost dječjih igrališta prirodnim materijalima i prirodnim elementima na dječjim igralištima te stavovi roditelja o važnosti posjećenosti dječjih igrališta. Istraživanje je provedeno *online* i obuhvatilo je populaciju od

220 roditelja iz Republike Hrvatske. Rezultati su pokazali regionalne razlike u zastupljenosti zelenih površina dječjih igrališta, sastavu materijala elemenata te stavovima roditelja o važnosti posjećivanja dječjih igrališta. Učestalost posjećivanja dječjeg sportskog igrališta u korelaciji je sa stavovima roditelja o važnosti posjećivanja dječjeg sportskog igrališta. Rezultati upućuju na buduće planiranje kvalitetnih igrališta koja doprinose razvoju i zdravom djetinjstvu djece u Republici Hrvatskoj.

Ključne riječi; djeca, dječje igralište, dječji razvoj, prirodni elementi, zelena površina

EXPERIENCES AND ATTITUDES OF PARENTS ABOUT THE IMPROTANCE OF CHILDREN'S PLAYGROUNDS

Abstract

It is important for the overall development of children to spend time on playgrounds. Numerous studies advocate that children spend time on playgrounds to develop social, cognitive, and psychomotor skills. The aim of this study is to determine the attitudes of parents of children of early and preschool age about spending time on playgrounds and the parents' experiences about the importance of equipment on children's playgrounds and elements that contribute to children's health and development. A Parental Assessment of Children's Playground Attendance (PACPA) questionnaire was developed for this study. It examines the presence of green spaces, equipment made of natural materials and elements on children's playgrounds, as well as parents' attitudes about how important it is for their children to spend time in playgrounds. The survey was conducted online and included 220 parents from the Republic of Croatia. The results showed regional differences in the presentation of green areas in children's playgrounds, the materials that make up the playground equipment, and parents' attitudes about how important it is for their children to spend time in playgrounds. The frequency with which children spend time on playgrounds correlates with parents' attitudes about the importance of playgrounds. The results provide guidance for future planning of quality playgrounds that contribute to the development and healthy childhood of children in the Republic of Croatia.

Keywords: children, development, green area, elements of nature, playground.

1. UVOD

Igra je temeljna aktivnost koja je sveprisutna u razvoju djeteta, a da bi se ona mogla dogoditi djeci je potrebno okruženje u kojem će se igrati. Posebno mjesto u životu jednog djeteta, a središnje za tjelesnu aktivnost, socijalnu interakciju i poboljšanje mentalnog zdravlja čini igralište (Schneider i suradnici,

2020; Farah Istiani i suradnici, 2023). Ono je oduvijek bilo okruženje namijenjeno djeci da eksperimentiraju, testiraju i pokažu svoja postignuća grubih motoričkih vještina, a angažman u igri ključna je odrednica za takve aktivnosti (Watts, 2022). Igrališta trebaju djeci omogućiti ispunjavanje funkcija slobodnog vremena i razvoj senzoričkih (vizualnih, taktilnih, vestibularnih, kinestetskih), kognitivnih (percepcija, pažnja, planiranje, rješavanje problema), socijalnih (komunikacija, dogovaranje, suradnja), motoričkih (osobito gruba koordinacija i vizualno motorička koordinacija) vještina u zabavnom i stimulirajućem okolišu koji ujedno treba biti siguran i ureden tako da prevenira ozljede djece (Stipanec i Bartolac, 2015). Igra se sastoji od niza aktivnosti koje čine smislenu cjelinu koja za dijete ima posebni značaj. Stjecanjem motoričkih aktivnosti djeci je omogućeno kretanje i istraživanje okoline te povećanje funkcionalne i predmetne igre. Tako igra s predmetima potiče manipulativne vještine, za razliku od igara pretvaranja i igre s vršnjacima i odraslima koje zahtijevaju i poboljšavaju kognitivne vještine i povećavaju društvene interakcije, ali imaju i pozitivan utjecaj na tjelesnu aktivnost (Hansen Sandseter i suradnici, 2022; Sando, 2019). Preventivni učinak koji igra ima omogućuje stvaranje i promicanje ponašanja koje poboljšava zdravlje u ranijim godinama života i ima priliku utjecati na promjenu stope pojave kroničnih bolesti u kasnijim godinama života (Watts, 2022). Sudjelovanje u igri rezultira poboljšanjem razvoja i vještina, a razvoj i vještine povećavaju mogućnosti igre. Ipak, interesi djece važni su za razvoj igre i za odabir okruženja za igru (Hansen Sandseter i suradnici, 2022). Važnost igrališta može se ogledati u omogućavanju izvođenja aktivnosti učenja temeljenog na igri, posebno u pogledu socijalno-emocionalnih vještina i grubih motoričkih vještina. Uključenost je kvaliteta ljudske aktivnosti koja se prepoznaje po djetetovoj koncentraciji i ustrajnosti kada u aktivnostima sudjeluje samostalno ili s vršnjacima, a igra je snažno povezana s dobrobiti i uključenosti djece te će kao takva biti važna za pružanje dobrog psihosocijalnog okruženja i okruženja za učenje (Storli i Hansen Sandseter, 2019). Veća dostupnost materijala potiče dječju igru, što zauzvrat može poticati dobrobit djece (Sando, 2019). Stvaranje zdravog okruženja u kojem djeca mogu biti intrinzično motivirana stvara priliku da njihove aktivnosti subliminalno postignu poželjne zdravstvene ishode (Pate i suradnici, 1996 prema Watts, 2022). Utjecaj na djetetovo ponašanje može se sagledati na temelju njihove uključenosti u okruženje za igru koje ga treba potaknuti da se uključi u tjelesnu aktivnost, a zatim održati njegovu želju da nastavi sudjelovati kako bi se postigla dobrobit za zdravlje i razvoj (Watts, 2022).

2. TEORIJSKA POZADINA

Djeca su na dječjim igralištima vrlo često izložena sunčevoj svjetlosti koja daje doprinos tjelesnom razvoju djeteta, ali isto tako ima i štetan utjecaj. Iznenaduje činjenica da je izloženosti suncu i razini sjene na dječjim igralištima do danas posvećivano vrlo malo pozornosti na međunarodnoj razini, a studija 'PlaSMa' analizira postotak zasjenjenih područja u usporedbi s ukupnom površinom igrališta i glavnim prostorom za igru djece (Schneider i suradnici, 2020). Autori ističu da se neovisno o karakteristikama društvenog područja u velikom broju slučajeva djeca igraju na izravnoj sunčevoj svjetlosti dok roditelji i skrbnici sjede u hladu. S obzirom na vremenske prilike roditelji smatraju da se djeca trebaju igrati vani na kiši, snijegu i za hladnog vremena (Zlataar i Klišanić, 2021). Igra u prirodi razvija brojne potencijale djeteta (Bašić i suradnici, 2021), ali događa li se isto na igralištima koja su opremljena raznom opremom? Način igre na igralištu može se promijeniti prostornim preuređivanjem i opremom za igru, što ukazuje da uređenje igrališta izravno utječe na način dječje igre (Sumiya i Nonaka, 2021). Ovu tvrdnju podupiru rezultati izravnog promatranja koji ukazuju da okruženje utječe na dječju igru (Stanton-Chapman i Schmidt, 2021).

Fiksna funkcionalna oprema za igralište pokazuje negativnu povezanost s tjelesnom aktivnošću i nikakvu povezanost s dobrobiti te ju se tumači u svjetlu činjenice da ju djeca štedljivo koriste i da su takve instalacije relativno skupe, zahtijevaju dosta prostora i strogo su regulirane sigurnosnim zahtjevima (Sando, 2019). Međutim, nemaju svi materijali jednak učinak. Igračke s kotačima pojavljuju se kao značajni negativni prediktori tjelesne aktivnosti što je povezano s činjenicom da je to aktivnost koju mogu izvoditi djeca koja nisu uključena u igru, a ne da igračke na kotačiće uzrokuju nisku tjelesnu aktivnost (Sando, 2019). Konstruktivna igra koja uključuje aktivnosti s mekanim materijalima iz prirode često je statična. Igračke s kotačima i fiksna funkcionalna oprema za igrališta mogu negativno doprinijeti zdravstvenim ishodima djece, a otvorena područja i staze mogu imati pozitivan zdravstveni učinak (Sando, 2019). Igrališta u prirodi pogodnija su okruženja za razgovor od igrališta koja nisu u prirodi (Prins i suradnici, 2022). Djeca kao svoje omiljeno mjesto za igru na otvorenom prvenstveno biraju igrališta u gradskim sredinama, ali s prirodnim elementima (drvo i voda), gdje im je dopušteno kretanje bez nadzora odraslih. Ova sklonost ne znači nužno da djecu ne privlače prirodnija mjesta ili da nemaju mnogo veze s prirodom, nego su im lako dostupna zbog javnog prijevoza (Van Heel, 2022). Tijekom igre djeca su u izravnom kontaktu sa zemljom, ali i opremom koja je prisutna na igralištima. Dokumentirana je prisutnost pesticida za zaštitu drva u opremi za igru, a u uzorcima tla s igrališta

identificirani su organoklorni pesticidi i organokositreni spojevi što izaziva zabrinutost u pogledu potencijalnih štetnih učinaka herbicida i pesticida na ljudsko zdravlje (Šapčanin i suradnici, 2016).

Djeca ističu da im je sloboda, veličina i raznovrsnost te mogućnost da ih prostor ponovno dočeka onako kako su ga ostavili veoma važna, a navedene komponente omogućuju djeci različite igre koje su vođene njihovim prirodnim interesom (Bašić i suradnici, 2021). Okruženje u slobodnoj igri djece ima važnu ulogu; igra će biti bogatija, raznovrsnija, sadržajnija i poticajnija ako prati dijete u svim njegovim segmentima. Dijete se duže zadržava u igri samo ili s drugom djecom te se uočava razvoj pažnje, koncentracije, mašte i kritičnosti, poticanje kreativnosti i povećanje temeljitosti (Karlovcan i Dundović, 2013).

Osim kvalitete igrališta, za slobodnu igru djece od presudne je važnosti i da dionici koji aktivno sudjeluju u odgajanju (roditelji i odgojitelji) budu otvoreni za prihvaćanje činjenice da je za kvalitetnu igru i učenje važno dopuštenje odraslih za igru (Zlataar i Klišanić, 2021). Omogućavanje djetetu slobodne i nesputane igre u prirodi podržava shvaćanje djeteta kao cjelovitog bića te prihvaća integriranu prirodu njegova učenja (Bašić i suradnici, 2021). Prirodno okruženje za dječju igru od neprocjenjive je važnosti, besplatno i lako dostupno. Interakcija s okolišem i u okolišu preduvjet je kvalitetnoga odgoja za održivi razvoj koji je preduvjet za postojanje društva koje će održivost procjenjivati kao temeljnu vrijednost (Lujić, 2020). Igrališta u prirodnim okruženjima kao što su šumska područja mogu uključivati elemente prirode kao što su topografija, biljke, drveće, pijesak, trupci, kamenje, voda, vjetar, vatra i drugi prirodni elementi. Djeca koja se igraju na njima imaju bolje motoričke sposobnosti, ravnotežu i koordinaciju u usporedbi s djecom koja se igraju na tradicionalnim igralištima, a uočeno je manje problema u ponašanju i ozljeda te pozitivan utjecaj na razvoj empatije, prevenciju razvoja pretilosti, psihičke i tjelesne probleme (Cengiz i Ozge Boz, 2019). Nestrukturirana igra na otvorenom važna je radi korisnih učinaka na zdrav razvoj djece, ali su mogućnosti djece da se uključe u smislenu igru ograničene. Postoje brojni čimbenici koji doprinose takvom nepovoljnom položaju djece. Primjerice, opremljenost igrališta, nedostupnost igrališta, neprilagođenost, nepristupačnost igralištima. Posebnu kategoriju čimbenika koji „ometaju“ igru čine roditelji. Poticajno okruženje u prirodi djeci pruža mogućnost za istraživanje, eksperimentiranje i manipulaciju prirodnim materijalima, ali vrlo često zbog zaštite od opasnosti odrasli ograničavaju prirodne potrebe djeteta i „uskraćuju“ poticaje koje nudi prirodno okruženje (Valjan Vukić, 2012). Vitalnu ulogu u pružanju podrške djeci imaju odgojitelji koji se suočavaju s brojnim preprekama. Podizanje društvenog statusa odgojitelja potrebno je i u obrazovnom sektoru, ali i iz šire društvene perspektive jer su oni, uz roditelje, neophodni u procesu zdravog rasta i razvoja djeteta (Cheng i suradnici, 2022). Odgojitelj ima ključnu ulogu

u osmišljavanju i organiziranju poticajnog okruženja za igru. On igrom stimulatивно djeluje na dječju samoinicijativnost, razvija samopouzdanje i omogućava svakom pojedincu razvoj u skladu s osobnim potencijalima te je nužno igru promatrati kao proces u kome izuzetnu snagu i moć ima aktivno učenje otkrivanjem i vlastitim djelovanjem djece u poticajnom okruženju i zajednici u koju je smješten (Valjan Vukić, 2012).

Od neophodne je važnosti razvijanje svijesti o važnosti postojanja igrališta za djecu koja će biti jedan od bitnih čimbenika u poticanju zdravog rasta i razvoja svakog djeteta. Važno je imati igralište u djetetovoj okolini gdje će ono biti „svoj na svome“, ali još je važnije da to igralište bude na što veću korist. Mnoga igrališta zahtijevaju reviziju, a ono što je potrebno jest primjena alata utemeljenog na dokazima koji daju doprinos prilikom donošenja odluka te prilikom rada na relevantnim prioritetima (Taylor i suradnici, 2023).

3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Cilj istraživanja bio je utvrditi zastupljenost šireg spektra elemenata na dječjim igralištima u trima hrvatskim makroregijama (Slavonija, splitsko i zagrebačko područje), kao i utvrditi stavove roditelja prema korištenju igrališta prema kriteriju urednosti i opremljenosti. U skladu s tim konstruiran je upitnik pod nazivom Roditeljska procjena posjećenosti dječjih igrališta (PAC-PA). Upitnik je napravljen prema *Designing for Childrens Play in Public Open Spaces modelu* (Wolley, 2008). Sastojao se od dvaju dijelova. Prvi je obuhvaćao sedam varijabli socio-demografskog karaktera (dob, spol, mjesto stanovanja, broj djece, dob djece te statut zaposlenja oba roditelja). Drugi dio sastojao se od pitanja vezanih za dostupnost dječjih igrališta, udaljenost igrališta od mjesta stanovanja, kao i zastupljenost pojedinih materijala i didaktičkih elemenata na dječjim igralištima te stavove roditelja o njihovoj važnosti za posjećenost dječjih igrališta. Upitnik je pokazao zadovoljavajuće metrijske karakteristike prema Cronbachovoj α 0.85. Ispitivanju je dobrovoljno pristupilo 247 ispitanika od kojih 229 (92,7 %) osoba ženskog spola, 17 osoba muškog spola (6,9 %), a 1 se osoba (0,4 %) nije htjela izjasniti o svome spolu.

Za obradu podataka korišten je statistički alat TIBCO *Statistic Version 14.0.0.15*. Podatci su obrađeni deskriptivnom statistikom i *Kruskal-Wallis ANOVOM*.

4. REZULTATI

Deskriptivnom statistikom *Breakdown* analizirala se aritmetička sredina (M) odgovora ispitanika te standardna devijacija (SD) odstupanja odgovora. Aritmetička sredina odgovora ispitanika koji žive u gradu iznosila je 3,47 na tvrdnje *Opremljenost dječjih igrališta određuje intenzitet posjećenosti djece* i *Urednost dječjih igrališta uvelike određuje intenzitet posjećenosti djece* uz odstupanja od 0,75 i 0,70. Ispitanici iz sela ili općine slično su se slagali s tvrdnjama *Opremljenost dječjih igrališta određuje intenzitet posjećenosti djece* (M=3,49) i *Urednost dječjih igrališta uvelike određuje intenzitet posjećenosti djece* (M=3,47) kao i ispitanici s područja grada, dok su ispitanici s otoka iskazali nešto niže slaganje s tvrdnjom *Urednost dječjih igrališta uvelike određuje intenzitet posjećenosti djece* (M=3,37). Ispitanici s područja sela ili općine imaju najviše slaganje s tvrdnjom *Okoliš, drveće, travnate površine, prirodni hlad uvelike određuju intenzitet posjećenosti dječjem igralištu* uz aritmetičku sredinu od 3,44 i standardnu devijaciju 0,66.

Tablica 1. Deskriptivni pokazatelji s obzirom na mjesto stanovanja

VARIABLE	grad N=155		selo ili općina N=66		otok N=24	
	M	SD	M	SD	M	SD
Opremljenost dječjih igrališta određuje intenzitet posjećenosti djece	3,47	0,75	3,49	0,79	3,50	0,66
Urednost dječjih igrališta uvelike određuje intenzitet posjećenosti djece	3,47	0,70	3,47	0,82	3,37	0,88
Okoliš, drveće, travnate površine, prirodni hlad uvelike određuju intenzitet posjećenosti dječjem igralištu	3,36	0,70	3,44	0,66	3,17	0,76

*N – broj ispitanika po mjesto stanovanja, M – aritmetička sredina odgovora, SD – standardna devijacija odstupanja

S obzirom na regije stanovanja (Tablica 2) ispitanici Slavonije i Dalmacije imaju jednako slaganje s tvrdnjom *Opremljenost dječjih igrališta određuje intenzitet posjećenosti djece* (M=3,50), dok su se ispitanici s područja centralne Hrvatske nešto niže složili s navedenom tvrdnjom (M=3,43). Ispitanici s područja Slavonije najviše su se složili s tvrdnjom *Urednost dječjih igrališta uvelike određuje intenzitet posjećenosti djece* (M=3,51), dok su se ispitanici centralne Hrvatske najmanje složili (M=3,39). Nadalje, tvrdnja o važnosti okoliša na dječjim igralištima (*Okoliš, drveće, travnate površine, prirodni hlad uvelike određuju intenzitet posjećenosti dječjem igralištu*) najvažnija je ispitanicima s područja Slavonije (M=3,41), dok ispitanici s područja centralne Hrvatske i Dalmacije imaju nešto niže slaganje (M=3,29).

Tablica 2. Deskriptivni pokazatelji s obzirom na regiju stanovanja

VARIJABLE	Slavonija N=140		centralna Hrvatska N=91		Dalmacija N=14	
	M	SD	M	SD	M	SD
Opremljenost dječjih igrališta određuje intenzitet posjećenosti djece	3,50	0,72	3,43	0,81	3,50	0,66
Urednost dječjih igrališta uvelike određuje intenzitet posjećenosti djece	3,51	0,64	3,39	0,88	3,42	0,76
Okoliš, drveće, travnate površine, prirodni hlad uvelike određuju intenzitet posjećenosti dječjem igralištu	3,41	0,67	3,29	0,73	3,29	0,73

*N – broj ispitanika po regijama, M – aritmetička sredina odgovora, SD – standardna devijacija odstupanja

Primjenom metode normalnosti distribucije pomoću K-S testa (Kolmogorov-Simirnov test) utvrđena je neparametrija podataka te su za daljnje analize primijenjene neparametrijske statističke metode obrade podataka. *Kruskal-Wallis ANOVA-om* analizom utvrđeno je postojanje statistički značajne razlike prema regijama stanovanja (Slavonija, Dalmacija, centralna Hrvatska) za varijable: *Dječje igralište posjeduje drveće, grmove, kamen, pijesak, vodu, nasipe, stijene, brdašce, travnati teren, drvene balvane, drvene grede, bale sijena, mreže* ($p=0,00$), *Dječje igralište koje posjećuje vaše dijete sadrži sljedeće elemente za motorički razvoj: penjalice, ploče za balansiranje, ljestve za hvatanje, tunele za puzanje, ljestve za vješanje, odskočne daske, prepreke za skakanje, podloge za kotrljanje, staze za trčanje, podloge za klizanje, podloge od različitog materijala* ($p=0,00$), *Dječje igralište dodatno je opremljeno koševima za otpad, upozorenjima o očuvanju okoliša, upozorenjima o korištenju sprava, upozorenjima o odgovornom ponašanju, upozorenjem o zabrani dovođenja pasa i drugih kućnih ljubimaca, zatvorenim pješćanicima* ($p=0,00$). Dok se kod varijabli *Na igralištu tematske zone odvojene za mlađu i stariju djecu* ($p=0,37$), *Na dječjem igralištu postoji tematska raščlanjenost elemenata po aktivnostima* ($p=0,83$) i *Okoliš, drveće, travnate površine, prirodni hlad uvelike određuju intenzitet posjećenosti dječjem igralištu* ($p=0,28$) nije utvrdila statistički značajna razlika s obzirom na regiju stanovanja ispitanika. S obzirom na mjesto stanovanja (grad, selo ili općina, otok) utvrdila se statistički značajna razlika u sljedećim varijablama: *Dječje igralište posjeduje drveće, grmove, kamen, pijesak, vodu, nasipe, stijene, brdašce, travnati teren, drvene balvane, drvene grede, bale sijena, mreže* ($p=0,00$), *Dječje igralište koje posjećuje vaše dijete sadrži sljedeće elemente za motorički razvoj: penjalice, ploče za balansiranje ravnoteže, ljestve za vješanje i njihanje, tunel za puzanje, ljestve za hvatanje, odskočne daske, prepreke za skakanje, podlogu za kotrljanje, staze za trčanje, podloge za klizanje, podloge od različitog materijala za hodaње* ($p=0,00$) i *Na igralištu su tematske zone odvojene za mlađu i stariju djecu* ($p=0,01$). Varijable koje nisu statistički značajne s obzirom na mjesto stanovanja su: *Dječje igralište dodatno je opremljeno koševima za otpad, upozorenjima o očuvanju okoliša, upozorenjima o korištenju sprava, upozorenjima o odgovornom ponašanju, upozorenjem o zabrani dovođenja pasa i drugih kućnih ljubimaca, zatvorenim pješćanicima* ($p=0,20$), *Na dječjem igralištu postoji tematska raščlanjenost elemenata po aktivnostima* ($p=0,66$) i *Okoliš, drveće, travnate površine, prirodni hlad uvelike određuju intenzitet posjećenosti dječjem igralištu* ($p=0,42$).

Tablica 3. Kruskal-Wallis ANOVA – rezultati s obzirom na regiju i mjesto stanovanja

VARIABLE	Regije (Slavonija, Dalmacija, centralna Hrvatska)		Mjesto stanovanja (grad, selo, otok)	
	H	p	H	p
Dječje igralište posjeduje drveće, grmove, kamen, pijesak, vodu, nasip, stijene, brdašce, travnati teren, drvene balvane, drvene grede, bale sijena, mreže	<u>53,16</u>	<u>0,00</u>	<u>32,19</u>	<u>0,00</u>
Dječje igralište koje posjećuje vaše dijete sadrži sljedeće elemente za motorički razvoj: penjalice, ploče za balansiranje ravnoteže, ljestve za vješanje i njihanje, tunel za puzanje, ljestve za hvatanje, odskočne daske, prepreke za skakanje, podlogu za kotrljanje, staze za trčanje, podloge za klizanje, podloge od različitog materijala za hodanje	<u>12,92</u>	<u>0,00</u>	<u>14,34</u>	<u>0,00</u>
Dječje igralište dodatno je opremljeno koševima za otpad, upozorenjima o očuvanju okoliša, upozorenjima o korištenju sprava, upozorenjima o odgovornom ponašanju, upozorenjem o zabrani dovođenja pasa i drugih kućnih ljubimaca, zatvorenim pješčanicima	<u>31,12</u>	<u>0,00</u>	3,21	0,20
Na igralištu tematske zone odvojene su za mlađu i stariju djecu	1,97	0,37	<u>11,83</u>	<u>0,01</u>

Na dječjem igralištu postoji tematska raščlanjenost elemenata po aktivnostima	0,38	0,83	0,83	0,66
Okoliš, drveće, travnate površine, prirodni hlad uvelike određuju intenzitet posjećenosti dječjem igralištu	2,54	0,28	1,75	0,42

H – testna vrijednost Kruskal-Wallis Anova, p – statistička značajnost

5. RASPRAVA

Istraživanje je provedeno s ciljem utvrđivanja zastupljenosti šireg spektra elemenata na dječjim igralištima u trima hrvatskim makroregijama (Slavonija, splitsko i zagrebačko područje) te s ciljem utvrđivanja stavova roditelja o korištenju igrališta s obzirom na kriterij opremljenosti i urednost. Opremljenost prirodnim materijalima i prirodnim elementima te urednost dječjih igrališta određuju intenzitet posjećenosti u gradovima, selima ili općinama, a navedeni kriterij nije presudan na otocima. Rezultati ukazuju da ispitanici pridaju važnost estetskoj dimenziji prostora za dječju igru. Moguće je da unutar uzorkovane populacije postoji snažnija orijentacija prema dječjim igralištima opremljenim prirodnim materijalima i prirodnim elementima te urednijim igralištima ako postoji mogućnost biranja. Takav rezultat sugerira da veća dostupnost dječjih igrališta u kontinentalnoj Hrvatskoj omogućuje rangiranje dječjih igrališta prema kriterijima. Novija istraživanja ukazuju na sličnu naklonost prema dječjim igralištima s takvim i sličnim obilježjima u urbanijim područjima (Ernst, 2018; Prakoso, 2018).

Prisutnost prirodnih elemenata, dodatne opreme te elemenata za motorički razvoj na dječjim igralištima kriteriji su koje roditelji navode kao značajne prilikom odabira mjesta gdje će se njihova djeca igrati što je u skladu s rezultatima istraživanja koja sugeriraju da su raznovrsnost opreme za igru i mogućnosti za dječju igru pozitivno povezani s njihovim korištenjem i tjelesnom aktivnošću (Cohen i suradnici, 2020; Veitch i suradnici, 2021). Postojanje tematskih zona i tematska raščlanjenost elemenata po aktivnostima roditelji ne ističu kao važne. Razlog tomu može biti dostupnost dječjih igrališta. Različita skupina ispitanika izjašnjava suprotan stav. Tinejdžeri koji provode jednu petinu svog vremena na igralištima razgovarajući i družeći se doživljavaju tematske zone kao veoma važne, što naglašava potrebu za igralištima udaljenim od mlađe djece gdje se tinejdžeri mogu družiti i provoditi vrijeme jedni s

drugima (Amholt i suradnici., 2022). Okoliš, drveće, travnate površine te prirodni hlad pridonose češćoj posjećenosti igrališta na području sela ili općina, posebice u Slavoniji, dok se u ostatku Hrvatske navedeni kriteriji ne smatraju odlučujućima. Osim zaštitne uloge drveća koje osigurava prirodni hlad, valja promišljati u smjeru poticanja izravnog iskustva djece s prirodom tijekom kojeg se razvija povezanost s prirodom. Ona je uglavnom potaknuta izravnim, nenadziranim iskustvima tijekom djetinjstva, a smatra se temeljnom brigom za očuvanje prirode (Van der Born i suradnici, 2018; Zylstra i suradnici, 2014).

6. ZAKLJUČAK

Postoje brojne složenosti i mnoge teorije o tome kako i zašto je igra važna komponenta dječjeg razvoja. Postojeća istraživanja naglašavaju važnost dostupnosti dječjih igrališta koja će poticati dječji razvoj te usvajanje pažljivijeg, održivijeg i složenijeg pristupa kako bi se ozbiljnije shvatila višedimenzionalna stvarnost dječje igre na otvorenom u različitim kontekstima (Horton i Kraftl, 2017). Na temelju rezultata utvrđeno je kako roditelji uvelike smatraju da je urednost i opremljenost dječjih igrališta bitan čimbenik koji utječe na njihov odabir okruženja u kojem će se odvijati dječji razvoj. Rezultati istraživanja upućuju na potrebu za bližim promatranjem igrališta kao važnog okruženja za dječji razvoj, ali i međudruštvenu interakciju na mikrorazini i makrorazini pri čemu je potrebno omogućiti tjelesni, emocionalni, kognitivni i socijalni razvoj svakog djeteta. Doprinos ovog istraživanja očituje se u rezultatima koji ukazuju na potrebu uključivanja roditelja i djece u proces projektiranja dječjih igrališta, uvažavajući specifične detalje dječje i roditeljske perspektive prostora za igru, koja bi trebala poticati i omogućiti dječji razvoj.

LITERATURA

1. Amholt, T.T., Pawlowski, C.S., Jespersen, J.F., & Schipperijn, J. (2022). Investigating the use of playgrounds by tweens: A systematic observation study. *International Journal of Play*, 11(4). <https://doi.org/10.1080/21594937.2022.2136468>.
2. Bašić, S., Gjeldum, D., Kozić, S., Krajačić, S., Puž, J., & Radaić, D. (2021). Priroda kao treći odgojitelj. U: Kolar Billege, M., Višnjić-Jevtić, A., Galinec, M., & Biškup, H. (Ur.), *Zbornik radova sa znanstveno-stručnoga skupa Zajedno rastemo – suradnički, odnosi u ranom i predškolskom odgoju i obrazovanju*, 32-36.

3. Cengiz, C., & Ozge Boz, A. (2019). Biophilic Playgrounds as Playscapes in Child-Nature Interaction. *International Journal of Scientific and Technological Research*, 5(12), 216-226. DOI: 10.7176/JSTR/5-12-23.
4. Cheng, T., Brussoni, M., Han, C., Munday, F., & Zeni, M. (2022). Perceived challenges of early childhood educators in promoting unstructured outdoor play: an ecological systems perspective. *Early Years*. <https://doi.org/10.1080/09575146.2022.2034140>.
5. Cohen, D.A., Han, B., Williamson, S., Nagel, C., McKenzie, T.L., Evenson, K.R., & Harnik, P. (2020). Playground features and physical activity in U.S. neighborhood parks. *Preventive Medicine*, 131. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2019.105945>
6. Ernst, J. (2018). Exploring Young Children's and Parents' Preferences for Outdoor Play Settings and Affinity Toward Nature. *International Journal of Early Childhood Environmental Education*, 5(2), 30–45.
7. Farah Istiani, N.F., Farid Alkadri, M., Van Nes, A., & Susanto, D. (2023). Investigating the spatial network of playgrounds during covid-19 based on a space syntax analysis case study: 10 playgrounds in Delft, the Netherlands. *Cogent Social Sciences*, 9(1). DOI: 10.1080/23311886.2022.2163754.
8. Hansen Sandseter, E.B., Storli, R., & Sando, O.J. (2022). The dynamic relationship between outdoor environments and children's play. *Education*, 50(1), 97-110. DOI: 10.1080/03004279.2020.1833063.
9. Horton, J., & Kraftl, P. (2017). Three playgrounds: Researching the multiple geographies of children's outdoor play. *Environment and Planning A Online First*, 50(1). <https://doi.org/10.1177/0308518X17735>.
10. Karlovčan, A., & Dundović, N. (2013). Okruženje za igru. U: Petrović-Sočo, B., & Višnjić-Jevtić, A. (Ur.), *Play and playing in early childhood: Conference book*, 114-123. <https://www.omep.hr/assets/play-and-playing.pdf>
11. Lujić, M. (2020). Education for Environment, Education in the Environment or Education on the Basis of Nature? *Acta Iadertina*, 17(1), 33-48.
12. Prakoso, S. (2018). Essential Qualities of Children's Favorite Places. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. DOI:10.1088/1755-1315/126/1/012003.
13. Prins, J., Van der Wilt, F., Van Santen, S., Van der Veen, C., & Hovinga, D. (2022). The importance of play in natural environments for children's language development: an explorative study in early childhood education. *International Journal of Early Years Education*. DOI: 10.1080/09669760.2022.2144147.

14. Sando, O.J. (2019). The outdoor environment and children's health: a multilevel approach. *International Journal of Play*, 8(1), 39-52. DOI: 10.1080/21594937.2019.1580336.
15. Schneider, S., Bolbos, A., Kadel, P. & Holzwarth, B.,(2020). Exposed children, protected parents; shade in playgrounds as a previously unstudied intervention field of cancer prevention. *International Journal of Environmental Health Research*, 30(1), 26-37. DOI: 10.1080/09603123.2019.1572105.
16. Stanton-Chapman, T.L., & Schmidt, E.L., (2021). How Do the Children Play? The Influence of Playground Type on Children's Play Styles. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.703940>.
17. Stipanec, S. & Bartolac, A. (2015). Ergonomska prilagodba životnog prostora za djecu predškolske dobi. *Život i škola*, LXI (2), 81-92.
18. Storli, R. & Hansen Sandseter, E.B., (2019). Children's play, well-being and involvement: how children play indoors and outdoors in Norwegian early childhood education and care institutions. *International Journal of Play*, 8(1), 65-78. DOI: 10.1080/21594937.2019.1580338.
19. Sumiya, M. & Nonaka, T. (2021). Does the Spatial Layout of a Playground Affect the Play Activities in Young Children? A Pilot Study. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.627052>.
20. Šapčanin, A., Cakal, M., Imamović, B., Salihović, M., Pehlić, E., Jaćimović, Ž. & Jančan, G. (2016). Pojava herbicida i pesticida u tlu dječjih igrališta u Sarajevu, Bosna i Hercegovina. *Environ Monit Assess*, 188. <https://doi.org/10.1007/s10661-016-5463-4>.
21. Taylor, L.G., Primucci, M., Vanderloo, L.M., Arbour-Nicitopoulos, K.P., Leo, J., Gilliland, J. & Tucker, P. (2023). A scoping Review of Tools to Evaluate Existing Playgrounds for Inclusivity of Children with Disabilities. *Frontiers in Rehabilitation Sciences*, 4. <https://doi.org/10.3389/fresc.2023.1102490>.
22. Van den Born, R.J.G., Arts, B., Admiraal, J., Beringer, A., Knights, P., Molinaro, E., Horvat, K.P., Porrás-Gomez, C., Smrekar, A. & Soethe, N. (2018). The Missing Pillar: Eudemonic Values in the Justification of Nature Conservation. *Journal of Environmental Planning and Management*, 61(5-6), 841-856. DOI:10.1080/09640568.2017.1342612.
23. Van Heel, B.F., Van den Born, R.J.G., & Aarts, M.N.C. (2022). Everyday childhood nature experiences in an era of urbanisation: an analysis of Dutch children's drawings of their favourite place to play outdoors. *Children's Geographies*, 21(3). DOI: 10.1080/14733285.2022.2071600.
24. Valjan Vukić, V. (2012). Prostorno okruženje kao poticaj za razvoj i učenje djece predškolske dobi. *Magistra Iadertina*, 7(1), 123-132.

25. Veitch, J., Ball, K., Rivera, E., Loh, V., Deforche, B. & Timperio, A. (2021). Understanding children's preference for park features that encourage physical activity: An adaptive choice based conjoint analysis. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 18(1). <https://doi.org/10.1186/s12966-021-01203-x>
26. Watts, DJ (2022). Manufactured vs nature: affecting children's playtime engagement in a preschool playground. *International Journal of Play*, 11(3), 251-269. DOI: 10.1080/21594937.2022.2098581.
27. Woolley, H. (2008). Watch this space! Designing for children's play in public open spaces. *Geography Compass*, 2(2), 495-512.
28. Zlatar, S. & Klišanić, A. (2021). Prirodno okruženje kao izazov za igru i učenje djece na otvorenome kroz partnerstvo s roditeljima. *Krugovi djetinjstva*, 1, 7-20. DOI: <https://doi.org/10.53406/kd.v9i1.1>.
29. Zylstra, MJ, Knight, A.T., Esler, K.J.& Le Grange L.L.L., (2014). Connectedness as a Core Conservation Concern: An Interdisciplinary Review of Theory and a Call for Practice. *Springer Science Reviews*, 2(1), 119–143. DOI:10.1007/s40362-014-0021-3.

VI. POVIJEST

VI. HISTORY

FIRST SIGNS OF APPEASEMENT OF OPEN HOSTILITY OF THE COMMUNIST AUTHORITIES AGAINST THE CATHOLIC CHURCH IN CROATIA BETWEEN 1957 AND 1960

Pregledni rad

Grgo Grbešić

Catholic Faculty of Theology in Đakovo
17 Petar Preradović Street
31400 Đakovo
grgo.grbesic@gmail.com

Abstract

With the arrival of John XXIII at the head of the Catholic Church, there is also a slight, mutual concession in the relations between the Catholic Church and the communist regime. The aim of this article is to show this process, using documents of the Commission on Religious Affairs and published literature, and to highlight which issues were extremely important for the communist government. These are the Professional Priests Association, religious schools, the material situation of the Catholic Church, priests in emigration and the attitude of the Holy See toward Yugoslavia. After presenting the attitude of the authorities toward the Catholic Church in Croatia, the attitude of the authorities toward the Serbian Orthodox Church, as well as the Catholic Church in Slovenia, is shown. The bishops in Croatia strongly opposed the Association. In Croatia, out of 2,500 priests, 190 or 8% were in the Association, and in Slovenia it was about 50%. Out of 1,850 priests in the Serbian Orthodox Church, 85% were in the Association. Of the 158 Orthodox priests in Croatia, 145 or 91.7% were in the Association, and nine were expelled for indiscipline. This means 154 or 97.4% of priests were in the Association. These data show us that the real opposition to the communist government in Yugoslavia was the Catholic Church in Croatia, headed by imprisoned Cardinal Alojzije Stepinac.

Keywords: Catholic Church, Association, Commission on Religious Affairs, communist government.

PRVI ZNAKOVI POPUŠTANJA OTVORENOG NEPRIJATELJSTVA KOMUNISTIČKIH VLASTI PREMA KATOLIČKOJ CRKVI U HRVATSKOJ IZMEĐU 1957. I 1960.

Sažetak

Dolaskom Ivana XXIII. na čelo Katoličke crkve javlja se i blago popuštanje u odnosu Katoličke crkve prema komunističkim režimima. Cilj je rada dokumentima Komisije za vjerska pitanja i objavljenom literaturom prikazati taj proces i istaknuti koja su pitanja bila iznimno važna za komunističku vlast. To su: Staleško društvo katoličkih svećenika, vjerske škole, materijalno stanje u Katoličkoj crkvi, svećenici u emigraciji i odnos Svete Stolice prema Jugoslaviji. Nakon što se predstavi odnos vlasti prema Katoličkoj crkvi u Hrvatskoj, prikazuje se odnos vlasti prema Srpskoj pravoslavnoj crkvi, kao i prema Katoličkoj crkvi u Sloveniji. Društvu katoličkih svećenika oštro su se usprotivili biskupi u Hrvatskoj. U Hrvatskoj je od 2500 svećenika u Društvu bilo njih 190 ili 8 %, a u Sloveniji oko 50 %. Od 1850 svećenika Srpske pravoslavne crkve, njih 85 % bilo je u Društvu. Od 158 pravoslavnih svećenika u Hrvatskoj, njih 145 ili 91,7 % bilo je u Društvu, od kojih je devet isključeno zbog nediscipline. To znači da ih je u Društvu bilo 154 ili 97,4 %. Ti nam podatci govore da je prava opozicija komunističkoj vlasti u Jugoslaviji bila Katolička crkva u Hrvatskoj sa zatvorenim kardinalom Alojzijem Stepincem na svom čelu.

Ključne riječi: Katolička crkva, Društvo, Komisija za vjerska pitanja, komunistička vlada

1. INTRODUCTION

Based on the archival material of the Croatian National Archives, supplemented by the relevant bibliography, the relationship between the communist authorities and the Catholic Church from 1957 to 1960 is described. The communist authorities in Yugoslavia had abandoned violent and fierce methods against the Catholic Church and attempted to monitor and blackmail the Church through the Professional Priests Association and by closing (or having an intension to close) religious schools. Bishops and clergy were forced to maintain contact with the Commission on Religious Affairs. This was the pre-

requisite for obtaining the passport. In addition, the rector of the College of St. Jerome was forced to expel the immigrant priests who resided at the College during this period. From 1960, the College of St. Jerome was opened only to priests who came from the former Yugoslavia to study.

2. THE BEGINNING OF A DIALOGUE WITH THE COMMUNIST AUTHORITIES

Pope John XIII (1881 – 1963) was elected as pope on October 28, 1958. He succeeded Pope Pius XII (1876 – 1958). Before becoming pontiff, Pius XII was nuncio in Munich in 1917 and in Berlin in 1930. He was also Secretary of State of the Holy See between 1930 and 1939. He participated in shaping ecclesiastical policy in a very difficult period of struggle against totalitarian regimes, against which three encyclical letters were published. There is one against Italian fascism *Non abbiamo bisogno* in 1931 (“We do not need”), the one against Nazism *Mit brennender Sorge* in 1937 (“With Deep Anxiety”), and the one against Communism *Divini Redemptoris* also published in 1937 (“the Promise of God’s Savior”). With the end of World War II, fascism and Nazism disappeared as social systems. Through its participation on the side of anti-fascism, Communism received its legitimacy after 1945 and finally stood on the side of the victor. In the encyclical *Divini Redemptoris* (1937), Communism is described as a fatal plague (no. 4), as the satanic scourge (no. 7), as the system full of errors and sophisms, which runs “contrary to the reason and divine revelation, a system which undermines the social order because it crushes its foundations, and the system which wrongfully interprets the origin of nature and the purpose of the state, it negates the rights of human personality, depriving it of its dignity and freedom” (no. 4); it is the system that propagates the “collectivistic terrorism” (no. 33) and therefore, it is pernicious (no. 40) and perverted (no. 58).

The personal experience in serving in high ecclesiastical positions and pontifical service during World War II²⁰² and the postwar period were crucial for Pius XII. Toward the only remaining totalitarian regime, Communism, he remained on the unyielding course. The Pope fought for the freedom of the Church and opposed all attempts to create national churches in communist dictatorships (Bihlmeyer and Tuechle, 1990, pp. 360–363). A great gulf stood between the Catholic Church and the communist world. Four communist states, Poland, Czechoslovakia, Hungary, and Yugoslavia, were home to about 90% of all Catholics in Eastern Europe. It was the Catholic Church that put the

202 See more in Blett, 2004.

most obstacles in the way of the communist regimes. Its international spirit and willingness to take on the communist rulers were the reasons for the anti-Catholic campaign. The bishops and cardinals of the various churches were particularly affected by this campaign. Among them, we can highlight four particularly outstanding ones. The Croatian Cardinal Alojzije Stepinac (1898 – 1960) was sentenced in 1946 in a mockery trial to 16 years in prison and forced labor, followed by another five years of deprivation of all civil rights. After five years in prison in Lepoglava, he was transferred to house arrest in 1951 to the parish office in Krašić, where he died in 1960 (Akrap, 2016; Benigar, 1993; Stepinac, 1998).

Cardinal József Mindszenty (1892 – 1975) was the Prior of Hungary, and the Archbishop of Esztergom. The communist authorities in Hungary sentenced him to life imprisonment in 1949. He was acquitted in 1956 during the Hungarian Revolution. He was granted political asylum at the U.S. Embassy and spent the next 15 years there. In 1971 he was allowed to leave the country. He died in exile, in Vienna in 1975.

Ukrainian Cardinal Josyf Slipyj (1892 – 1984) was arrested and convicted in 1945. He spent eight years in forced labor in the Gulag. In 1953 he was sentenced to a second five-year sentence and exiled to Siberia, and in 1958 he received the third four-year sentence of forced labor. The fourth time he was sentenced in 1962 and deported to the Mordovia camp. Cardinal Slipyj was imprisoned for 18 years. He died in exile in Rome in 1984.

Polish Cardinal Stefan Wyszyński (1901 – 1981) spent the years from 1953 to 1956 under house arrest without a court sentence for refusing to punish priests who engaged in anti-regime activities.

In everyday life, the Catholic Church was subjected to persecution until the time of Pope John XXIII, when the first signs of appeasement appeared and dialog with the communist regimes was sought²⁰³. As nuncio, he did not represent the official position of the Catholic Church toward the communist regimes on various occasions. In this sense, in 1945, during the reception of all ambassadors in Paris, he approached the Soviet ambassador and greeted him warmly (Vukićević, 2014, p. 429). As Patriarch of Venice, he sent a message to the participants of the Socialist Party Congress in 1957, and as Pope, he visited several socially deprived neighborhoods in Rome that were Communist strongholds. The “Pravda” (Justice), the official bulletin of the Central Committee of the Communist Party of the Soviet Union, commented on the Pope’s appeal

203 About the convocation of the Second Vatican Council (1962 – 1965), ecumenism, *aggiornamento* (modernisation) of the Catholic Church, see more in Lortz, 1987, pp. 656-662.

for peace on October 24, 1960, and also noted the encyclical *Mater et Magistra* (1991a) (“Mother and Teacher”). The Pope raised awareness in the Church about its mission in the contemporary world. He did this in a very simple, comprehensible, and benevolent manner. He mediated in the Cuban Missile Crisis of 1962, which could have triggered a nuclear war between the United States and the Soviet Union. Guided by this crisis, he published the encyclical *Pacem in Terris* (1991b) (“Peace on Earth”). In 1963, John XXIII received a visit from Rada Hruščev, the daughter of Hruščev himself, with her husband, journalist Aleksiy Adzubej. Hruščev, with whom the Pope never met, stated: “We both come from peasant families, we are both close with the earth, we are both fond of the good joke” (Vukićević, 2014, p. 431). In the last days of the pontificate, his Secretary and, from 1979, the Secretary of State of the Holy See Agostino Casaroli visited Budapest and Prague. After these visits, he reported to the Pope, who was almost on his deathbed. John XXIII told him not to rush things and to let them mature (Vukićević, 2014, str. 434–435). Pope can be called the policy of the so-called “small steps”.

3. COMMUNIST AUTHORITIES AND THE BISHOPS

On the level of the universal Church, John XXIII opened a door to the communist countries. What the situation was in communist Yugoslavia, we can see from the archival records published in Croatia, especially by Miroslav Akmadža. In his book “Crkva i država. Dopisivanje i razgovori između predstavnika Katoličke crkve i komunističke državne vlasti u Jugoslaviji” (*Church and State. The Correspondence and Communication Between the Representatives of the Catholic Church and the State Communist Authorities in Yugoslavia*), he dealt with the period from 1950 to 1960 (Akmadža, 2010a)²⁰⁴. Based on interviews of the bishops with the emissaries of the Commission and the Secret State Police (UDBA; Serbian: *Uprava državne bezbednosti*; Croatian: *Uprava državne sigurnosti*; English: *Directorate of State Security*), Akmadža concluded that the UDBA, through the Commission on Religious Affairs, had tried to instill fear and insecurity among the bishops and to impose an ideological imprint on them. The communist authorities violated the constitutional and legal rights of individuals and institutions. Arbitrary and illegal activities were directed especially against the Catholic Church. In order to obtain a passport, the bishops were forced to have an interview with the Commission.

204 Topics of Akmadža's books are Cardinal Alojzije Stepinac, Cardinal Franjo Kuharić, relations between the Church and the State, the plight of clergy in the postwar period, Communist-inclined bishops and the priest associations.

After 1952, the communist authorities changed their policy toward the Catholic Church. The 1953 Law on the Status of the Religious Communities guaranteed the Church's religious freedom, at least formally. Blunt repressive measures were discontinued because they enhanced the Church's prestige. This change of tactics is the subject of Stepinac's letter to Smiljan Čekada in 1955:

"Persecution of the Church in our country has not slowed down, but continues ruthlessly and insidiously, as it has done until recent times; it has a somewhat different form, but still the same goal: to bring about the destruction of the Catholic Church and the eradication of faith in God." (Stepinac, 1998, p. 107).

Special attention was paid to the Professional Priests Association, religious schools, catechism, and ideological confrontation of the authorities with religion (Akmadža and Josipović Batorek, 2012, p. 24). In the Commission, many protagonists admitted that they had believed that the new social order would ultimately lead to the disappearance of the Church and clergy. Seeing that this would not happen so easily, they stopped working toward the destruction of the Church, but rather toward adapting the Church to the new political system

"It is imperative that we break up and render harmless the hostile political attitude toward the new Yugoslavia, and it is not important under socialism to destroy a particular church or religious community; this idea has not yet taken hold among our people. What is important is to isolate the reaction, and the activity of a part of the clergy and the Vatican, and based on the principled position set out in the Constitution and the law, we can attract everything that can be constructive toward the new Yugoslavia; to reconcile and adapt so that everyone can find themselves in new conditions, to prevent the hostile influence from abroad directed against our country".²⁰⁵

The communist authorities had regulated their relations with the Serbian Orthodox Church as well as with the Islamic religious community, but not with the Catholic Church. The Communists justified this by saying that the Catholic "chauvinists" used this fact to their advantage, and called the Catholic Church the persecuted Church. Therefore, they were a little afraid that people "would not understand this and eventually succumb to this propaganda".²⁰⁶

The Commission concluded that the relation of the state authorities toward the representatives of the Church had changed. This was especially noticeable in the performance of religious rituals and in conducting religious affairs.

205 HR – Hrvatski državni arhiv (*Croatian State Archive*) (in further text: HDA), fond (fund) 310., Komisija za odnose s vjerskim zajednicama (*The Commission for the relations with the Religious Denominations*) In further text: KOVZ), box. 38., 08-3/1-58, p. 42.

206 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 39., 08-58/1, p. 55.

“For more than two years there have been no such harsh outbursts and public humiliations of priests and bishops in practice”.²⁰⁷

Petar Ivičević, a member of the Federal Commission on Religious Affairs, speaks of moderate and reactionary groups among the bishops in his report on the state of relations of the Roman Catholic Church with the state. According to his reasoning, the advantage should be given to the moderates. One can note the abstinence of the Church, both in the country itself and in the Vatican. The president of the Federal Commission on Religious Affairs, Dobrivoje Radosavljević, stated that one should not close all doors, even to the most conservative bishops. Archbishop Franjo Šeper was the head of the Church and he should not have been rejected.

“We do not want Stepinac. We do not want Šeper. Then what do we want? So, no matter what he has done before, whether he has done something wrong, whether we have done something wrong or not, great efforts should be made to establish some kind of relationship with Šeper. This does not mean that we should chase after him at any cost, but rather it means that these efforts should be at an appropriate level; systematic work with the Zagreb bishop is necessary. After all, this is the Chapter of Zagreb and we must always keep this fact in mind.”²⁰⁸

When Šeper had to travel to Rome for the *ad limina*²⁰⁹ visit in 1958, the authorities decided to give him a passport. He was not informed about this because they wanted to force him to seek help from the Commission on Religious Affairs. Although the Commission doubted his arrival, Šeper did finally come. It was his first visit. The authorities took advantage of this and immediately published everything in the press²¹⁰. During the conversation between Boris Ilej, an official of the UDBA, and Šeper, which took place in the Archbishop's Palace in Zagreb, Šeper was criticized for “correspondence” with Stepinac. The communist authorities were aware that Stepinac sent his letters from Krašić through illegal channels, which were “against the social order”. Furthermore, Ilej complained to Šeper that he was visited by dozens of people whom he used for “systematic harassment” and that he met with the emigrant priests in Rome, Ivan Tomas and Krunoslav Stjepan Draganović. The conversation was full of overt and covert threats, evasions and prevarications. When Šeper demanded to be told specifically about his misdeeds, the answer he almost

207 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 38., 08-3/1, p. 2.

208 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 39., 08-58/1, p. 53.

209 *Ad limina apostolorum* (in English, “To the tombs of the Apostles”) designates the visit of the Catholic bishops to Rome once every five years.

210 Ref. Record book of the Commission on Religious Affairs of the People's Republic of Croatia, 29 April 1958, Akmadža, 2010a, pp. 141–152.

always got was that “those are things that he is very well aware of” (Akmadža, 2010a, pp. 141–152; 188–201).

The Commission believed that Šeper did not want to tighten relations with the authorities. On the eve of the convening of the Bishops Conference in 1958, Ujčić and the moderate bishops tried to create a “more cold-blooded and reserved atmosphere at the Conference”.²¹¹ After the Bishops Conference, for the first time, no letter of protest was sent to the President of the Republic or the Federal Executive Council.

“All this proves the moderation and abstinence in the present relations of the Church with the State, but from this point, we should have no illusions about a certain adaptation of the Church to the present situation. On the contrary, maybe we are dealing with the phase in which they are assessing the situation, with a temporary disorientation among the hesitant members, with an abominable activity of the reactionary members who are ready to act in the circumstances that are favorable to them.”²¹²

The communist authorities wanted to put additional pressure on the bishops by interviewing individual bishops before the plenary sessions of the Bishop Conference. The State Secretariat of Internal Affairs of the FNRJ (*Federal People's Republic of Yugoslavia*) made proposals for these interviews. According to the proposals, the interviews were to be held with the Bishop of Dubrovnik Pavle Buturac, the Bishop of Zadar Mate Garković²¹³, the Bishop of Križevci Gabriel Bukatko, and with the auxiliary Bishop of Zagreb Josip Lach. The “proceedings to be conducted against Đakovo Seminary” were used to invite the Bishop of Đakovo Stjepan Bäuerlein²¹⁴ to these talks. The authorities considered Bäuerlein “at least disloyal”.²¹⁵ He was to be summoned as a witness in the “proceedings against the Đakovo Seminary”.²¹⁶ Proposals for interviews with the bishops were dated September 25, 1959, and investigation of the Đakovo Seminary was held on October 5 of the same year. So, the communist government mentions the proceedings against the Đakovo Seminary²¹⁷ before the investigation which was supposed to bring the “evidence” to light.

211 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 38., 08-3/1-58, p. 3.

212 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 38., 08-3/1-58, p. 3.

213 In 1950 Mate Garković was appointed as the apostolic administrator of the Archdiocese of Zadar, and he was anointed as the titular Bishop of Adras on March 30, 1952. He was put into service as the resident Archbishop of Zadar on January 21, 1961.

214 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, fund. 39., nr. 08-47/1-59, p. 2.

215 Comp. Record book of the Commission on Religious Affairs of the People's Republic of Croatia, 28 February 1958, Akmadža, 2010a, p. 131.

216 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 39., br. 08-47/1-59, p. 5.

217 On proceedings against the Đakovo Seminary see more in Sršan, 2009.; Akmadža and Josipović Batorek, 2012.

“The opening of proceedings against the Đakovo Seminary just before the Bishops’ Conference is one of the measures to implement pressure on the bishops, to create among them psychosis of fear in the possibility of the closure of the Đakovo Seminary, and that they should take all this into consideration when making official positions during this year’s Bishops’ Conference.”²¹⁸

Bäuerlein “could be held responsible for the hostile actions of teachers and students in the seminary”.²¹⁹ Bishop Garković could be accused that his priest Pedišić²²⁰, who was under investigation, was one of the most active priests who attacked members of the Professional Priests Association. He accused them of being immoral and disobedient to their bishop. During the last interview at the Secretariate of Internal Affairs (SUP), Garković promised to warn his priests not to be hostile to the authorities. During the interview, he was to be reminded that, according to his promise, proceedings were being conducted against priest Šime Torbarina from Benkovac, who, like Pedišić, was behaving in an “unfriendly” manner. It should also be conveyed to him that the Franciscans of the Third Order created a “center of chauvinism” in the parish of Preko. Garković should be informed in the interview that education in seminaries and religious teaching in Croatia is generally negative; therefore, the authorities cannot be indifferent when they receive a series of daily information about the hostile actions of individual theologians and seminarians.

“During the interview, Garković was accused of overlooking the fact that the bishops generally did not deal with these controversial issues and that they always passed over in silence the hostile actions of the pastoral or religious clergy. The bishops had the opportunity to discuss at the Bishops Conference these issues of hostile work by clergy and the increasingly frequent punishment of clergy, either by regular courts or by misdemeanor judges. This issue should be taken up at one of the future Bishops Conferences and it is necessary to draw appropriate conclusions about it.”²²¹

As for the Bishop of Križevci Bukatka, it is suggested that “the entire hostile activity of the clergy is presented without any restraint and in a relentless form”,²²² supplemented by the statistical data on the punishment of priests from the previous year. “By pointing out to him that the entire episcopate co-

218 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 39., nr. 08-47/1-59, p. 6. The authorities have already shut down the Seminary in Rijeka (1955) and have conducted mockery legal trials against professors and seminarians in Split (1956) and closed that Seminary as well.

219 HDA, fond (fund)310., KOVZ, box. 39., nr. 08-47/1-59, p. 6

220 In multiple documents there are records only of surnames, first names are missing.

221 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 39., nr. 08-47/1-59, p. 4.

222 Ibidem.

uld be blamed, it could be formulated that the authorities consider that the bishops themselves, some more, others to a lesser extent, are responsible for such actions of the clergy”.²²³ The reason for the interview with the Bishop of Dubrovnik Buturac would be to fulfill his promise from the previous interview that he would intervene with his priests in the matter of the objections raised. He should be reminded that he will address the Bishops’ Conference and that he is expected to “obtain a positive attitude”.²²⁴

During the meetings of the Federal Commission on Religious Affairs, it was noted that the bishops were quite active in maintaining contacts with religious commissions and other representatives of state institutions and in going to the Vatican. The Commission believed that this change was influenced by the new encyclical and by Pope John XXIII himself.²²⁵ Petar Ivičević noted that the new encyclical maintained the previous positions. The only difference was its much softer wording composition. “In this letter, the attacks are expressed in a more polite and calm tone, not in bitter and harsh terms; but this is only formally, on the surface, because in essence there is no difference in content”.²²⁶ The encyclical does not explicitly mention Communism or Socialism, but it does mention the poverty of the population and the persecuted Church, or “the authors of doctrines condemned by the Church”, “false promises”,²²⁷ and therefore the faithful are obliged to keep completely away from these errors.

“Through such attitudes, the Church’s position on Socialism and the social order of socialist countries has been formed, and through the call to act within the framework of the Church activities, the population is incited against the social order.”²²⁸

The Commission concluded that the Vatican supported the moderate group in the Church, but with the recommendation that “maximum caution and reservedness is required”.²²⁹

“This means that the Church should not aggravate relations with the State by a harsh, open, and frontal struggle against the social order, but rather, by tactics of contact, achieve the maximum benefit for the Church by constantly emphasizing its demands, thus strengthening and extending them as much as possible among the faithful.”²³⁰

223 Ibidem.

224 Ibid, p. 5.

225 The reference is to the encyclical *Ad Petri Cathedram* (“To the Chair of Peter”).

226 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 39., 08-58/1, p. 39.

227 Ibidem.

228 Ibid, p. 40.

229 Ibid, p. 43.

230 Ibidem.

The activities of the Catholic Church in Yugoslavia were monitored by the Commission based on the Vatican's change of course. The Commission believed that the Vatican removed Krunoslav Draganović from the College of St. Jerome, to show that "it did not agree with the work of priests associated with the former Ustasha organization".²³¹ It did so to normalize relations with Yugoslavia. Although bishops from Yugoslavia, when they came to the Vatican, refused contact with the emigrated priests, the Commission considered that the Vatican continued to support the "priests associated with the Ustasha organization". Friar Ivan Tomas worked at Vatican Radio, and the College of St. Jerome paid for Draganović's housing expenses and allowed him to "fully develop his hostile activities against Yugoslavia".²³²

The Commission interpreted the contents of the letter the Pope sent to Stepinac on July 2 on the 25th anniversary of his appointment as bishop. In their opinion, it was not a polite greeting card. It read: "You suffer for virtue rather than wrongdoing", and that "it is better to suffer than to inflict injustice". In addition to the above, the unresolved issues of border dioceses and residential bishops stand out.

"This attitude of extreme restraint is intended to keep the members of the Episcopate on guard and to maintain a moderate attitude in the implementation of the policy of relations to the State, i.e., to take into account the existing authorities and also to be careful not to go beyond what could be interpreted as the approval of the socialist society and socialist relations."²³³

The Commission believed that the Vatican and the bishops of Yugoslavia were beating about the bush and that they were pursuing a cautious policy in their relations with Yugoslavia. The Vatican was still burdened with medieval concepts which were far from the real dynamics of the socialist forces in the world. They noticed that something was changing and this prompted them to be cautious. The previous "Papal propaganda epistles" were now gone and the Pope refused to receive bishop Gregor Rožman – a political émigré, known for his anti-Communist stand. All this did not fit the positions of the "reactionary part of the episcopate".²³⁴ The Commission saw the preparation of the bishops for *Ad limina apostolorum* visit in 1958 as a "reference" and a sort of opportunity for fundamental analysis of both the Vatican and the bishops. Concerning the Professional Priests Association, the Vatican was cautious.

231 Ibid, p. 44.

232 Ibidem.

233 Ibid, p. 45.

234 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 38., 3/1-58, p. 4.

4. THE PROFESSIONAL PRIESTS ASSOCIATION OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CROATIA

The first beginnings of the Professional Priests Association are found in Istria, Slovenia, and Bosnia and Herzegovina. In these areas, the ecclesiastical authorities and clergy were more willing to cooperate with the new state authorities. In Istria, the Association was founded on September 16, 1948, under the name of the Cyril and Methodius Association (CMA –). The president was the priest Božo Milanović. The Association was approved by the Apostolic Administrator Dragutin Nežić on July 1, 1949 (Akmadža, 2018, p. 423).

Although the Secretariat of State of the Holy See, through the Franciscan General Curia, asked in September 1949 that attempts to establish the Association in Bosnia and Herzegovina be abandoned, it was nevertheless founded on January 25 and 26, 1950, under the leadership of mostly Bosnian Franciscans. The UDBA took advantage of the struggle of the Bosnian Franciscans with the secular clergy for the leadership of the parishes. Fr. Bono Ostojić was the head of the “The Good Shepherd” Association. Because of his opposition to the establishment of the Association, the apostolic administrator of the Diocese of Banja Luka, Smiljan Čekada, was exiled from Bosnia and Herzegovina. He was appointed Bishop of Skopje. In a 1954 letter from Krašić, Stepinac wrote to Čekada:

“Be determined! If necessary, we will suffer the blade. If we have to be crucified, we will be crucified with the grace of God, but there’s no place for the devil! As soon as they get their hands on the clergy through the CMA, it’s over for the Church. CMA is just a toy in their hands.” (Stepinac, 1998, p. 75)

For the Communists, Bishop Čekada was the “worst enemy” who incited against the bishops who were in favor of cooperation with the government, which he considered temporary. They believed that “Čekada holds a large number of priests and nuns in his grip”.²³⁵

The Slovenian priests took the first steps to establish the Association as early as 1947. The core of the Association consisted of the priests who were in the Partisan movement. The founding assembly took place in September 1949. Of the 132 delegates, 125 were associates of the UDBA. On this occasion, the Association was given the name “of Cyril and Methodius”. The Slovenian Association held its third assembly in 1954 and had 500 members. (Akmadža, 2018, pp. 420–421).

235 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 39., 08-povjerljivo (confidential) 58/1, p. 35.

The Commission wrote with praise about the Association's status in Slovenia. In particular, it emphasized the constant connection with the bishops, but also with the dioceses and municipalities where the individual priests were active. More than 60% of the clergy participated in the previous election for the People's Committees. The Cyrillic-Methodist Association was constantly supported to better anchor it among the clergy and to position it toward the new understanding of the Church in the social order of the time. In Slovenia, the Association received more funding than in other republics. The Cyrillic-Methodist Association included more than half of the total number of priests in Slovenia.²³⁶

The priests who joined the Association thought that by cooperating with the communist government, they could ensure regular pastoral activity. Some of the clergy joined because of the pressure, extortion, threats of imprisonment, or certain material benefits. Some of the priests conflicted with the Church hierarchy. (Akmaž, 2018, pp. 9–55). Stepinac warned the priests who joined the Association out of fear of the harassment of the UDBA with the words of Jesus: "Do not be afraid of those who kill the body" (Mt 10: 28). Citing the Book of Revelation, he states that the weak, the cowards, and the unfaithful are waiting for the second death (Rev. 21:89). To the clergy who joined the Association out of interest, he quoted Pope Gregory who said that those who trust in God will lack nothing in life. Just as there can be no coexistence between truth and falsehood, God and Satan, so, in Stepinac's view, there can be no coexistence with Communism. Until now, he writes, no more monstrous ideology than "Satanic Communism" has not appeared in humanity (Stepinac, 1998, p. 61.). Regarding the priests who joined the Association because of their "lascivious life", Stepinac said:

"Priest, if you have sinned, do you have to add to your former sins a new, much more grievous sin, the betrayal of the Church, instead of defamations you fear, you receive them as penance from the hand of God and return to the good Shepherd of souls? Do you think that you have saved your honor by yielding to their demand? Don't you know that they despise you in their souls, and we have heard it more than once from their mouths, that if they have any respect for some of the Catholic priests, it is those who did not want to sell themselves to them; they do not respect the souls who sold themselves. They have nothing but contempt for them, even if they are formally honored." (Stepinac, 1998, pp. 367–368).

On April 26, 1950, the Bishops Conference first issued a *non expedit* ("not good") with regard to the Association, while on September 26, 1952, it issued a

236 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 38., p. 30.

non licet, i.e., a ban on membership in the Association. The Vatican had secretly approved this decision. The bishops themselves did not have a unified opinion about the Association. Some bishops opposed it, while others tolerated or subtly approved it. In the Đakovo Diocese, Auxiliary Bishop Bäuerlein was against it, in contrast to Bishop Anton Akšamović, who was more conciliatory. After legal proceedings were initiated against the professors and seminarians of Đakovo, following the seminary search in 1959, and when a dangerous threat arose to close the seminary itself, the Chapter in Đakovo asked Bishop Bäuerlein to intervene with the religious Commission. The Chapter has received a message from Mate Bunjevac, President of the People's Municipality of Osijek, that "further apparent proceedings against the seminary will be suspended if Your Excellency would take this action" (Josipović, 2010, p. 96). Bäuerlein refused to comply because he was convinced that the proceedings were not against the seminary and the arrested professors, but against him. In addition to Akšamović, the documents of the Croatian Religious Commission state that only a few bishops, such as the Bishop of Šibenik Jerolim Mileta and the Bishop of Senj Viktor Burić cooperated with the Commission (Akmadža and Josipović, 2022, p. 16).²³⁷ Stepinac felt that Akšamović probably had the best intentions, but unfortunately they did more harm than good to the Church. He pointed out that he "did not understand what Communism was" (Stepinac, 1998, p. 75).

Despite the ban, the Professional Priests Association was established by the communist authorities in Zagreb on November 12, 1953. The Commission on Religious Affairs was responsible for the operational procedures of the Association. In Croatia, the president of the Commission was the priest Svetozar Rittig. With the help of the Association, the authorities wanted to break the unity in the ranks of the Church, keep the Church under control, and reduce its ties with the Holy See. All the associations, except the one in Istria, were founded on the UDBA's initiative (Akmadža, 2018, p. 418). In the dossier, marked as strictly confidential, the UDBA writes that the majority of priests have a hostile attitude toward the government and that the Church authorities hold harsh views; they are dubbed as being reactionary. The UDBA found in the Association a stronghold for its political and intelligence work and a suitable means to fight against the Church.

237 Ref. M. AKMADŽA and S. JOSIPOVIĆ, *Đakovačka i Srijemska biskupija i komunističke državne vlasti, I./1945. –1959.*, Hrvatski institut za povijest – Podružnica za povijest Slavonije, Srijema i Baranje i Đakovačko-osječka nadbiskupija (*Diocese of Đakovo and Srijem and the state Communist authorities, I./1945. –1959, Croatian Institute for History – Department for history of Slavonia, Srijem and Baranja and the Archdiocese Đakovo-Osijek*), Slavonski Brod – Đakovo, 2022, p. 16.

“The Associations, by their function, give us the possibility to take further measures of differentiation, they allow us to create conflicts within the clerical hierarchy, to deepen the resistance against ecclesiastical dignitaries, to take administrative measures to prosecute religious leaders and reactionary priests. To the reactionary and hostile group represented by the clergy we oppose, among others, the Associations of priests, which in this sense are our stronghold, the nutshell of our political and intelligence work of the legally organized form in the ranks of the clergy, i.e., of the clerical hierarchy. This is important for assessing the role and goals of the Association, not only on the line of differentiation but also the general plan of struggle against the Church.” (Akmadža, 2018, p. 418)

Given the number of 2,500 priests and 16 bishops, the number of 190 members of the Association in Croatia is small. Of these, 73 priests in the Association were retired, and 19 were suspended. “This number is even smaller if you consider the church itself and its position.”²³⁸ It is much more difficult to work with the Catholic Association than with the Orthodox one. One of the reasons for this is that Stepinac understood that the communist government wanted to use the Association, to separate the Catholic Church in Yugoslavia from the Holy See and bring discord into the Church. In the top-secret UDBA dossier from 1958, it was written:

“In the present situation, it is impossible to talk about a formal separation of the Catholic clergy from the Vatican, because this is a long-term and difficult process that depends on many factors and conditions (to insist on this course of action, today, would only work in the favor of the Vatican).” (Akmadža, 2018, p. 420)

The UDBA admits that in the present situation there is no question of “separation”. It does not deny that this issue has been discussed. In this sense, Stepinac understood well the purpose of the Association. The communist government discussed an alliance of the Associations of the Catholic priests for all of Yugoslavia. This idea was finally abandoned and certain contacts and meetings between republic Associations were accepted. The UDBA feared the influence of priests from Croatia on priests from other republics. “For example, if priests from Slovenia hear priests from Croatia, the latter will demoralize them.”²³⁹

238 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 38., 3/1-58, p. 24. One cannot determine the number of priests in Croatia with precision. According to the Official bulletins of the Catholic Church in Yugoslavia, this number could be around 2526. Draganović does not bring the number of priests for every year, but for the period between 1950 and 1959. Ref. Draganović i ostali (Draganović et al.), 1975., pp. 1069.-1073.; 1093.

239 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 39., 08-58/1, p. 57.

In 1959, the Professional Association of Priests in the People's Republic of Croatia had 195 members. The average age of members was 61 years. By dioceses, the distribution of members was as follows:

Zagreb Diocese	83 members
Đakovo Diocese	27 members
Senj-Rijeka Diocese	26 members
Dubrovnik Diocese	15 members
Split Diocese	8 members
Zadar Archdiocese	8 members
Hvar Diocese	8 members
Pula Diocese	4 members
Krk Diocese	4 members
Križevci Diocese	4 members
Šibenik Diocese	3 members
Ljubljana Diocese	3 members
Maribor Diocese	2 members.

By 1959, 17 members had joined the Association. Six have died and 18 priests have been suspended from actively participating in the Association. On the Associations' fifth anniversary, a plenary assembly and one or two meetings of the regional committees were held in Zagreb, Osijek, Karlovac, Rijeka, and Split. To strengthen the Associations' reputation, the Commission felt that the idea of a clergy Cooperative as well as increased material aid should be adopted.²⁴⁰ The Commission was aware that many members of the Association were inactive.

“Does it make sense to hold on to the two-year membership requirement for a priest to be eligible for a pension? For me, this was one of the central issues when we formed the Association. However, some of the clergy have tricked us because they act like members of the Association, but in fact, they are inactive, they do not attend the meetings, and soon they will ask for a pension. So we should think about keeping this period. This practically means one may achieve retirement with just a bare membership.”²⁴¹

240 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 39., 08-39/1-1959., p. 4.

241 Ibid, p. 55.

5. ASSOCIATION OF ORTHODOX PRIESTS IN THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CROATIA²⁴²

The Commission had no particular problems with the Orthodox clergy and the Orthodox Church in Croatia. Most of the priests were members of the Association. Their only problem was the issue of destroyed churches. During World War II, 135 churches were damaged and 216 were demolished. The Federal Commission took the position that there was no need to rush the repairs, but rather to have five or six churches repaired. The church ruins, an ugly sight in the landscape, had to be removed.²⁴³

Of the total number of 158 Orthodox priests, 145 or 91.7% were members of the Association. Only four were not members, and nine were expelled from the Association due to lack of discipline and personal faults. This means that 154 or 97.4% were members of the Association. The Association of Orthodox Priests held meetings regularly. They discussed pastoral ministry, professional problems, and relations between the Church and the State. "On the initiative of the clergy, representatives of the Socialist League held active political lectures, which the priests attended with great interest."²⁴⁴

For the Orthodox clergy, participation in the activities of social organizations was an important issue. At the meeting of the Association on May 28, 1959, the following issue was discussed: "On the need and possibility of more active participation of members of the Association of Orthodox Priests in the activities of social and other important organizations in the field". The report pointed out that the activities of the Association were declining, that orientation was being lost, and that in some places there were problems in relations.

"Due to a series of errors in this regard, serious problems in relations occur, in which the priest in any case finds himself in a difficult situation and the only way out of such a situation is to withdraw into his inner circle and turn away from any activity that may come from outside the Church panorama and his parish. At the same time, the social movement is increasingly expanding and becoming more and more massive, with the participation of broad sectors of the population in this process through various forms of social self-management, on the other hand, however, one social class is neglected and pushed aside, leaving it to a chaotic order that we never know where it may lead."²⁴⁵

242 Communist authorities in Croatia did not have any problems whatsoever with the Association of the Orthodox priests. This thematic is looked upon for the comparison with the Association of Catholic priests.

243 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 38., 08-3/1-58, p. 18.

244 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 39., 08-39/1-1959, p. 5.

245 Ibid, p. 6.

The report also pointed out that “the relationship between these higher authorities and the new social reality is undergoing a major reversal at this time, and the relationships between these higher authorities and the state authorities are becoming more orderly, and they are getting better day by day, while at the same time, at a lower level, so to speak, are getting worse”.²⁴⁶ The speaker was concerned that the clergy had been pushed into the “neutral realm of contemporary social events”.²⁴⁷ He believed that the causes of this lay in the misunderstanding of the leading men of our people’s government and the social and political organizations active in society.

6. RELIGIOUS SCHOOLS AND MATERIAL CONDITIONS IN THE CATHOLIC CHURCH

The Catholic Church has had public schools throughout its long history. It had such a position in the Austro-Hungarian Monarchy, the Kingdom of Yugoslavia, and in the Independent State of Croatia. Major problems in this regard began even before the end of World War II when partisan units took over Catholic schools. Even greater problems arose with the agrarian reform, which confiscated Church property that was used, among other things, to support and maintain the schools. The bishops responded to the announcement of the abolition of public Catholic schools in a pastoral letter published in September 1945. The bishops pointed out that the Church had the right to establish private schools and that this right was recognized by all civilized nations. On October 2, 1945, the state passed the Law on the Abolition of Private Schools. The Ministry of Education was appointed to make an exception that allowed private schools to operate publicly in accordance with the Law. In Croatia, only boys’ seminaries subsisted with state-approved high schools in Zagreb and Pazin (Akmadža and Josipović, 2009).²⁴⁸

The first trial against the leaders and seminarians of the Archdiocesan Theological Seminary in Zagreb began in 1951. Sixteen people were convicted, but the seminary was not closed. The Catholic Faculty of Theology in Zagreb was expelled from the University of Zagreb on January 29, 1952. The reasons for the expulsion were the Vatican’s support of the bishops in their ban on the

246 Ibid, p. 6.

247 Ibid, p. 7.

248 Ref. M. AKMADŽA and S. JOSIPOVIĆ, *Politika komunističkog režima prema katoličkim vjerskim školama u Hrvatskoj 1945. – 1952. (The policy of the Communist regime toward the Catholic religious schools in Croatia 1945.-1952.)*, in: *Časopis za suvremenu povijest*, (2009), I., no. 41., 109–112.

membership of priests in Associations and the appointment of the imprisoned Archbishop of Zagreb Alojzije Stepinac a cardinal. This was followed by the severance of diplomatic relations between the Holy See and Yugoslavia (Biočić, 2021).²⁴⁹

After Zagreb, mock trials followed in Rijeka, Split, and Đakovo. In Rijeka in 1955, five seminarians were sentenced to prison, the High School of Theology for late vocations was closed for five years, and the seminary's high school was closed for three years. In Split in 1956, two priests and two seminarians were convicted "for spreading fascist and vile ideas, for propaganda against the state and the Socialist order, for attempts to break fraternity and unity, and for misusing religion for political purposes" (Srakić, 1994, p. 24). The High School of Theology in Split with its central seminary was closed for eight years. On October 5, 1959, the theological seminary in Đakovo was surrounded and stormed by about fifty police officers. Professors and theologians were arrested, and on February 8, 1960, some of them were found guilty and sentenced: Ćiril Kos, a spiritual director, to seven years of rigorous imprisonment; Ivan Kopic, a professor, to six years of rigorous imprisonment; Hrvoje Gašo to six years; Ivan Mršo to four years; Anto Bajić to two years and six months; Zvonko Petrović to four years; Boško Radielović to three years and Petar Šokčević to two years and six months (Josipović, 2010, p. 90). After an appeal to the Supreme Court of the People's Republic of Croatia in Zagreb, all sentences were reduced, except for Anto Bajić. The High School of Theology in Đakovo was not closed.

In the People's Republic of Croatia, in the school year 1958/1959, there were nine high schools for the education of priests, nine novitiates, and six seminaries – schools for the education of priests. There were 1,038 students enrolled in high schools, 121 novices in the novitiates, and 589 in seminaries, making a total of 1,748 students. In the school year 1959/1960 two more high schools were opened in Rijeka and Križevci and one in Zadar. Based on these data, the Commission noted "that the clergy has managed to balance the growth of personnel and its structure, and that the growth is slightly increasing".²⁵⁰ The clergy clustered around the municipalities of Pula, Rijeka, Zadar, Šibenik, Split, Makarska, Varaždin, Čakovec, and Osijek.

The Commission found that education in religious schools was significantly cheaper or completely free of charge for children from underprivileged families. School tuition was often paid in exchange for various products, which was very convenient for peasants and farmers. The Commission considered that

249 Ref. A. BIOČIĆ, Uloga Vilima Keilbacha u očuvanju fakulteta 1952. Godine (*The role of Vilim Keilbach in the preservation of the faculty in 1952*), in: Bogoslovska smotra, 91. (2021), 1., 16.

250 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 39., 08-39/1-1959. p. 9.

the material element was crucial in the decision to attend these schools. As a countermeasure, it suggested considering the possibility of opening state boarding schools in those communities where there were more priest vocations, and introducing more flexible scholarships to help parents and children choose a vocation and then an education.

The Commission had problems with the names of the religious schools, such as the classical grammar school or the archdiocesan high school. These names, in Commission's opinion, misled the candidates. Candidates believed that these schools were the same as public schools and that they could later apply to universities. They were also concerned about the fact that religious schools taught the same general subjects as public high schools.

"We believe that these schools have exceeded their legal authorities in this regard. They are private expert schools, and therefore they should not have a general educational character. Of the general education subjects, they should have only those necessary for mastering the vocational subjects. The ratio of the subject matter should be in favor of the religious subjects, in the ratio of about 75% religious and 25% general education, which at present is just the opposite."²⁵¹

In religious schools, individuals were forbidden to go out to town, read the public newspaper, go to the movies or the theater, join youth organizations, and participate in public holiday celebrations.

"In the religious schools, through lectures and other contacts, chauvinism, national intolerance, pro-Ustasha sentiment, and other hostile ideas are introduced and nurtured. As a result, entire groups of hostile-minded individuals have been discovered and arrested in these schools. In this way, children in these schools are completely isolated from our contemporary society, and a distorted and biased image of the Federal People's Republic of Yugoslavia is artificially created. To give an example, in the Đakovo Seminary, out of 130 seminarians, 128 did not vote in the last election for the Federal Assembly."²⁵²

In the Commission's view, the school inspection that visited the religious schools was irregular, superficial, redundantly very professional, and less centered in the sense of a supervision of the education of the youth. It did not find any violation of basic constitutional principles. This is an important issue because the Commission informed the Committee on Internal Policies of the Executive Council of the Parliament of the People's Republic of Croatia.

"The Education Council of the People's Republic of Croatia held a meeting with all school inspectors at the municipal level (in whose jurisdiction these schools operate). At this meeting, the issue of control in schools for the edu-

251 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 39., 08-39/1-1959. p. 10.

252 Ibid, p. 10.

cation of priests was discussed and it was pointed out that the issue of control of education is a fundamental issue that must be addressed and dealt with.”²⁵³

The President of the Commission on Religious Affairs of the People’s Republic of Croatia, Josip Gržetić, stated that the Catholic Church in Croatia has a large body of 2,500 priests, 3,000 nuns, and 16 bishops at its disposal. It did not seek contact with the authorities because ‘it was very independent in its activities’.²⁵⁴ According to the Commission, the Catholic Church had its strength in a good organization, in a center located abroad, and in material prosperity. The communist authorities wanted to significantly reduce the Church’s material foundation.

“With the help of the constitution and the decrees, we severely damaged the material base of the Church. We managed, with the Law on the Legal Status of Religious Communities, to lower a powerful church organization to the level of a mere parish church; remember that before the war it was an important factor in social, public and political life.”²⁵⁵

Their misjudgment can be observed in their statements. Radosavljević admitted that the authorities were not fair in implementing the Law on the Legal Status of Religious Communities. As a result, he said, the prevailing view in the Church was that Socialism and the Church were irreconcilable. In his opinion, this was not good for two reasons. The first reason was that such a strong and fierce attitude toward the Church encouraged, as a backlash, the most reactionary actions in the Church. The second reason was that it gave rise to propaganda against Yugoslavia abroad.

The Commission believed that the material situation of the Catholic Church has improved since 1957. In 1958, the Church made repairs and major adjustments to 367 buildings, 98 more than the year before. For this, 121,643 dinars were spent, i.e., 55,174 dinars more than a year before. This figure does not consider the labor force, most of which was provided free of charge. The reason cited for the improvement in the Church’s material situation is the poor tax policy towards the Church. In 1957, 1170 taxpayers of all religious communities were registered, while the Catholic Church in Croatia had 1,250 parishes, 201 monasteries, and 12 dioceses. In addition, the Catholic Church had 26 seminaries where students paid virtually nothing or only a token fee. Foreign income remained mostly untaxed.²⁵⁶ According to the incomplete data, the Catholic Church received 140 million dinars from abroad in one year and a few months, not counting incoming packages.

253 Ibid, p. 11.

254 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 38., 08-3/1-58, p. 22.

255 Ibid, p. 42.

256 HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 39., 08-39/1-59, p. 2.

7. ON IMMIGRANT PRIESTS AND THE ARTICLES IN THE FOREIGN PRESS ABOUT THE PERSECUTION OF THE CHURCH IN YUGOSLAVIA

The communist authorities paid great attention to the activities of clerical emigration, as well as to the writings of the foreign press about human and religious freedoms in Yugoslavia. The activities of the emigrated priests were described as “hostile actions of the Ustasha clerical organization”. A pain in the Commission’s back was the College of St. Jerome in Rome, where the priests were housed during postgraduate studies. After World War II immigrant priests also stayed there. In interviews with the bishops, the Commission pointed out “the damage that such activities cause to the normalization of relations with the State”.²⁵⁷ Bishops and priests who applied for passports had to refrain from any contact with emigrated priests or members of the Ustasha emigration. Thus, while in Rome, Archbishop Ujčić stayed in a monastery with the Spaniards to avoid any contact with the emigration. “He did not encounter any of the Ustasha emigrants. It was not even attempted, and they did not dare to look for him”.²⁵⁸ Among the most frequently mentioned emigrant priests was Krunoslav Draganović²⁵⁹. Representatives of the Commission on Religious Affairs often referred to him. “Dr. Rittig added that we should work for the Vatican to stop helping emigration and that Draganović should be removed from the College of St. Jerome”.²⁶⁰

257 Ibid, p. 46.

258 Zapisnik Savezne komisije za vjerska pitanja, 23. svibnja 1959. (*Record Book of the Federal Commission on Religious Affairs, 23 May 1959*), nr. 206/1-1959., Akmadža, 2010a, p. 225.

259 From 1953 until 1958 Draganović operated in the College of St. Jerome in Rome. The communist authority in Yugoslavia conditioned the granting of passport to priests, necessary to go abroad on studies, by the exit of Draganović from College. In 1967, he returned to Yugoslavia under murky circumstances. He claimed that this did not happen by his own will; “...I have never said that I have freely and by intention found myself in Yugoslavia”. This leads us to conclusion that he was kidnapped and then transferred to Yugoslavia. (Akmadža, 2010b, p. 37).

260 Zapisnik službenika Komisije za vjerska pitanja NR Hrvatske, 27. travnja 1957. (Record book of an official from the Commission on Religious Affairs of the People’s Republic of Croatia, 17 April 1957), Ibid, p. 124. Svetozar Rittig (1873 – 1961), a Catholic priest, ran to partisans in 1943, due to serious threats that he will be arrested by the Ustasha regime. As a minister without portfolio and the president of the Commission on Religious Affairs he served the Communist authority. This was because he was considered to be “naïve”, “a careerist”, “a political grand thief”, whilst the others considered him to be a benevolent person who helped a lot of people, a real “realistic thinker”. Ref. Matijević, 2019, pp. 14–18.

To achieve this, the communist government put pressure on bishops and priests. For example, Bishop Mato Garković, the apostolic administrator of the Archdiocese of Zadar, received a complaint that the episcopate was passive, to say the least, regarding the situation at College of St. Jerome.²⁶¹ Zagreb Chapter member Josip Marić attached a letter to his passport application requesting that Draganović leave the College of St. Jerome (Akmadža, 2010a, p. 224). Šeper was reprimanded by the Commission on Religious Affairs for his passivity regarding the College of St. Jerome. He defended himself by saying that the episcopate had no jurisdiction over the College and that this was the responsibility of the Holy See. He held that Draganović did not belong to the College of St. Jerome. He said he could not make any promises, but he believed that something could be done about this matter if he was allowed to go to Rome. Šeper had to justify his stay at the College of St. Jerome (Akmadža, 2010a, pp. 142–143).

The dean of the Faculty of Theology in Zagreb, Janko Oberški, had to turn twice to the Commission on Religious Affairs for assistance in obtaining a passport for the priest Ivan Golub. Šeper then wrote to the Commission that “he had written to the rector of the College of St. Jerome, Msgr. Kokša, asking him to carry out the depoliticization of the College”. Draganović had already left the College. After that, it was Fr. Ivan Tomas, who worked for the “Vatican Radio”, with whom the State was concerned (Akmadža, 2010a, pp. 253–254). Duro Kokša, the new rector of the College of St. Jerome, distanced himself from the emigrated priests Draganović and Tomas, taking a position that moved in the direction of rapprochement between Belgrade and the Vatican. Draganović did not mind leaving the College. The other emigrated priests did not share his opinion. Kokša was forced to do so because the Yugoslav authorities would not issue passports to priests for postgraduate studies. Since 1960, the College of St. Jerome has opened to priests from the former Yugoslavia, but only in limited numbers and with special permission from the Commission (Veraja and Simčić, 2001., pp. 358–359).²⁶²

261 Ref. Zapisnik Komisije za vjerska pitanja NR Hrvatske, 19. travnja 1958., (*Record book of the Commission on Religious Affairs of the People's Republic of Croatia*, 19 April 1958), Akmadža, 2010a, p. 137.

262 F. VERAJA and M. SIMČIĆ, *Zavod sv. Jeronima od 1945. do 1959.*, Papinski hrvatski zavod sv. Jeronima (1901-2001). *Zbornik u prigodi stoljetnice Papinskog hrvatskog zavoda sv. Jeronima*, prir. J. Bogdan, Papinski hrvatski zavod sv. Jeronima, Rim (*College of St. Jerome from 1945 until 1990.*, *Pontifical Croatian College of St. Jerome (1901-2001). Conference proceedings on occasion of the centenary of the Pontifical Croatian College of St. Jerome*, J. Bogdan (ed.), *Pontifical Croatian College of St. Jerome, Rome*) 2001., pp. 359–360.

Just as the communist government monitored the activities of the emigration of priests and Croatian emigration in general (worldwide), so it monitored what the world press wrote about Yugoslavia. How much it cared is also evident from the dossier of the Federal Executive Committee, marked “confidential”, which was forwarded to the Executive Committee of the People’s Republic of Croatia on February 6, 1958. The file summarizes a review of the foreign press on the Church in Yugoslavia. *The Tablet* of January 11, 1958, reports on the Dobož case, in which three priests were convicted of distributing anti-state literature and giving propaganda lectures²⁶³. The Würzburg Press (unclear title of the newspaper) of January 17, carries an article titled “Worse than Nero” with the subtitle “Persecuted Church in Yugoslavia”. The article states that 350,000 Catholics were killed in Yugoslavia in the first months of 1945. Of these, 200,000 soldiers and refugees were handed over to the Partisans due to the indifference of the Allies. By 1946, 384 Catholic priests and two bishops had been brutally murdered. Monks were burned alive, five Chapter members were thrown overboard into the sea, five priests were buried alive, and in Bosnia, the inhabitants of two Catholic villages were herded into a church and burned alive along with their priests. The communist minority of 283,000 people, or 1.5% of the total population, holds on to power only through terror.²⁶⁴

8. CONCLUSION

The tensions between the communist authorities in Yugoslavia and the Catholic Church between 1957 and 1960 were appeased for two reasons. The first was the election of Pope John XXIII (October 25, 1958). The Pope began to communicate with the communist states of the Eastern Bloc, abandoning the firm attitude of his predecessor Pius XII toward the Communists. The second reason was the growing realization of the communist authorities that harsh and violent measures against the Church did not bring the desired results. Not even the closure of the seminary in Rijeka (1955) or the mock trials against the professors and seminarians in Split (1956) or Đakovo (1960) could reduce the number of seminarians. On the contrary, the number even increased. The churches were continuously repaired, although after the war the Catholic Church was deprived of almost all its property by the communist authorities.

A deterioration of hostility could be observed on both sides. Yugoslavia attached great importance to its reputation in the world, and the Church did not want to remain closed, so it was forced to contact the authorities for re-

263 Ref. HDA, fond (fund) 310., KOVZ, box. 38., 08-14/1, nr. 1.

264 Ref. Ibid, p. 2.

asons of passport acquisition. The Church was already too independent in its activities in the eyes of the State. The authorities saw that there were moderates and reactionaries among the bishops. The State's willingness to pacify is shown by the fact that they were willing to negotiate even with the "toughest". Among these, they included Archbishop Šeper. After the 1959 Bishops Conference, for the first time, the bishops did not send letters of protest to the President of the Republic or the Federal Executive Council. The authorities interpreted this as the influence of the Vatican, which supported the moderate group.

References

Unpublished Materials

1. HR- Hrvatski državni arhiv (Croatian State Archive) (dalje HDA), (in further text: HDA), fond (fund) 310., Komisija za odnose s vjerskim zajednicama (*The Commission for the relations with the Religious Denominations*) (dalje KOVZ) (in further text: KOVZ), box. 38., 08-3/1-58.
2. HDA, fond (Fund) 310., KOVZ, ox. 39., 08-58/1.

Published Materials

1. Akmadža, M. i Josipović Batorek, S. (2012.), *Stradanje svećenika Đakovačke i Srijemske biskupije 1944. – 1960.*, Hrvatski institut za povijest, Podružnica za povijest Slavonije, Baranje i Srijema. (*Suffering of priests of Đakovo and Srijem Diocese 1944.-1960. Croatian Institute for History – Department for history of Slavonia, Srijem and Baranja*)
2. Akmadža, M. i Josipović, S. (2022.), *Đakovačka i Srijemska biskupija i komunističke državne vlasti (sv. I./1945.–1959.)*, Hrvatski institut za povijest – Podružnica za povijest Slavonije, Srijema i Baranje i Đakovačko-osječka nadbiskupija. (*Diocese of Đakovo and Srijem and the state Communist authorities, I./1945.-1959, Croatian Institute for History – Department for history of Slavonia, Srijem and Baranja and the Archdiocese Đakovo-Osijek*)
3. Akmadža, M. (2010a), *Crkva i država. Dopisivanje i razgovori između predstavnika Katoličke crkve i komunističke državne vlasti u Jugoslaviji*, II. /1953.–1960., Društvo za povjesnicu Zagrebačke nadbiskupije „Tkalčić” Zagreb i Hrvatski institut za povijest, Podružnica za povijest Slavonije, Srijema i Baranje. (*The Church and the State. The Correspondence and talks*)

between the representatives of the Catholic Church and the Communist state authorities in Yugoslavia, II. /1953.-1960, Association for history of the Zagreb Diocese 'Tkalčić' and Croatian Institute for History – Department for history of Slavonia, Srijem and Baranja and the Archdiocese Đakovo-Osijek)

4. Akmadža, M. (2018.), *Biskupi, komunisti i svećenička udruženja*, sinopsis. (*Bishops, Communists and the Associations of priests, synopsis*)
5. Papa Ivan XXIII. (1991a), *Mater et magistra* [enciklika, 1961.], M. Valković (prir.), *Sto godina katoličkog socijalnog nauka* (str. 106.-162.), KS. ('*Mother and Teacher*,' *encyclical, 1961*; M. Valković (ed.), *A hundred years of the Catholic social teaching*, p. 106.-162.)
6. Papa Ivan XXIII. (1991b), *Pacem in Terris* [enciklika, 1963.], M. Valković (prir.), *Sto godina katoličkog socijalnog nauka* (str. 163.-202.), KS. ('*Peace on Earth*,' *encyclical, 1963*; M. Valković (ed.), *A hundred years of the Catholic social teaching*, p. 163.-202.)
7. Papa Pio XI. Enciklika (encyclical), *Divini Redemptoris* ('*Divine Redeemer*') (1937.), *Acta Apostolicae Sedis*, 29. (4.).

Books

1. Akmadža, M. (2010b), *Krunoslav Draganović. Iskazi komunističkim istražiteljima*, Hrvatski institut za povijest, Podružnica za povijest Slavonije, Srijema i Baranje. (*Krunoslav Draganović. Statements to the Communist prosecutors, Croatian Institute for History – Department for history of Slavonia, Srijem and Baranja*)
2. Akrap, G. (2016.), *Kardinal Stepinac u dokumentima Gestapa i OZN-e*, Udruga sv. Juraj – Glas Koncila – Laser plus. (*Cardinal Stepinac in documents of the Gestapo and OZNA; The St. George Association – Voice of the Council*)
3. Benigar, A. (1993.), *Alojzije Stepinac, hrvatski kardinal*, Glas Koncila i Hrvatska franjevačka provincija sv. Ćirila i Metoda. (*Alojzije Stepinac, Croatian Cardinal; Voice of the Council and Croatian Franciscan Province of St. Cyril and Methodius*)
4. Bihlmeyer, K. i Tuechle, H. (1990.), *Storia della chiesa, IV. / Epoca moderna*, Morcelliana.
5. Blett, P. (2004.), *Pio XII. i Drugi svjetski rat prema vatikanskim arhivima*, KS. (*Pius XII. And the Second World War according to the Vatican archives*)
6. Josipović, S. (2010.), *Odnos komunističkog režima prema Katoličkoj Crkvi*

u Đakovačkoj ili Bosanskoj i Srijemskoj biskupiji u vrijeme biskupa Antuna Akšamovića (1945.-1959.) [doktorski rad], Sveučilište u Zagrebu, Hrvatski studiji. (*The relationship of the Communist regime toward the Catholic Church in the Đakovo or Bosnia and Srijem diocese in the period of bishop Antun Akšamović (1945.-1959.); Ph.D. Dissertation, University of Zagreb, Croatian Studies*)

7. Kozi, H. J. (1988.), *Kardinal Mindszenty: sujedok i mučenik našeg doba*, Župski ured Đakovački Selci. (*Cardinal Mindszenty: a witness and martyr of our age; Parish office of Đakovački Selci*)
8. Lortz, J. (1987.), *Storia della Chiesa in prospettiva di storia delle idee*, II. / Evo moderno, Edizioni Paoline.
9. Matijević, M. (2019). *Između partizana i pristojnosti. Život i doba Svetozara Rittiga (1873. – 1961.)*, Hrvatski institut za povijest, Podružnica za povijest Slavonije, Srijema i Baranje. (*Between partisans and politeness. Life and time of Svetozar Rittig (1873.-1961.); Croatian Institute for History – Department for history of Slavonia, Srijem and Baranja*)
10. Draganović, K. i ostali (prir.) (And others, ed.) (1975.), *Opći šematizam Katoličke Crkve u Jugoslaviji*, BKJ. (General statistics of the Catholic Church in Yugoslavia, Bishops' Conference of Yugoslavia)
11. Stepinac, A. V. (1998.), *Pisma iz sužanjstva*, J. Batelja (prir.), Postulatura Sluge Božjega Alojzija Stepinca. (*Letters form captivity, J. Batelja (ed.); Office for the beatification of the Serve of God Alojzije Stepinac*)
12. Sršan, S. (prir.) (2009.), *U ime naroda. Sudski proces profesorima i bogoslovima đakovačkog sjemeništa 1959. /1960.*, Državni arhiv u Osijeku i Đakovačko-osječka nadbiskupija i metropolija. (ed.; *In the name of the People. Legal proceedings against tze professors and seminarians of the Đakovo Seminary 1959. /1960., State Archive in Osijek and the Archdiocese/ Metropole of Osijek-Đakovo*)

Articles

1. Akmadža, M. i Josipović, S. (2009.), *Politika komunističkog režima prema katoličkim vjerskim školama u Hrvatskoj 1945. – 1952.*, *Časopis za suvremenu povijest*, 1. (41.), 109.–132. (*The policy of the Communist regime toward the Catholic religious schools in Croatia 1945.-1952.*)
2. Biočić, A. (2021.), *Uloga Vilima Keilbacha u očuvanju fakulteta 1952. godine*, *Bogoslovska smotra*, 91. (1.), 15.–30. (*The role of Vilim Keilbach in the preservation of the faculty in 1952*)

3. Srakić, M. (1994.), „U ime naroda!” Proces protiv profesora, svećenika i bogoslova Bogoslovnog sjemeništa u Đakovu 1959-1960, *Diacovensia*, 1. (2.), 23.–57. (*In the name of the people!?. Proceedings against the professors, priests and seminarians of the Theological Seminary in Đakovo 1959-1960*)
4. Veraja, F. i Simčić, M. (2001.), Zavod sv. Jeronima od 1945. do 1959., J. Bogdan (prir.), *Papinski hrvatski zavod sv. Jeronima (1901-2001). Zbornik u prigodi stoljetnice Papinskog hrvatskog zavoda sv. Jeronima* (str. 359.–360.), Papinski hrvatski zavod sv. Jeronima. (*College of St. Jerome from 1945 till 1990., J. Bogdan (ed.), Pontifical Croatian College of St. Jerome (1901-2001). Conference proceedings on occasion of the centenary of the Pontifical Croatian College of St. Jerome, Pontifical Croatian College of St. Jerome*)
5. Vukićević, B. (2014.), Diplomatske veze Svete Stolice sa Sovjetskim Savezom u vrijeme pontifikata koncilskih papa, *Zbornik Pravnog fakulteta u Zagrebu*, 64. (3.), 425.–441. (*Diplomatic ties of the Holy See with the Soviet Union in the period of the Council pontiffs; Conference proceedings of the School of Law in Zagreb*)

DJELOVANJE I ZNAČAJ HRVATSKE CARINSKE SLUŽBE U PROCESU PROGLAŠENJA NEOVISNOSTI I USPOSTAVE POTPUNE TERITORIJALNE CJELOVITOSTI NA PODRUČJU KONTINETALNE HRVATSKE

Pregledni rad

Nenad Grgurica

Carinska uprava, Područni carinski ured Split
Zrinsko Frankopanska 60
21000 Split
nenad.grgurica@carina.hr

Sažetak

Istovremeno s proglašavanjem neovisnosti 25. lipnja 1991. g. i odlukom o razdruživanju Republike Hrvatske od Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije 8. listopada 1991. g. doneseno je i novo hrvatsko carinskog zakonodavstvo. Time su carinsko zakonodavstvo i carinska služba postale jednim od temelja suvereniteta i funkcioniranja RH, a normativne i statističke komponente iz rada Carinske uprave ujedno služe kao vjerodostojan društveno-politički i fiskalno-pravni pregled razdoblja povijesti u kojem su nastale. Razvoj carinskog zakonodavstva i sustava na području kontinentalne Hrvatske ukazuju na to koliko je proces uspostave teritorijalne cjelovitosti bio zahtjevan i slojevit. Stoga su i carinski izvori od neprocjenjive vrijednosti, ne samo za carinsku nego i za cjelokupnu povijest iz razdoblja nastanka hrvatske države.

Ključne riječi: Carinska služba, carinski suverenitet, Domovinski rat, reintegracija Podunavlja, teritorijalna cjelovitost

THE PROCESS OF DECLARING INDEPENDENCE AND ESTABLISHING TERRITORIAL INTEGRITY IN CONTINENTAL CROATIA BASED ON CUSTOM SOURCES

Summary

At the time of the declaration of independence on June 25, 1991, and the decision on Croatia's separation from the SFRY on October 8, 1991, a new Croatian customs legislation was adopted. Thus, the customs service became one of the foundations of the sovereignty and functioning of the Republic of Croatia. The normative and statistical components of the work of the Customs Administration provide a socio-political and fiscal-legal insight into the period in which they were created. The development of the customs system on the territory of continental Croatia shows how demanding and multi-layered the establishment of territorial integrity was. The customs sources are of great value, not only for the customs but also for the entire history of the period of the establishment of the Croatian state.

Keywords: Customs service, customs sovereignty, Homeland war, reintegration of the Danube, territorial integrity

1. UVOD

Carinska služba ustrojavala se tijekom Domovinskog rata usprkos tome što dijelovi granice nisu bili pod nadzorom hrvatske vlasti, a na okupiranom području RH stvoren je paracarinski sustav Republike Srpske Krajine.

Carinska je uprava nakon vojno-redarstvenih operacija Bljesak i Oluja počela otvarati carinske ispostave, a u Kninu je kao simboličan čin uspostave hrvatskog carinskog sustava, na do tada okupiranom području, održan kolegij ravnatelja s pročelnicima svih carinarnica. Hrvatski carinici počeli su s radom u Prijelaznoj carinskoj službi na području pod upravom UNTAES-a²⁶⁵ od prosinca 1996. g., a od srpnja 1997. g., kao prva granična služba u reintegraciji Po-

265 United Nations Transitional Administration in Eastern Slavonia, Baranja and Western Sirmium – Prijelazna uprava Ujedinjenih naroda za istočnu Slavoniju, Baranju i zapadni Srijem. Privremena mirovna administracija za reintegraciju hrvatskog Podunavlja za razdoblje od 1996. do 1998. g. osnovana Rezolucijom Vijeća sigurnosti broj 1037 od 15. siječnja 1996.

dunavlja, carina je počela primjenjivati hrvatske propise. U kolovozu 2002. g., nakon odluke međunarodne zajednice o povlačenju policije Republike Srpske s posljednjeg okupiranog područja RH uz rijeku Unu, otvorena je carinska ispostava Hrvatske Kostajnice što je bila konačna potvrda ostvarenja uspostave teritorijalnog suvereniteta na međunarodnim granicama.

Cilj je rada na temelju arhivskog gradiva i propisa iz carinskog sustava predstaviti djelovanje i ulogu carine u razdoblju od proglašenja neovisnosti do uspostave potpune teritorijalne cjelovitosti u kontinentalnoj Hrvatskoj gdje su vidljive sve specifičnosti i različitosti razvoja carinskog sustava. To se prije svega očituje u činjenicama da su se carinske ispostave na granici s Mađarskom preuzele od bivšeg carinskog sustava dok su se istovremeno otvorile i nove carinske ispostave prema Sloveniji i dijelom prema Bosni i Hercegovini. Zbog okupacije dijela hrvatskog teritorija nisu ni otvorene granice prema Srbiji. Usprkos vojno-redarstvenim operacijama Bljesak i Oluja hrvatski carinski sustav nije uspostavljen u svim dijelovima kontinentalne Hrvatske za što je trebalo pričekati reintegraciju Podunavlja i političko rješavanje hrvatskog državnog teritorija na desnoj strani rijeke Une u Hrvatskoj Kostajnici.

2. OKOLNOSTI NASTANKA HRVATSKE CARINSKE SLUŽBE U DOMOVINSKOM RATU

Carinska služba u Hrvatskoj tijekom procesa proglašenja neovisnosti bila je dio Savezne uprave carina SFRJ-a koja se sastojala od 40 carinarnica s 255 carinskih ispostava (HR-CU, „Izvještaj o radu carinske službe za 1990. godinu“). Na području Hrvatske bilo je ustrojeno 10 carinarnica sa 65 carinskih ispostava i referata gdje je radilo 1133 carinika (Ramljak et al., 1991), a jugoslavenski ustroj i teritorijalna nadležnost područja carinarnica nisu bili ujednačeni s republičkim granicama (Odločba o prenehanju dela carinske izpostave Umag Carinarnice Koper UL RS 21/92).

Odluka Skupštine Srbije krajem 1990. g. o uvođenju carine na robu iz Hrvatske i Slovenije (Radoš, 2018) označila je prestanak jedinstvenog jugoslavenskog carinskog područja (Žarković, Boarov, Rusovac i Ninčić, 1990). Zakonima kojima su nametnute dodatne carine hrvatskim proizvodima (Petak, 2012) cilj je bio destabilizirati hrvatsko gospodarstvo (Grizelj, 1991) pa je Hrvatskoj ugrožen ne samo teritorijalni nego i gospodarski suverenitet (N., 1991).

Od 26. lipnja 1991. g. RH je preuzela ovlaštenja saveznih organa SFRJ-a iz oblasti financija zakona, a do uspostave samostalnog carinskog sustava RH za provođenje carinskih ovlasti u prijelaznom razdoblju nadležna je bila savezna

carina SFRJ-a (Zakon o preuzimanju saveznih zakona iz oblasti financija koji se u Republici Hrvatskoj primjenjuju kao republički zakoni NN 53/91).

Zbog operativne funkcionalnosti dana 2. srpnja 1991. g. u Carinarnici Zagreb održan je sastanak upravitelja carinarnica na području Hrvatske na kojem su određene temeljne smjernice koje su trebale uslijediti nakon što se provede postupak razdruživanja RH od SFRJ-a te ustroji samostalna carinska služba (HR-CU, „Zapisnik sa sjednice kolegija upravitelja RJ Dubrovnik“). Zakon o carinskoj službi stupio je na snagu danom objave u „Narodnim novinama“ broj 53 od 8. listopada 1991. g. (Ispravak Zakona o carinskoj službi Republike Hrvatske NN 57/91).

Ustrojstvene jedinice Savezne uprave carina na granici s Mađarskom (Žišković, 1991), u zračnim i pomorskim lukama počele su raditi po hrvatskim propisima (S., 1991), a nove carinske ispostave na granici sa Slovenijom bile su Bregana i Macelj (Grgas, 1991), Rupa i Pasjak (Peter, 1991) te Kaštel (M. F., 1991).

Carinska ispostava Slavonski Šamac otvorena je u prosincu 1991. g. (Piplović, 1999, str. 325, 229), a tijekom 1992. g. otvorene su i ispostave u Slavonskom Brodu i Županji (Grgurica, 2018.). Nakon početka rata u BIH na području Slavonije ostala je otvorena jedino carinska ispostava Županja (Ž., 1992). U Dalmaciji je u listopadu 1992. g. otvorena carinska ispostava Kamensko (Maganjić, 1992), Vinjani Donji, Vinjani Gornji, Aržano (P., 1992), Metković (J., 1992) te Klek i Zaton Doli (Pavlović, 1993).

Zbog okupacije dijela teritorija RH brojne prometnice bile su izvan funkcije čime je bio onemogućen nadzor većeg dijela granične crte (Jelčić i Bejaković, 2012, str. 201). Dio carinarnica bio je oštećen, a dio ih je bio na okupiranom području (Birek, 1992).

3. POČETAK RATA CARINSKIH ISPOSTAVA NA GRANICI PREMA SLOVENIJI

Tijekom 1990. g. i 1991. g. Hrvatska i Slovenija imale su zajednički cilj stvaranja neovisnih carinskih uprava sukladno pravilima Svjetske carinske organizacije (Jokić, 2011). U Ljubljani je 15. lipnja 1991. g. održan sastanak državnih izaslanstava Hrvatske i Slovenije kojeg su predvodili predsjednici Franjo Tuđman i Milan Kučan. Jedna od tema završnih priprema za proglašenje neovisnosti bila je otvaranje carinskih ispostava na hrvatsko-slovenskoj granici (Rudolf, 1999, str. 228, 229). Isto su tako prije završetka tromjesečnog moratorija iz Brijunskog dogovora 5. listopada 1991. g. carinske službe Hrvatske i Slovenije održale zajednički sastanak u Otočcu na kojem su usklađene carinske procedure (Kovačić, 2006).

Najprometnije cestovne carinske ispostave u Hrvatskoj bile su Bregana i Macelj na granici sa Slovenijom, a najveća željeznička ispostava bila je Carinska ispostava Zapadni kolodvor na koju su dolazile kompozicije vlakova iz Slovenije (Popović, 1996).

Od listopada 1991. g. uspostavljena je operativna suradnja slovenske i hrvatske carinske službe na razini središnjih carinskih uprava (Basarić, 1997), ali i na razini graničnih carinskih ispostava (Malogorski, 1997). Tijekom srpnja 1992. g. s ciljem povećanja učinkovitosti rada na granici sastavljena je zajednička uputa o postupanjima u nadzoru granice i graničnih prijelaza (Čelik, 2013, str. 387).

Od svih bivših republika SFRJ-a Hrvatska je jedino sa Slovenijom potpisala ugovor o carinskoj suradnji (Degoricija, 2008, str. 134, 135). Tijekom 1992. g. potpisan je sporazum o gospodarskoj suradnji Slovenije i Hrvatske (Zakon o ratifikaciji sporazuma o gospodarskom sodelovanju med Republiko Slovenijo in Republiko Hrvaško UL RS 19/92), a od 1997. g. na temelju međunarodnih normi započeo je proces postupnog ukidanja carina između Hrvatske i Slovenije (Jokić, Kovaček i Tomašević, 1998). Slovenija je također donijela odluku o smanjivanju carina za robu iz Hrvatske (Jokić, 1993), a sukladno ugovoru osnovan je *Pododbor za carinske poslove i pitanja podrijetla* radi suradnje u carinskim poslovima (Odluka o objavi Ugovora o slobodnoj trgovini između Republike Hrvatske i Republike Slovenije NN MU 22/97).

Primjer carinskog sustava na hrvatsko-slovenskoj granici tijekom devedesetih dodatno upotpunjuje sliku o povijesnim činjenicama tog vremena u jednom širem kontekstu. Uloga carine u događajima vezanim uz proglašenje neovisnosti dviju bivših republika SFRJ-a neosporno je vrlo važna jer je upravo carinski sustav bio temelj neovisnosti. Početak rada carinskih ispostava između novoproglašanih država potvrdio je fiskalnu, gospodarsku i vanjskotrgovinsku vidljivost Hrvatske i Slovenije.

4. CARINSKE ISPOSTAVE NA GRANICI PREMA MAĐARSKOJ

Od početka Domovinskog rata na graničnim prijelazima preko hrvatsko-mađarske granice došlo je do znatnog pada prometa. Zbog okupacije Baranje cestovni i željeznički granični prijelazi bili su zatvoreni te su za promet bile u funkciji samo carinske ispostave smještene zapadno od Baranje (Hajdú, bez dat.), kao što su Donji Miholjac – Drávaszabolcs, Terezino Polje – Barcs, Gola – Berzence i Goričan – Letenye (Szilárd, bez dat.).

U najtežim vremenima Domovinskog rata suradnja s mađarskom carinskom službom bila je ključna. Zbog okupiranih graničnih prijelaza Kneževo

i Baranjsko Petrovo Selo najbliža granična carinska ispostava gradu Osijeku koja je bila u funkciji bio je Donji Miholjac. Preko Carinske ispostave Donji Miholjac, u razdobljima kad je bila prekinuta auto-cesta Zagreb – Lipovac te nesiguran promet podravskom magistralom, prolazili su ljudi i robe za slobodni dio Slavonije (Korman, 1997c).

RH i Mađarska potpisale su sporazum 1994. g. po kojemu će se željeznički prekogranični promet, kad se steknu uvjeti, obavljati na prijelazu Beli Manastir – Magyarboly (Uredba o potvrđivanju Sporazuma o reguliranju graničnog željezničkog prometa, između Vlade Republike Hrvatske i Vlade Republike Mađarske NN MU 5/95). Zbog razvoja prijevoza putnika i roba dviju država preko graničnih prijelaza vlade Mađarske i Hrvatske potpisale su sporazum o međunarodnom prijevozu (Uredba o potvrđivanju (ratifikaciji) Sporazuma između Vlade Republike Hrvatske i Vlade Republike Mađarske o međunarodnom prijevozu osoba i stvari cestom NN MU 2/93) i trgovinsko-gospodarskim odnosima što je podrazumijevalo i suradnju između carinskih službi (Uredba o potvrđivanju (ratifikaciji) Sporazuma između Vlade Republike Hrvatske i Vlade Republike Mađarske o trgovinsko-gospodarskim odnosima i suradnji NN MU 8/93).

Bez obzira na to što je međunarodna zajednica zauzela stav kako neće priznati RSK (Maras Kraljević i Sekula Gibač, 2014, str. 331), jedan od važnijih ciljeva Uprave carina RSK-a bio je pokušaj otvaranja carinske ispostave prema Mađarskoj (Rupić, 2010, str. 299). Pokušaji otvaranja cestovnog graničnog prijelaza Kneževo i željezničkog graničnog prijelaza Beli Manastir generirali su lokalne milicijske i vojne vlasti iz Baranje i Knina (Rupić i Sekula, 2010, str. 465, 466). Usprkos zahtjevima lokalnih vlasti na okupiranom području Baranje te zahtjevima SFRJ-a iz rujna i listopada 1991. g., mađarske vlasti nisu odobrile otvaranje željezničkog graničnog prijelaza Magyarbol bez suglasnosti RH. Time je spriječen transport šećerne repe, melase i šećera te koksa i vapna iz okupiranih područja preko mađarskog teritorija (Petrović, 1996, str. 45, 46). Mađarska je strana otvaranje granice iz Baranje u Mađarsku uvjetovala isključivo ustrojavanjem hrvatskih službi na graničnim prijelazima (Barišin, 1994.)

Naročitu važnost za hrvatsko-mađarsku granicu, kao i posebnu simboliku u najtežim danima Domovinskog rata, imalo je skidanje jugoslavenskih obilježja, uz istovremeno postavljanje hrvatske zastave i grba na graničnim prijelazima prema Mađarskoj. Početak rada carinskih ispostava po hrvatskim propisima označio je i uspostavu suvereniteta na granicama prema međunarodno priznatoj državi i članici međunarodnih organizacija. Gospodarska suradnja, posebno uvoz i izvoz roba devedesetih godina između dviju zemalja, kontinuirano se razvijao, a posebno nakon što su u sklopu mirne reintegracije otvorene i carinske ispostave u Baranji prema Mađarskoj na graničnoj crti koja se do tada nalazila pod upravom UNTAES-a.

5. GRANIČNI PRIJELAZI PREMA BOSNI I HERCEGOVINI NA MOSTIVIMA PREKO RIJEKE SAVE

Sva složenost i problematika organizacije carinskog sustava tijekom Domovinskog rata bila je očita na graničnim prijelazima preko rijeke Save. S većeg dijela desne obale Save tijekom rata napadani su civilni ciljevi u RH, a preko mostova između Stare Gradiške i Jasenovca tijekom čitavog trajanja okupacije srpske vlasti obavljale su nezakonit prekogranični prijevoz roba čime su se kršile rezolucije UN-a o ekonomskim sankcijama, uspostavljanju UNPROFOR-ovih²⁶⁶ graničnih kontrola te nadzoru uvoza i izvoza roba. U prosincu 1991. g. u Slavonskom Šamcu prostor napuštene benzinske postaje pretvoren je u carinsku ispostavu. U veljači 1992. g. zbog otvaranja carinske ispostave kontejneri iz tvornice Đuro Đaković odvezeni su na granični prijelaz na most u Slavonskom Brodu, a od listopada 1992. g. ispostava u Županji nalazila se u kontejneru zaštićenom vrećama pijeska kako bi se carinici zaštitili od granata.²⁶⁷ U svrhu otvaranja graničnog prijelaza u Slavonskom Šamcu u prosincu 1991. g. dovedeni su službenici Carinske ispostave Vinkovci i Osijek („Carinska ispostava“, 2017). Važnost prometa na rijeci Savi vidljiva je iz statističkih podataka po kojima je Carinska ispostava Slavonski Šamac do 1992. g. i prekida rada zbog rata bila druga ispostava po prometu nakon Carinske ispostave Bregana (Bognar, 1996). Ustrojen carinski sustav RH na rijeci Savi nakon što je počeo i rat u BiH prekinut je, a jedino je nastavio funkcionirati s carinskom ispostavom na graničnom skelskom prijelazu Županja – Orašje (Ž., 1992) prema tada jedinom slobodnom području Bosanske Posavine gdje je bila ustrojena Carinska uprava Herceg-Bosne (Odluka o osnivanju Carinarnice Bosanska Posavina NL HRHB 21/94).

Tijekom VRO-a Bljesak hrvatske postrojbe oslobodile su okupirane dijelove zapadne Slavonije i stigle na granicu RH uz rijeku Savu. Oslobođeni su granični prijelaz Stara Gradiška (Hudolin, 1995) i granični prijelaz Jasenovac („Bljesak – vojno-redarstvena operacija RH“, bez dat.). Otvaranje Carinske ispostave Nova Gradiška u lipnju 1995. g. bila je pomoć normalizaciji gospodarstva oslo-

266 United Nations Protection Forces – Zaštitne snage Ujedinjenih naroda. Mirovna misija UN-a za područje RH i BiH za razdoblje od 1992. do 1995. g. osnovana Rezolucijom Vijeća sigurnosti broj 743.

267 Podatci o okolnostima stvaranja carinske službe u Domovinskom ratu na carinskim ispostavama Slavonski Šamac, Slavonski Brod i Županja prikupljeni u intervjuima održanim od srpnja do studenog 2016. s kolegicama i kolegama iz Carinske uprave (Đuro Nejašmić, Milan Majer, Damir Šalaj, Siniša Milaković, Slava Grgurević, Verica Babić, Milena Pavković-Novotni, Vlado Jager, Antun Sočković, Ilija Pemper, Marija Popović, Tomo Stublija, Maja Gelemanović, Anto Antunović) koji su bili izravni sudionici tog vremena.

bođenog područja zapadne Slavonije (Zorko, 1995). Istovremeno s otvaranjem unutarnje ispostave u Novoj Gradiški Carinarnica Osijek pripremila se za otvaranje i graničnih carinskih ispostava preko Save prema Posavini, ali i novih ispostava u Belom Manastiru, Kneževu i Bajakovu na privremeno okupiranom području Podunavlja (Pless, 1995).

Prve obnove mostova pokrenule su međunarodna zajednica i snage UNPROFOR-a nakon okončanja ratnih aktivnosti u Slavonskom Brodu 1996. g. (Radić, J., et al. 2007, str. 132., 136). Most Gunja – Brčko obnovila je američka vojska 1996. g. (Nikolić, 1996), a pontonski most kod Stare Gradiške 1999. g. postavili su mađarski vojnici (Višić, 1999).

Granični skelski prijelazi za međunarodni putnički promet Svilaj – Donji Svilaj i Dubočica – Domaljevac bili su u funkciji do izgradnje mosta i uspostave međunarodnog graničnog prijelaza Slavonski Šamac – Bosanski Šamac/Šamac (Zakon o potvrđivanju Ugovora o određivanju graničnih prijelaza između Republike Hrvatske i Bosne i Hercegovine i Aneksa Ugovora o određivanju graničnih prijelaza između Republike Hrvatske i Bosne i Hercegovine NN MU 15/02). Između dva Broda, do obnove mosta, izgrađen je privremeni granični prijelaz (Radivojević, 1999), a lokacija za promet skelom bila je Migalovci – Sijekovac („Počinje voziti skela“, 2017).

Otvaranje graničnih prijelaza preko rijeke Save za vrijeme Domovinskog rata bilo je otežano zbog činjenice da su mostovi kod Jasenovca i Stare Gradiške bili pod okupacijom, a s dijela desne obale Save iz pravca BIH tijekom rata napadani su ciljevi u RH. U takvom okruženju ustrojene su carinske ispostave u Slavonskom Šamcu, Slavonskom Brodu i Županji. Zbog rata u BIH jedina carinska ispostava koja je nastavila s radom bila je na graničnom skelskom prijelazu u Županji prema Orašju gdje je bila otvorena carinska ispostava Hrvatske zajednice HB na slobodnom području Bosanske Posavine. Nakon završetka rata uz rijeku Savu hrvatska carina organizirala je rad carinskih ispostava. Prekogranični promet i carinska kontrola postupno su uspostavljeni, privremeno preko skela i pontona, a nakon obnove i na mostovima.

6. PRIJELAZNA CARINSKA SLUŽBA I USPOSTAVA HRVATSKOG CARINSKOG SUSTAVA U BARANJI I PODUNAVLJU 1996. – 1998.

Odlukom predsjednika Tuđmana da se, nakon vojno-redarstvenih operacija Bljesak i Oluja, preostali okupirani prostor vrati u državno-pravni sustav RH mirnom reintegracijom (Kevo, 2018, str. 33) stvoreni su uvjeti za potpisivanje Erdutskog sporazuma 12. studenog 1995. g. Temeljnim sporazumom o istočnoj

Slavoniji, Baranji i zapadnom Srijemu RH je dala suglasnost i ovlaštenja međunarodnim promatračima za provedbu kontrole na graničnim prijelazima prema Saveznoj Republici Jugoslaviji (Škare-Ožbolt i Vrkić, 1998, str. 29).

Zaustavljanje kamiona i provjere dokumentacije na graničnim carinskim ispostavama do početka rada Prijelazne carinske službe imali su međunarodni granični promatrači (Singh, 1997). Od svibnja 1996. g. nalazili su se na šest graničnih prijelaza prema Mađarskoj i Jugoslaviji, a glavne postaje graničnih promatrača nalazile su se u Iloku i Belom Manastiru (Kevo, 2018, str. 18).

Nadzor Prijelazne uprave (UNTAES) nad područjem istočne Slavonije započeo je 15. siječnja 1996. g., a već u veljači počele su pripreme s Carinskom upravom u svezi otvaranja carinskih ispostava (Kraljević, 2009). Pri uvozu roba na području Podunavlja UNTAES je izdavao dozvole za tekstil, meso, žito i naftne derivate (Korman, 1997a).

Sporazumom o normalizaciji odnosa između Hrvatske i Srbije određeno je sklapanje međusobnih ugovora iz područja gospodarstva, normalizacija cestovnog, željezničkog, zračnog i riječnog prometa te prekogranični ulaz i izlaz vozila i putnika (Odluka o proglašenju Zakona o potvrđivanju Sporazuma o normalizaciji odnosa između Republike Hrvatske i Savezne Republike Jugoslavije NN 10/96), a u tehničko-stručnim sastancima za otvaranje prometnica i graničnih prijelaza sudjelovali su predstavnici Carinske uprave (Bobetko, D., et al. 2016, str. 46, 48).

Carinska ispostava Bajakovo bila je prva ispostava između RH i SRJ-a, a otvorena je 7. svibnja 1996. g. (Knezić, 1996). Daljnji poticaj reintegraciji istočnih dijelova teritorija RH u carinski sustav bio je početak rada Carinske ispostave Kneževo na granici između Hrvatske i Mađarske 4. listopada 1996. g. u području pod upravom UNTAES-a (B i O, 1996).

Prijelazna carinska i imigracijska služba (*Transitional Customs and Immigration Service – TCIS*) u čijem je sklopu bila Prijelazna carinska služba (*Transitional Customs Service – TCS*)²⁶⁸ osnovana je sukladno Memorandumu potpisanom u Vukovaru 30. studenog 1996. g. Potpisnici su bili ravnatelj Carinske uprave Josip Knezić, u ime Vlade RH, i upravitelj Jacques Kleina, u ime Prijelazne uprave (Čilić, 1996). Alastair Livingston bio je postavljen za direktora Prijelazne carinske službe, a istovremeno je bio i voditelj graničnih promatrača UNTAES-a (Butigan, 1997). Od 3. prosinca 1996. g. započeo je u Erdutu rad Prijelazne carine čime je označen početak vraćanja Podunavlja u carinski sustav RH (Čilić, 1996).

268 Arhivsko gradivo i fotografije za vrijeme rada Prijelazne carinske službe ustupio Siniša Milaković koji je bio predstavnik Carinarnice Osijek u procesu reintegracije Podunavlja.

Carinska reintegracija Podunavlja završena je 14. srpnja 1997. g., šest mjeseci prije pune reintegracije, kada su carinici podignuli hrvatski barjak na Carinskoj ispostavi Ilok na međunarodno priznatoj granici između RH i SRJ-a. Početak rada ispostava Carinske uprave RH u Podunavlju označio je prestanak rada Prijelazne carinske službe (Knezić, 1997). Isti dan kad i na carinskim ispostavama prema SRJ-u i na carinskoj ispostavi prema Mađarskoj, 14. srpnja 1997. g. postavljena je oznaka Carinske ispostave Kneževo (Kovačević, 1997).

Na temelju svojih ustavnih ovlasti predsjednik Tuđman donio je Odluku o ustanovljenju spomen medalje osobama koje su doprinijele vraćanju UNTAES područja pod državni i teritorijalni suverenitet RH (Odluka o ustanovljenju posebne spomen medalje u prigodi posvemašnjeg vraćanja pod državni suverenitet, odnosno u ustavnopravni poredak Republike Hrvatske područja Hrvatskog Podunavlja koje je bilo pod privremenom upravom UNTAES-a NN 5/98). General Klein dobio je predsjedničku Povelju zahvalnosti, između ostalog, i za doprinos uspostavi hrvatskog carinskog sustava i ustrojavanje graničnih prijelaza na hrvatsko-srpskoj granici (Odluka o dodjeli Povelje zahvalnosti NN 7/98). Predsjednik je Tuđman voditelja graničnih promatrača UNTAES-a Alastaira Livingstona, koji je bio i direktor Prijelazne carinske službe (Butigan, 1997), odlikovao Redom hrvatskog pletera i Spomen medaljom Vukovar za doprinos u reintegraciji Podunavlja (Odluka o odlikovanju Alastaira Jamesa Butcharta Livingstona, šefa misije OSCE za Baranju Redom hrvatskog pletera i Spomen medaljom Vukovar NN 42/99). Zbog uloge carinske službe također su odlikovani i ravnatelj Carinske uprave Josip Knezić, pročelnik Carinarnice Osijek Zdravko Milić te carinski službenici Vlado Jager i Mane Vujnović (Odluka o odlikovanju Spomen medaljom Vukovar državnih i crkvenih dostojnika, službenika Vlade Republike Hrvatske, ministarstava, županijskih, gradskih i općinskih vlasti, djelatnika medija, povratnika NN 42/99). Direktor Prijelazne carine Livingston istaknuo je visoku profesionalnost carinskih službenika iz carinarnica Osijek, Split i Dubrovnik koji su bili privremeno raspoređeni na carinske ispostave Prijelazne carinske službe u Podunavlju (Korman, 1997b). Rad carine naglasio je i glavni tajnik Ujedinjenih nacija Butros Butros-Ghali u Vijecu sigurnosti u listopadu 1997. g. („Report of the Secretary-General of 2 October 1997“, 1997), a u izvješću je posebno naglašena učinkovita provedba carinskih poslova (Nobilo, 2000, str. 515).

Kao što su vojne i policijske snage bile temeljna snaga prigodom oslobađanja privremeno okupiranih područja u vojno-redarstvenim operacijama Bljesak i Oluja, tako je hrvatska carina bila predvodnik i pokazatelj stupnja reintegracije hrvatskog Podunavlja u ustavno-pravni i fiskalni sustav RH. Predsjednik Tuđman i Vlada RH 1996. g. donijeli su odluku o upućivanju carinskih službenika iz carinarnica Osijek, Dubrovnik i Split na istočnu granicu. Dolazak

hrvatskih carinika u tada još uvijek okupirano područje, na carinske ispostave Bajakovo, Kneževo, Batina, Erdut, Ilok i Tovarnik, postao je jedan od najvažnijih događaja recentne hrvatske povijesti, u potpunosti mjerljiv s dolaskom vojno-redarstvenih snaga na hrvatsku granicu u vojno-redarstvenim operacijama Bljesak i Oluja.

7. OTVARANJE CARINSKE ISPOSTAVE HRVATSKA KOSTAJNICA I USPOSTAVA POTPUNOG NADZORA NA DRŽAVNOJ GRANICI 2002.

Zbog vojno-sigurnosnog aspekta 6. kolovoza 1995. g. hrvatske postrojbe nisu prešle Unu i stale na kanal Unčica, udaljen 200 m od desne obale Une, gdje je državna granica između RH i BIH, nego su ostale na lijevoj strani Une (V. K., 1995). Nakon VRO-a Oluja policijski punkt bio je postavljen na početku mosta u Hrvatskoj Kostajnici, a policija Republike Srpske odmah s druge strane tog mosta. Time je 30 hektara hrvatskog državnog teritorija, na kojem se nalazi Stari grad koji je simbol Hrvatske Kostajnice, ostalo pod nadzorom Republike Srpske. Iz istog razloga nije bila moguća provedba Ugovora o državnoj granici između RH i BIH iz 1999. g., a također je onemogućena izgradnja zajedničkog graničnog prijelaza (Cvrtila, 2002).

Ugovor između BIH i RH o zoni zajedničke lokacije na graničnom prijelazu Bosanska/Srpska Kostajnica – Hrvatska Kostajnica potpisan je u Sarajevu 17. lipnja 2002. g. (Odluka o ratifikaciji Aneksa Ugovora između Bosne i Hercegovine i Republike Hrvatske o zajedničkim lokacijama na graničnim prijelazima, o zoni zajedničke lokacije na Graničnom prijelazu Bosanska/Srpska Kostajnica – Hrvatska Kostajnica SG BIH MU 9/05). Aneksom se sporazumno utvrdila zona zajedničke lokacije i istaknuta je zona na teritoriju RH („Aneks Ugovora između BIH i R. Hrvatske o zajedničkim lokacijama na graničnim prijelazima o zoni zajedničke lokacije na Graničnom prijelazu Bosanska/Srpska Kostajnica – Hrvatska Kostajnica“, bez dat.). Odlučeno je da će Hrvatska Kostajnica – Bosanska/Srpska Kostajnica s danom otvaranja funkcionirati kao međunarodni granični prijelaz za putnički promet (Zakon o potvrđivanju Ugovora o određivanju graničnih prijelaza između Republike Hrvatske i Bosne i Hercegovine i Aneksa Ugovora o određivanju graničnih prijelaza između Republike Hrvatske i Bosne i Hercegovine NN MU 15/02).

Odlukom Jacquesa Paula Kleina zamijenjena je policija Republike Srpske s pripadnicima Državne granične službe BIH koja se potom povukla s teritorija RH na desnoj obali Une („Informacija o aktivnostima poduzetim za otvaranje graničnog prijelaza Hrvatska Kostajnica – Bosanska/Srpska Kostajnica“,

2002). Sačuvano arhivsko gradivo omogućava uvid u carinske aktivnosti od 26. kolovoza 2002. g. kad je službeno otvoren granični prijelaz te je počela s radom carinska ispostava.²⁶⁹ Svečanom otvaranju u ime Carinske uprave bili su nazočni pročelnik Carinarnice Zagreb Željko Bolt i predstojnik carinske ispostave Darko Pahljina.²⁷⁰ Prigodom otvaranja graničnog prijelaza Jacques Paul Klein izjavio je da je proces otvaranja carinskih ispostava na granici između RH i BIH završen otvaranjem prijelaza u Kostajnici (Pavelić, 2002b).

Dolazak predstavnika Ministarstva financija označio je ne samo početak priprema za otvaranje graničnog prijelaza, već i nakon jedanaest godina od proglašenja neovisnosti dolazak institucija na posljednji dio državnog teritorija bez nadzora hrvatske vlasti (Pavelić, 2002a). Otvaranje graničnog prijelaza kod Hrvatske Kostajnice 2002. g. bio je politički i diplomatski uspjeh RH na međunarodnoj razini u pripremama za ulazak u EU (Nacionalni program Republike Hrvatske za pridruživanje Europskoj uniji – 2003. godina NN 30/03), a zbog aktivnosti koje je obavila hrvatska carinska služba postala je temeljna državno-pravna sastavnica nacionalnoga suvereniteta (Demirović, 2021.).

Otvaranjem carinske ispostave na graničnom prijelazu Hrvatska Kostajnica 26. kolovoza 2002. g. označen je završetak procesa uspostave teritorijalnog suvereniteta započetog 8. listopada 1991. g. kada je istovremeno s odlukom o raskidu državno-pravnih veza sa SFRJ-om započela s radom i Carinska uprava RH. Nakon Domovinskog rata i reintegracije Podunavlja jedina carinska ispostava na hrvatskim granicama koja nije bila u funkciji bila je Hrvatska Kostajnica. Značaj dolaska carinskih službenika u Hrvatsku Kostajnicu 2002. g., osim uspostave nadzora na cijeloj carinskoj crti, bila je i konačna potvrda potpunog suvereniteta i teritorijalnog integriteta RH.

8. POSLJEDICE OKUPACIJE DIJELA TERITORIJA NA CARINSKI SUSTAV REPUBLIKE HRVATSKE

Na okupiranim područjima stvoren je paracarinski sustav. Uprava carina RSK-a ustrojstveno, terminološki i zakonodavno bila je u potpunosti presli-

269 Pomoć pri uvidu u pismohranu omogućio Davor Grgurović iz Područnog carinskog ureda Zagreb prigodom prikupljanja carinskog povijesnog gradiva po ustrojstvenim jedinicama Carinske uprave za potrebe postavljanja izložbe o carinskoj službi u Republici Hrvatskoj „Carinska uprava Republike Hrvatske 1991. – 2018.“ postavljene u Središnjem uredu Carinske uprave u Zagrebu 21. rujna 2018.

270 Arhivsko gradivo i zabilješke Darka Pahljine, predstojnika Carinske ispostave Hrvatska Kostajnica tijekom 2002.

ka Savezne uprave carina iz Beograda te pod potpunim njihovim utjecajem (HR-DAVU-ASCV, „Analize podataka Elektronskog računskog centra Savezne uprave carina o uvozu piva u periodu od 1. januara do 24. maja 1994. godine“). Savezna uprava carina iz Beograda također je pomagala i u nadzoru i organizaciji tranzita roba iz jednog dijela u drugi dio RSK-a preko carinskog teritorija SRJ-a (Holjevac Tuković i Ružić, 2013, str. 127, 128).

Korištenje carinskih propisa objavljenih u službenim novinama u Srbiji na carinskim ispostavama RSK-a (Odluka o plaćanju posebne na uvezenu robu u 1994. godinu SL SFRJ 87/94), suradnja s carinskim ispostavama Republike Srbije i SRJ-a te carinska arhiva, kao što su evidencije (HR-CU, „Djelovodni protokol“) i dopisi kojima se koordinirao rad (HR-CU, „Potvrda Carinske ispostave Knin o carinjenju robe upućene od Carinske ispostave Rača“), potvrđuju da je politika Slobodana Miloševića stvorila zatvoreni sustav, unutar kojeg je i carinski, po kojem je RSK funkcionirala kao integralni dio Srbije.

Na prometnicama prema slobodnom dijelu Hrvatske, kao i na prometnicama na međunarodnim priznatim hrvatskim granicama, postavljene su granične table s grbom i natpisom RSK-a (Barić, 2008). U mjestima Žitnić, Hrvaće, Rovanjaska, Musapstan, Kakma, Plaški, Medak, Petrinja, Tušilović, Dragalić, Grabovac, Mirkovci, Tenja, Ernestinovo i Bilje ustrojene su carinske ispostave Uprave carina RSK-a, s ciljem odvajanja okupiranih dijelova RH od slobodnog teritorija (Grgurica, 2015). Oslobođenjem Rovanjске, Musapstana i aerodroma u Zemuniku gdje su bile carinske ispostave Uprave carina RSK-a za vrijeme VRO-a Maslenica označen je početak kraja i urušavanje paracarinskog sustava RSK-a. Operacijom Bljesak oslobođeni su Stara Gradiška (Hudolin, 1995) i Jasenovac („Bljesak – vojno-redarstvena operacija RH“, bez dat.), a tijekom operacije Ljeto 95 oslobođena je Strmica (Radoš i Križe, 2015, str. 344), gdje su bile postavljene carinske ispostave RSK-a.

Do posljednjih trenutaka RSK-a funkcionirao je njezin carinski sustav. Carinski prijelazi i razmjena roba sa SRJ-om i RS-om bile su teme posljednjeg zasjedanja Vlade 29. srpnja 1995. g. (Radoš i Križe, 2015, str. 315, 319), a dopisom Uprave carina od 3. kolovoza 1995. g. carinarnicama je naložena provedba unutarnje revizije s rokom za podnošenje izvješća do 15. kolovoza 1995. g. (HR-DAVU-ASCV, „Zaduženja kontrolno revizionim organima carinarnica“). Kraj paracarinskog sustava završio je dan poslije započetom vojno-redarstvenom operacijom Oluja kada su oslobođena mjesta Hrvatska Dubica, Hrvatska Kostajnica, Ličko Petrovo Selo, Dvor na Uni, Užljebić, Volinja, Jasenovac, Maljevac, Donji Vaganac i Lička Kaldrma na kojima će se poslije oslobođenja izgraditi granični prijelazi te uspostaviti hrvatske carinske ispostave.

Zbog činjenice da nije imala potpuni fiskalni suverenitet Hrvatska je ostala bez značajnog dijela prihoda (Brekalo, Penava Brekalo i Lukić, 2017.). Statistički

podatci ukazuju kako je izvoz roba u kolovozu 1991. g. bio 22 %, a uvoz 53 % manji u odnosu na godinu prije (Degoricija, 2008, str. 134, 135). Uz činjenice da su prihodi carinarnica tijekom jedne ratne godine bili na razini mjesečnih nakon rata (Car, 1993), bilo je očito da je Hrvatska 1991. g. obranila ne samo teritorijalni nego i gospodarski suverenitet (N, 1991).

Potrebno je napomenuti kako su ratne štete u carinskom sustavu iz smjera BIH prouzročene s prostora Republike Srpske. Također se i s područja pod nadzorom Armije BIH i AP Zapadne Bosne (Praljak, 2007, str. 13). odvijala nezakonita trgovina s RSK-om preko međunarodno priznatih granica RH (Žunec, 2007, str. 483). Arhivsko gradivo potvrđuje činjenice da su doneseni normativni akti i određeni granični prijelazi za prijevoz robe preko okupiranih hrvatskih granica zbog trgovine između Srba i Bošnjaka (HR-DAŠI, „Uredba o trgovini s Cazinskom krajinom“) koja je donosila velike zarade (Pandža Orkan, 2014, str. 198)., a koju su dijelili predstavnici paracivilnih i paravojnih formacija (Anastasijević, bez dat).

Nakon vojno-redarstvenih operacija Bljesak i Oluja preostalo okupirano područje Slavonije (HR-DAVU-ASCV, „Dostava dokumentacije Carinarnice Vukovar i Carinske ispostave Vukovar Odelenju za suzbijanje krijumčarenja i kontrolu Savezne uprave carina u Beogradu“), koje je činilo oko 80 % društvenog proizvoda RSK-a (Gulić, 2017), i dalje je ostalo pogodno za nezakonitu prekograničnu trgovinu (HR-DAVU-ASCV, „Naredba za pokretanje prekršajnog postupka zbog osnovane sumnje da su počinili carinski prekršaj“). U razdoblju između Daytonskog i Erdutskog sporazuma na području istočne Slavonije posjećeno je više tisuća kubnih metara hrastovine koja je odvezena u Srbiju (Švarn i Dulović, bez dat), pa su vojnici UNTAES-a aktivno sudjelovali u sprječavanju nelegalnog izvoza drva („Economic reconstruction“, 1997), a zabilježen je i nezakonit izvoz ljetine (Koščec, 1997). Dolazak hrvatske carine u sklopu mirne reintegracije Podunavlja označio je konačan prekid svih oblika nelegalne trgovine sa Srbijom (Bobetko, D., et al. 2016, str. 6).

Okupacija četvrtine teritorija Hrvatske prouzročila je povećanje uvoza roba zbog toga što je značajan dio vlastitih proizvodnih mogućnosti ostao izvan slobodnog područja. Obavljanjem uvoza roba bez kontrole na području RSK-a, onemogućeno je ostvarivanje izvoza s cjelokupnog državnog teritorija Hrvatske.

Prema izvješću Vlade RH srpska agresija i okupacija dijela teritorija prouzročila je štete od 37.119.679.000,00 USD (Vlada Republike Hrvatske, Državna komisija za popis i procjenu ratne štete, 1999). Naknadne analize Slobodana Praljka za potrebe postupka pred Haškim sudom ukazuju da su ratne štete mnogostruko veće (Hebrang, 2018) te iznose oko 142 milijardi dolara (Nazor, 2018).

Koliki su od tog iznosa razmjeri štete Hrvatskoj napravljeni u carinskom sustavu moguće je rekonstruirati na temelju arhivskog gradiva Uprave carina RSK-a koje se čuva u hrvatskim arhivima. Uspoređujući podatke u evidencijama uvoznih carinskih deklaracija u Vukovaru (HR-CU, „Kontrolnik uvoznih carinskih deklaracija Carinske ispostave Vukovar, Republika Srpska Krajina, Uprava carina, Carinska ispostava Vukovar, 1992. – 1996.“), ulazu robe u RSK u Dvoru na Uni (HR-DASK-SACPE-607, „Ulaz robe u RSK, Carinska ispostava Dvor na Uni, od 3. 2. 1995. do 2. 6. 1995. godine“) i ulazu robe na graničnom prijelazu Kostajnica (HR-DASK-SACPE-607, „Knjiga ulaza na GP Kostajnica, Carinska ispostava Kostajnica, od 2. 1. 1995. do 2. 6. 1995. godine“) te prihodima u Carinskoj ispostavi Knin (HR-CU, „Djelovodni protokol, Carinarnica Knin, Uprava carina RSK, 8. 1. 1992. – 2. 8. 1995.“) može se procijeniti kako je vrijednost robe pri uvozu na mjesečnoj razini 13.744.914,28 DEM, a ukupno za vrijeme Domovinskog rata i reintegracije Podunavlja do dolaska hrvatske carine na istočnu granicu iznosi 759.835.872,00 DEM. Ovdje je potrebno naglasiti kako je navedena procjena obavljena bez podataka iz carinske arhive koja je nastala radom Uprave carina RSK-s, a koju je Carinska uprava RH pronašla 2018. g.²⁷¹ te predala Hrvatskom memorijalno-dokumentacijskom centru Domovinskog rata 2020. g., a što će omogućiti još precizniju procjenu ukupnih šteta u carinskom sustavu kao dio ukupnih šteta prouzročenih agresijom na Hrvatsku (HR-CU, „Zapisnik o primopredaji carinske arhivske građe nastale tijekom Domovinskog rata Hrvatskom memorijalno-dokumentacijskom centru Domovinskog rata“).

Paracarinski sustav uspostavljen na okupiranom području Hrvatske, uz podršku iz Beograda, bio je jedan od instrumenata za agresiju i pokušaj odcjepljivanja dijelova teritorija. Temeljna uloga bila je dostava vojne pomoći i pljačka okupiranih područja te nezakonit izvoz u SRJ i dijelove BIH. Sačuvano arhivsko gradivo Uprave carina RSK-a dodatno potvrđuje da je na Hrvatsku, osim vojne, izvršena i fiskalna, pravna, ekonomska, financijska i monetarna agresija, a carinski dokumenti, uz ostale dokumente civilne i vojne provenijencije, ukazuju na ciljeve, smjernice i metodologiju agresije kojom je bila izložena RH.

271 Inicijativa prikupljanja carinske povijesne građe - dopis KLASA: 080-01/18-01/9, URBROJ: 513-02-1821/1-18-21 koji je tadašnji pomoćnik ministra financija i ravnatelj Carinske uprave mr.sc. Hrvoje Čović 3. kolovoza 2018. uputio svim ustrojstvenim jedinicama Carinske uprave za prikupljanje carinskog gradiva (fotografije, snimke, službena pismena, upute, pečate, odore, deklaracije, kontrolnike i slično) u originalu ili kopiji relevantnog za dosadašnji rad Carinske uprave Republike Hrvatske u cilju čuvanja vrijednog gradiva koji su obilježili rad carinske službe.

9. ZAKLJUČAK

Uloga i značaj carinskog sustava te stvaranje neovisne hrvatske carinske službe bili su proces koji je omogućio i olakšao pripreme za proglašenje neovisnosti, odluku o razdruživanju i fiskalnu stabilnost tijekom Domovinskog rata. Složenost, specifičnost i dinamika carinskog sustava u tom procesu vidljiva je upravo na području kontinentalne Hrvatske zbog toga što su se uspješno preuzele carinske ispostave na granici s Mađarskom te otvorile nove na granici prema Sloveniji i BIH. Dodatni je pokazatelj važnosti Carinske uprave činjenica da je hrvatski carinski sustav uspostavljen prigodom reintegracije Podunavlja u razdoblju od 3. prosinca 1996. g. do 14. srpnja 1997. g., dakle šest mjeseci prije pune reintegracije. Konačna potvrda suverenosti nadzora nad cijelim teritorijem bila je otvaranje carinske ispostave graničnog prijelaza kod Hrvatske Kostajnice 26. kolovoza 2002. g. čime je nakon jedanaest godina od proglašenja neovisnosti uspostavljen nadzor nad cijelom graničnom crtom RH što je Carinsku upravu pozicioniralo kao temeljni institut nacionalnog suvereniteta.

LITERATURA

1. Anastasijević, D., (bez dat). Kratka istorija paravojnih jedinica u jugoslovenskim ratovima 1991-1995 - Grabljive zveri i otrovne bube. Preuzeto 8.7.2016. s http://www.yuhistorija.com/serbian/ratovi_91_99_txt01c9.html
2. Aneks Ugovora između BIH i R. Hrvatske o zajedničkim lokacijama na graničnim prijelazima o zoni zajedničke lokacije na Graničnom Prijelazu Bosanska/Srpska Kostajnica - Hrvatska Kostajnica (bez dat.). Preuzeto 7.2.2022. s http://www.mvp.gov.ba/vanjska_politika_bih/bilateralni_odnosi/medunarodni_ugovori/prema_drzavama/Default.aspx?template_id=16&s1=1132&id=7695
3. Barić, N. (2008). Djelovanje Vlade Srpske autonomne oblasti Krajine tijekom 1991. *Časopis za suvremenu povijest*, 40 (1), 65-84.
4. Barišin, M. (1994). Baranja poput geta. U B. Pek (ur.), *Na putu povratka* (str. 63-64). Osijek: Zajednica povratnika Hrvatske, Journal
5. Basarić, Z. (1997). Odrednice djelovanja – učinkovito i brzo. *Carinski vjesnik*, 6 (7), 7-12.
6. Birek, T. (1992). Organizacija i područje djelovanja carinske službe Republike Hrvatske. *Carinski vjesnik*, 1 (1), 3-20.
7. Bljesak – vojno-redarstvena operacija RH (bez dat.). Preuzeto 31.5.2016. s <http://hcz-zu.hr/bljesak-vojno-redarstvena-operacija-rh-01-05-1995/>

8. Bobetko, D., Grgić, T., Ivakić, Z., Ivančić, G., Ramadan, W., Vrkić, I., i Zelić, M. (2016). 20 godina mirne reintegracije naftnih polja „ĐIP“. Zagreb: Udruga branitelja Domovinskog rata INA-Naftaplina KVIN.
9. Bognar, K., (09.02.1996). Gospodarstvo ne poznaje granice, a ni nacionalnost. *Posavska Hrvatska*, str. 4.
10. Bošnjak, I., Olvitz, D., (07.10.1996). Od skele kod Belišća do graničnog prijelaza Kneževo-Udvar. *Glas Slavonije*, str. 8.
11. Brekalo, M., Penava Brekalo, Z., i Lukić A. (2017). Izvori financiranja oružane pobune Miloševićeva režima tijekom Domovinskog rata. U M. Brekalo (ur.), *Domovinski rat, njegove gospodarske, demografske i socijalne posljedice i perspektive na području hrvatskog istoka* (str. 423-446). Osijek: , Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Područni centar Osijek; Odjel za kulturologiju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera; Filozofski fakultet Sveučilišta u Mostaru; Ogranak Matice hrvatske Osijek
12. Butigan, S., (15.07.1997). Na graničnim prijelazima prema SRJ postavljena hrvatska nacionalna obilježja. *Glas Slavonije*, str. 4.
13. Car, V., (16.10.1993). Dan carinske službe. *Dubrovački vjesnik*, str. 5.
14. Carinska ispostava Vinkovci. (1995, veljača 24). *Vinkovački list*, str. 3.
15. Cvrtila, M., (25.07.2002). Čim politika odluči, stat ćemo na svoje, *Slobodna Dalmacija*. str. 8-9.
16. Čelik, P. (2013). Stražarji državne meje v Sloveniji (1918 – 2013). Ljubljana: Modrijan založba.
17. Čilić, D. (1996). Prijelazna carinska služba. *Carinski vjesnik*, 5 (10), 3-6.
18. Degoricija, S. (2008). Nije bilo uzalud. Zagreb: ITG d.o.o. za izdavačku, grafičku i tiskarsku djelatnost.
19. Demirović, M. (2021). Uvodna riječ. U P. Turudija (ur.), *30 godina carinske službe* (str. 5-6). Zagreb: Institut za javne financije
20. Economic reconstruction (1997). Preuzeto 20.10.2019. s https://peacekeeping.un.org/en/mission/past/untaes_b.htm
21. Grgas, G., Jambrović, M., (14.10.1991). Granični prijelaz Bregana. *Vjesnik*, str. 4.
22. Grgurica, N. (2015). Uspostava cjelovitosti carinskog sustava tijekom Domovinskog rata. *Carinski vjesnik*, 24 (9), 5-12.
23. Grgurica, N. (2018). Carinski sustav za vrijeme Domovinskog rata i poslijeratna obnova carinskih ispostava na rijeci Savi. U M. Akmadža (ur.), *Slavonski Brod i Brodsko-posavska županija u Domovinskom ratu* (str. 589-621). Slavonski Brod: Hrvatski institut za povijest – Podružnica za povijest Slavonije, Srijema i Baranje

24. Grizelj, O. I., (18.07.1991). Nakon sedmomjesečne primjene hrvatskih kontramjera. *Slobodna Dalmacija*, str. 13.
25. Gulić, M. (2017). Poslednji dani Krajine – Republika Srpska Krajina između Bljeska i Oluje. *Vojno delo*, 69 (2), 436-466.
26. Hajdú, Z. (bez dat.). A horvát határ. Preuzeto 20.10.2019. s <http://beszelo.c3.hu/cikkek/a-horvat-hatar>
27. Hebrang, A. (2018). Ratne štete treba iznova izračunati pa ih naplatiti. Preuzeto 30.11.2018. s <https://www.vecernji.hr/vijesti/ratna-odsteta-andrija-hebrang-slobodan-praljakk-1217408>
28. Holjevac Tuković, A., i Ružić, S. (2013). (ur.), Dokumenti institucija pobunjenih Srba u Republici Hrvatskoj (srpanj – prosinac 1994.), knjiga 14. Zagreb, Slavonski Brod: Hrvatski memorijalno-dokumentacijski centar Domovinskog rata; Hrvatski institut za povijest, Podružnica za povijest Slavonije, Srijema i Baranje
29. HR-DASK-SACPE-607, „Knjiga ulaza na GP Kostajnica, Carinska ispostava Kostajnica, od 02.01.1995. do 02.06.1995. godine“, Uprava carina Republike Srpske Krajine, Carinarnica Dvor, Carinska ispostava Petrinja
30. HR-DASK-SACPE-607, „Ulaz robe u RSK, Carinska ispostava Dvor na Uni, od 03.02.1995. do 02.06.1995. godine“, Uprava carina Republike Srpske Krajine, Carinarnica Dvor, Carinska ispostava Petrinja
31. HR-DAŠI, „Uredba o trgovini sa Cazinskom krajinom“, Republika Srpska Krajina, Vlada, Knin, Republika Srpska Krajina, Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, Kut. br. 4/I.
32. HR-DAVU-ASCV, „Zaduženja kontrolno revizionim organima carinarnica“, Republika Srpska Krajina, Uprava carina, Dvor na Uni, Broj: 02/1-1347, 03.08.1995. godine, HR-DAVU-VK-427; Carinska uprava Osijek – Carinske ispostave: Vukovar, Tovarnik, Ilok 1993 – 1998.
33. HR-DAVU-ASCV, „Analize podataka Elektronskog računskog centra Savezne uprave carina o uvozu piva u periodu od 1. Januara do 24. Maja 1994. godine“, Uprava carina Dvor na Uni, Broj: 02/1-399, Dvor na Uni, 05.07.1994., HR-DAVU-VK-427; Carinska uprava Osijek – Carinske ispostave: Vukovar, Tovarnik, Ilok 1993 – 1998.
34. HR-DAVU-ASCV, „Naredba za pokretanje prekršajnog postupka zbog osnovane sumnje da su počinili carinski prekršaj“, Republika Srpska Krajina, Uprava carina, Carinarnica Vukovar, 02/10 Broj: P-26/95, 15. 09. 1995. godine, HR-DAVU-VK-427; Carinska uprava Osijek – Carinske ispostave: Vukovar, Tovarnik, Ilok 1993 – 1998.
35. HR-DAVU-ASCV, „Dostava dokumentacije Carinarnice Vukovar i Carinske ispostave Vukovar Odelenju za suzbijanje krijumčarenja i kontrolu

- Savezne uprave carina u Beogradu“, Republika Srpska Krajina, Sremsko Baranjska Oblast, Uprava carina, Carinarnica Vukovar, Broj: 2411/1-95, 15.12.1995. godine, HR-DAVU-VK-427; Carinska uprava Osijek – Carinske ispostave: Vukovar, Tovarnik, Ilok 1993 – 1998.
36. HR-CU, „Izveštaj o radu carinske službe za 1990. godinu“, Savezna uprava Carina, Beograd,
 37. februar 1991. godine
 38. HR-CU, „Zapisnik sa sjednice kolegija upravitelja RJ Dubrovnik“, Savezna uprava Carina,
 39. Carinarnica Dubrovnik, broj: 1770/1, Dubrovnik, 9. srpnja 1991. g.
 40. HR-CU, „Djelovodni protokol“, Carinarnica Knin Uprava carina RSK, 08.01.1992. – 02.08.1995
 41. HR-CU, „Potvrda Carinske ispostave Knin o carinjenju robe upućene od Carinske ispostave Rača“, Republika Srpska Krajina, Uprava carina, Carinarnica Knin, Broj 158/93, Knin, 28. 09. 1993.
 42. HR-CU, „Djelovodni protokol, Carinarnica Knin, Uprava carina RSK, 8. 1.1992. – 2. 8. 1995.“, Carinska uprava, Područni carinski ured Split, Carinski ured Šibenik.
 43. HR-CU, „Kontrolnik uvoznih carinskih deklaracija Carinske ispostave Vukovar, Republika Srpska Krajina, Uprava carina, Carinska ispostava Vukovar, 1992 – 1996.“, Carinska uprava, Područni carinski ured Osijek, Carinski ured Vukovar
 44. HR-CU, „Zapisnik o primopredaji carinske arhivske građe nastale tijekom Domovinskog rata Hrvatskom memorijalno-dokumentacijskom centru Domovinskog rata“, Carinska uprava, Zagreb 14. rujna 2020.
 45. Hudolin, V., (16.10.1993). Hrvatski stijeg na savskom mostu. *Glas Slavonije*, str. 5.
 46. Informacija o aktivnostima poduzetim za otvaranje graničnog prijelaza Hrvatska Kostajnica-Bosanska/Srpska Kostajnica (2002). Preuzeto 10.3.2019. s <https://vlada.gov.hr/UserDocsImages//2016/Sjednice/Arhiva/1.%20-%206.pdf>
 47. Ispravak Zakona o carinskoj službi Republike Hrvatske NN 57/91
 48. J. P., (11.10.1992). Na granici. *Večernji list*, str. 4.
 49. Jelčić, B., i Bejaković, P. (2012) Razvoj i perspektive oporezivanja u Hrvatskoj. Zagreb: Hrvatska akademija znanosti i umjetnost.
 50. Jokić, T. (1993). Opterećenje roba koje se iz Republike Hrvatske uvoze u Republiku Sloveniju. *Carinski vjesnik*, 2 (4), 38-39.

51. Jokić, T., Kovaček, A., i Tomašević, Z. (1998). Liberalizacija trgovine. *Carinski vjesnik*, 7 (1), 3-6.
52. Jokić, T. (2006). Sjećanje na uspostavu samostalne carinske službe Republike Hrvatske. *Carinski vjesnik*, 20 (9), 19-24.
53. Kevo, M. (2018). Proces mirne reintegracije. Ilok: Muzej grada Iloka.
54. Knezić, J. (1996). Hrvatski stijeg na Bajakovu. *Carinski vjesnik*, 5 (3-4), 3-6.
55. Knezić, J. (1997). Hrvatski stijeg na granici sa SRJ. *Carinski vjesnik*, 6 (7), 3-7.
56. Korman, I., (27.01.1997a). Ravnatelj Carinske uprave RH mr. Josip Knezić, u povodu Međunarodnog dana Carine posjetio granične prijelaze u Batini i Kneževu. *Glas Slavonije*, str. 2.)
57. Korman, I. (1997b). Profesionalno dovršiti mirovni proces. *Carinski vjesnik*, 6 (1), 5-8.
58. Korman, I. (1997c). Carinska ispostava Donji Miholjac: vlasnik nekoliko rekorda. *Carinski vjesnik*, 6 (8), 3-7.
59. Koščec, A., (25.06.1997). Spriječiti odvoz i krađu pšenice. *Glas Slavonije*, str. 47.
60. Kovačević, Lj., (17.07.1997). Na graničnom prijelazu Kneževo – Udvar postavljena hrvatska državna obilježja. *Glas Slavonije*, str. 14.
61. Kovačić, F. (2006). Kako smo vzpostavili južno mejo. *Carina.si – Glasilo Carinske uprave Republike Slovenije*, 5 (8), 2-4.
62. Kraljević, J. (2009). Grad Ilok 1997. – 2001. *Iločki zbornik*, 1 (1), 59-117.
63. M. F., D., (11.10.1991). Od danas na granici sa Slovenijom start hrvatskih postaja”, *Novi list*, str. 1.
64. Maganjić, Ž., (09.10.1992). Međudržavna kontrola na Kamenskom. *Slobodna Dalmacija*, str. 21.
65. Malogorski, T. (1997). Pogled u budućnost. *Carinski vjesnik*, 6 (5-6), 3-8.
66. Maras Kraljević, J., i Sekula Gibač, J. (2014). (ur.), Dokumenti institucija pobunjenih Srba u Republici Hrvatskoj (siječanj – travanj 1995.), knjiga 16. Zagreb, Slavonski Brod: Hrvatski memorijalno-dokumentacijski centar Domovinskog rata; Hrvatski institut za povijest, Podružnica za povijest Slavonije, Srijema i Baranje
67. N, V., (02.06.1991). Gospodarski rat nametnut Hrvatskoj. *Slobodna Dalmacija*, str. 32.
68. Nacionalni program Republike Hrvatske za pridruživanje Europskoj uniji - 2003. godina NN 30/03

69. Nazor, A. (2018). Stanovništvo i površina okupiranih dijelova RH te ratna šteta u Domovinskom ratu. *Hrvatski vojnik*, 28 (560), 46-47.
70. Nikolić, J., (09.09.1996). Iako su »IFORCI« tvrdili kako će promet mostom Gunja-Brčko biti dopušten samo njihovim vozilima, odnedavna most je otvoren za civilni promet. *Glas Slavonije*, str. 12.
71. Nobilo, M. (2000). Hrvatski feniks: diplomatski procesi iza zatvorenih vrata 1990.-1997. Zagreb: Nakladni zavod Globus.
72. Odločba o prenehanju dela carinske izpostave Umag Carinarnice Koper UL RS 21/92
73. Odluka o plaćanju posebne na uvezenu robu u 1994. godinu SL SFRJ 87/94
74. Odluka o osnivanju Carinarnice Bosanska Posavina NL HRHB 21/94
75. Odluka o proglašenju Zakona o potvrđivanju Sporazuma o normalizaciji odnosa između Republike Hrvatske i Savezne Republike Jugoslavije NN 10/96
76. Odluka o objavi Ugovora o slobodnoj trgovini između Republike Hrvatske i Republike Slovenije NN MU 22/97
77. Odluka o ustanovljenju posebne spomen medalje u prigodi posvemašnjeg vraćanja pod državni suverenitet, odnosno u ustavnopravni poredak Republike Hrvatske područja Hrvatskog Podunavlja koje je bilo pod privremenom upravom UNTAES-a NN 5/98
78. Odluka o dodjeli Povelje zahvalnosti NN 7/98
79. Odluka o odlikovanju Spomen medaljom Vukovar državnih i crkvenih dostojnika, službenika Vlade Republike Hrvatske, ministarstava, županijskih, gradskih i općinskih vlasti, djelatnika medija, povratnika NN 42/99
80. Odluka o odlikovanju Alastaira Jamesa Butcharta Livingstona, šefa misije OSCE za Baranju Redom hrvatskog pletera i Spomen medaljom Vukovar NN 44/99
81. Odluka o ratifikaciji Aneksa Ugovora između Bosne i Hercegovine i Republike Hrvatske o zajedničkim lokacijama na graničnim prijelazima, o zoni zajedničke lokacije na Graničnom Prijelazu Bosanska-Srpska Kostajnica-Hrvatska Kostajnica SG BIH MU 9/05
82. P., V., (02.10.1992). Tri nova granična prijelaza. *Večernji list*, str. 4.
83. Pandža Orkan, I. (1994). Krajina kroz dokumente. Sisak: Agencija za istraživanje i dokumentaciju ratnih sukoba
84. Pavelić, N., (30.07.2002a). Počinje izgradnja graničnog prijelaza kod Kostajnice. *Slobodna Dalmacija*, str. 5.

85. Pavelić, N., (27.08.2002b). Nakon 12 godina ponovno se prelazi preko rijeke Une. *Slobodna Dalmacija*, str. 3.
86. Pavlović, Pero., (12.06.1993). Granice. *Dubrovački vjesnik*, str. 5.
87. Petak, T. (2012). Ekonomski federalizam u socijalističkoj Jugoslaviji. *Politička misao*, 49 (4), 212-227.
88. Peter, B., (10.10.1991). Raport s nekoliko graničnih prijelaza sa Slovenijom. *Novi list*, str. 13.
89. Petrović, I. (1996). Slavonija, Baranja i Zapadni Srijem – od Vijeća do Republike. Novi Sad: Cvetnik.
90. Piplović, I. (2006). Živjeti u Slavonskom Brodu 1990. – 1993. Zagreb: Posavska Hrvatska, Radio Brod, Publicum, Brodska kulturna baština.
91. Pless, D., (06.10.1995). Carina Brodsko-posavske županije tek čeka svoje mjesto u gospodarstvu. *Posavska Hrvatska*, str. 3.
92. Počinje voziti skela Migalovci – Sijekovac. (1999, Studeni 12). *Posavska Hrvatska*. str. 32.
93. Popović, M. (1996). Carinarnica sa mnogo naj. *Carinski vjesnik*, 5 (6), 3-6.
94. Praljak, S. (2007). Procjena ratnih šteta u Hrvatskoj nastalih djelovanjem na području ili s područja BIH: Izravni i neizravni troškovi za razdoblje 1991.-2015. Zagreb: Oktavijan.
95. Radić, J., Puž, G., Žderić, Ž., i Ivančić, G. (2007). Vrijeme rušenja i vrijeme građenja: cestovni mostovi u Domovinskom ratu – razaranje i poslijeratna obnova. Zagreb: Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, Hrvatska sveučilišna naklada, Andris.
96. Radivojević, S., (13.11.1999). Otvoren novi granični prijelaz između Republike Hrvatske i BIH. *Glas Slavonije*, str. 13.
97. Radoš, I., i Križe, Ž. (2015). (ur.), Dokumenti institucija pobunjenih Srba u Republici Hrvatskoj (svibanj – kolovoz 1995.), knjiga 18. Zagreb, Slavonski Brod: Hrvatski memorijalno-dokumentacijski centar Domovinskog rata; Hrvatski institut za povijest, Podružnica za povijest Slavonije, Srijema i Baranje
98. Radoš, I. (2018). Vojni ustroj i djelovanje pobunjenih Srba na području sjeverne Dalmacije 1991. – 1995. (Doktorska disertacija). Hrvatski studiji, Zagreb, Sveučilište u Zagrebu.
99. Ramljak, O., Šmidt, J., Marić, D. (20.06.1991). Drugi dana rada Sabora Republike Hrvatske. *Slobodna Dalmacija*, str. 5.
100. Report of the Secretary-General of 2 October 1997 (1997). Preuzeto 20.10.2019. s https://peacekeeping.un.org/en/mission/past/untaes_b.htm

101. Rudolf, D. (1999). Rat koji nismo htjeli: Hrvatska 1991. Zagreb: Nakladni zavod Globus.
102. RupiĆ, M., i Sekula, J. (2010). (ur.), Dokumenti institucija pobunjenih Srba u Republici Hrvatskoj (sijećanj – lipanj 1993.), knjiga 8. Zagreb, Slavonski Brod: Hrvatski memorijalno-dokumentacijski centar Domovinskog rata; Hrvatski institut za povijest, Podružnica za povijest Slavonije, Srijema i Baranje
103. RupiĆ, M. (2015). (ur.), Dokumenti institucija pobunjenih Srba u Republici Hrvatskoj (srpanj – prosinac 1992.), knjiga 6. Zagreb, Slavonski Brod: Hrvatski memorijalno-dokumentacijski centar Domovinskog rata; Hrvatski institut za povijest, Podružnica za povijest Slavonije, Srijema i Baranje
104. S. S., (11.10.1991). Splitska carinarnica – hrvatska. *Slobodna Dalmacija*, str. 15.
105. Singh, K. (11.08.1997). Nadgledanje granice utjeće na promet. *UNTAES bilten*, str. 1.
106. Škare-Ožbolt, V., i Vrkić, I. (2008) Olujni mir: kronologija hrvatske misije mira na Dunavu. Zagreb: Narodne novine.
107. Švarm, F., i Dulović, J., (bez dat). Dokumenti o Jedinici za specijalne operacije (2): Od Arkana do Gumara. Preuzeto 31.12.2016. s <http://www.vreme.co.rs/cms/view.php?id=336725&print=yes>
108. Uredba o potvrđivanju (ratifikaciji) Sporazuma između Vlade Republike Hrvatske i Vlade Republike Mađarske o međunarodnom prijevozu osoba i stvari cestom NN MU 2/93
109. Uredba o potvrđivanju (ratifikaciji) Sporazuma između Vlade Republike Hrvatske i Vlade Republike Mađarske o trgovinsko-gospodarskim odnosima i suradnji NN MU 8/93
110. Uredba o potvrđivanju Sporazuma o reguliranju graničnog željezničkog prometa, između Vlade Republike Hrvatske i Vlade Republike Mađarske NN MU 5/95
111. V. K., I. (1995). Sveti Mihovil - Dan policije. *Zrin*, 4 (14), 43-44.
112. Višić, M., (23.07.1999). Od danas u Staroj Gradiški granični putnički prijelaz. *Posavska Hrvatska*, str. 8.
113. Vlada Republike Hrvatske, Državna komisija za popis i procjenu ratne štete. (1999). Ratna šteta Republike Hrvatske – završno izvješće.
114. Zakon o preuzimanju saveznih zakona iz oblasti financija koji se u Republici Hrvatskoj primjenjuju kao republički zakoni NN 53/91

115. Zakon o ratifikaciji sporazuma o gospodarskem sodelovanju med Republiko Slovenijo in Republiko Hrvaško UL RS 19/92
116. Zakon o potvrđivanju Ugovora o određivanju graničnih prijelaza između Republike Hrvatske i Bosne i Hercegovine i Aneksa Ugovora o određivanju graničnih prijelaza između Republike Hrvatske i Bosne i Hercegovine NN MU 15/02
117. Zorko, V., (02.06.1995). U Novoj Gradiški carinska ispostava. *Večernji list*, str. 6.
118. Ž. Z., (02.10.1992). Pojačana kontrola na Savi. *Večernji list*, str. 6.
119. Žarković, D., Boarov, D., Rusovac, D., i Ninčić, R. (1990). L Počeo carinski rat. *Vreme*, 1 (1), 5-8.
120. Žišković, I., (09.10.1991). Najprometniji hrvatski državni prijelaz Goričan. *Večernji list*, str3.
121. Žunec, O. (2007). Goli život: socijetalne dimenzije pobune Srba u Hrvatskoj, svezak prvi. Zagreb: Demetra.

PROSTORNO PLANIRANJE I TURIZAM SLAVONIJE – POVIJESNA ISKUSTVA ZA PLANIRANJE BUDUĆNOSTI

Pregledni rad

Jasenska Kranjčević

Institut za turizam
Vrhovec 3
10000 Zagreb
jasenka.kranjcevic@iztztg.hr

Dina Stober

Građevinski i arhitektonski fakultet Osijek
Županijska 19
Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
31000 Osijek
dstober@gfos.hr

Sažetak

Usprkos brojnim turističkim potencijalima Slavonije i sve većoj turističkoj prepoznatljivosti njezin turistički promet još je uvijek zanemariv ako se uspoređuje s jadranskim dijelom Hrvatske. Kao okosnica za uspostavu planskog međudnosa prostornog planiranja i turizma te prostorne distribucije turizma u znanstvenoj literaturi Hrvatske često se ističu regionalni prostorni planovi za Istru te južni i gornji Jadran iz 60-ih i početka 70-ih godina prošlog stoljeća, a zanemaruju se oni iz kontinentalne Hrvatske. Stoga je polazište ovog rada preispitivanje je li Slavonija zanemarena u sagledavanju međudnosa prostornog planiranja i turizma, odnosno jesu li za Slavoniju rađeni regionalni prostorni planovi turizma te sadrže li okosnice turističkih žarišta, prostornu distribuciju turizma te plansku izgradnju smještajnih kapaciteta. Cilj je rada utvrditi kakav je bio međudnos prostornog planiranja i turizma za Slavoniju 60-ih – 80-ih godina prošlog stoljeća te ako jesu, mogu li oni poslužiti kao iskustvo za planiranje turizma Slavonije. Međudnos prostornog planiranja i turizma utvrđuje se analitičko-interpretativnom metodom tadašnjeg društvo-političkog sustava, politika prema turizmu i prostoru, društvenog planiranja, institucija specijaliziranih za planiranje, turističkom prometu, izrađenih prostornih planova, intenzitetu izgradnje smještajnih kapaciteta i dr.

Istraživanje je pokazalo da je Urbanistički institut Hrvatske izradio Regionalni prostorni plan razvoja turizma i rekreacionih centara Slavonije (1966) te Program izgradnje mreže hotela u Slavoniji (Hotelski sistem Slavonija, 1975) te da je do 1980. godine u Slavoniji izgrađeno nekoliko novih hotela. U radu se zaključuje kako Slavonija ima tradiciju prostornog planiranja turizma, iako dosadašnji razvoj turizma ne slijedi ideju izrađenih prostornih planova. S obzirom na turističke potencijale Slavonije, prilikom planiranja razvoja turizma potrebno je uzeti u obzir i njegov prostorni aspekt.

Ključne riječi: Slavonija, turizam, prostorni planovi, prostorna distribucija turizma, hoteli

SPATIAL PLANNING AND TOURISM IN SLAVONIA – HISTORICAL EXPERIENCES FOR PLANNING THE FUTURE

Abstract

Despite the numerous tourist potentials of Slavonia and its increasing tourist recognition, tourism in Slavonia is still negligible compared to the Adriatic part of Croatia. Regional spatial plans for Istria and the southern and northern Adriatic from the 1960s and early 1970s of the last century are often highlighted in Croatian scientific literature as the backbone for the establishment of the planning interrelationship between spatial planning and tourism and the spatial distribution of tourism, while those from Continental Croatia are often neglected. Therefore, the starting point of this paper is the question of whether Slavonia has been neglected when considering the relationship between spatial planning and tourism, i.e., whether regional spatial plans for tourism have been made for Slavonia and whether they contain the backbone of tourist hotspots, the spatial distribution of tourism and the planned construction of accommodation capacities. The aim of the paper is to determine what was the relationship between spatial planning and tourism in Slavonia in the 1960s and 1980s, and, if so, whether they can serve as an experience for tourism planning in Slavonia. The relationship between spatial planning and tourism is determined by the analytical-interpretative method of the socio-political system of that time, tourism and space policies, social planning, institutions specialized in planning, tourist traffic, spatial plans designed, intensity of construction of accommodation capacities, etc. The research found that the Urban Institute of Croatia designed the Regional Spatial Plan for the Development of Tourism and Recreation Centers in Slavonia (1966) and the Program for Building a Hotel Network in Slavonia (Hotel Network of Slavonia (1975)) and that several new hotels were built in Slavonia by 1980. The paper concludes that Slavonia has a tradition of spatial planning of tourism, although the current development of tourism does not follow the idea of the designed spatial plans. policies towards.

Keywords: Slavonia, tourism, spatial plans, spatial distribution of tourism, hotels

1. UVOD

Ciljevi i načela prostornog planiranja zahtijevaju multidisciplinarnost u planiranju i implementaciji planova kako bi se ostvarila sukladnost svih sektorskih težnji i potreba. Prostorno planiranje pri tome integrira i turističke ciljeve i usklađuje ih s ostalim djelatnostima kako bi se ostvarila ravnomjernost i usklađenost s društvenim, gospodarskim i okolišnim težnjama (Mrđa i Obad Šćitaroci, 2015). Pored navedenih konteksta uvijek uz prostorno planiranje postoji i onaj politički koji daje okvire i koji je zadužen za odluke o provođenju određenih strukovnih ideja (Kranjčević, 2021).

Vezu između prostornog planiranja i turizma, na primjerima iz Hrvatske, naglašava nekoliko autora koji obrazlažu ovu vezu složenošću turizma kao djelatnosti koja eksploatira materijalne i nematerijalne resurse te prostora koji je ograničen resurs, ali i specifično lokaliziran resurs za turizam (Krstinić Nižić i sur., 2009; Mrak-Taritaš, 2010; van Rogen i Zlatić, 2013; Šimunović, 2014; Mrđa 2014; Kranjčević, 2015). Turizam se u prostoru promatra kao opterećujući čimbenik te se za planiranje lokacija proučava i procjenjuje prostorna nosivost (Carić i Marković, 2010; Mrđa, 2014; Grofelnik, 2019, Borovnjak, 2020). Autor Kušen (2001) kreativnom metodom longitudinalnih opservacija također spaja prostorno planiranje i turizam analizom slika za deset jadranskih turističkih središta. Većina radova bavi se problematikom turističkog razvojnog pritiska koji nosi jadranski turizam. Kontinentalni turizam nosi se s drugom problematikom.

Iako se turizam u Slavoniji javlja istovremeno kada i na Jadranu, on je slabijeg intenziteta i druge vrste jer se bazira na kontinentalnim resursima kao što su priroda, gastro, sport, planinarstvo, ljekoviti resursi, kulturna baština i drugi.

U dosadašnjim istraživanjima o povijesti turizma u Hrvatskoj izostala su ona koja se odnose na međuodnos turizma i prostornog planiranja Slavonije. Stoga se u radu istražuju i analiziraju regionalni prostorni planovi turizma u razvojnom kontekstu, posredni izvori koji identificiraju turističke destinacije, prostorna distribucija turizma destinacija i lokacija te izgradnja smještajnih kapaciteta različitih kategorija.

Kroz povijesno istraživanje (atribuiranje planova i autora te međusobna usporedba konteksta) regionalnih prostornih planova u razvojnom kontekstu te međuodnosa prostornog planiranja i turizma za Slavoniju od 1960-ih do kraja 1980-ih godina prošlog stoljeća želi se ukazati na diskontinuitet prostornog planiranja turizma u Slavoniji te potaknuti promišljanje mogu li navedeni planovi poslužiti kao iskustvo za planiranje budućnosti turizma. Pouke prošlih planova turističkih destinacija i sagledavanje njihovih kontinuiteta mogu nam

pružiti kvalitativnu podlogu za kreativno promišljanje turističkih destinacija, njihovih značenja i planiranje razvoja.

Otežavajuće činjenice ovog istraživanja su što je vrlo teško usporediti turistički promet regionalnih prostornih planova Slavonije s promjenama administrativnih granica nastalih 1992.²⁷² Tako je npr. grad Daruvar danas u sastavu Bjelovarsko-bilogorske županije te se ne može direktno vezati s geografskim pojmom Slavonije.

2. PREGLED LITERATURE O TURISTIČKOM POTENCIJALU SLAVONIJE

Tijekom povijesti Slavonija je bila predmet putovanja, najčešće zbog trgovanja, ponajprije poljoprivrednih proizvoda ili zbog tranzita. Kako bi putovanja bila sigurnija rađene su karte i putopisi koji opisuju prostorne vrijednosti slavonskog kraja od 18. stoljeća. Početkom 20. stoljeća nižu se rezultati istraživanja arhitektonskih vrijednosti tradicijske arhitekture, opisi kraja te sredinom 20. stoljeća istraživanja pojedinih lokacija kao turističkih destinacija.

Putopisac Evlija Čelebija za vrijeme putovanja po Osmanskom carstvu putovao je i Slavonijom te u djelu *Putopisi* iz druge polovice 18. stoljeća opisao je i ovo područje. Zahvaljujući prijevodima iz 1954. i 1957. godine Hazima Šabanovića te prijevodima iz razdoblja 1996. do 2007. godine vidljivo je da je opisivao Vukovar, Tovarnik, Dardu, Osijek, Požegu, Orahovicu i druga naselja (Andrić, 2018). Obimnost djela, prostorna obuhvatnost i količina podataka neosporne su kvalitete *Putopisa*, dok su pouzdanost podataka, ispravna filološka interpretacija te kritički pristup nešto što se kod interpretacije *Putopisa* još uvijek preispituje i diskutira (Kursar, Močanin, Jurin Starčević, 2021).

Slavonija se krajem 19. i početkom 20. stoljeća nije isticala turističkim razvojem i identitetom već proizvodnim i poljoprivrednim. Posredna atrakcija koja je proizašla iz proizvodne aktivnosti i prirodnih resursa, a usmjerena je turizmu, odnosi se na slavonske drvene paviljone zapažene na Jubilarnoj gospodarsko-šumarskoj izložbi u Zagrebu 1891. godine, o čemu svjedoče prekrasne fotografije (svjetlotisak) (Krapek, 1891). Krajem 19. i početkom 20. stoljeća graditelji i arhitekti preko Društva inžinira i arhitekata, po uzoru na njemački Atlas seoskih kuća (1905. – 1906.), skreću pozornost na bogatu ruralnu graditeljsku baštinu Slavonije te evidentiraju brojne građevine koje se danas mogu okarakterizirati kao prvorazredne turističke atrakcije, a koje se objavljuju pod imenima Holjac i Pilar od 1905. do 1909. godine (Dubovečak, 2017).

272 Zakon o područjima županija, gradova i općina u Republici Hrvatskoj (Narodne novine 90/1992)

Kao vrijedan izvor za izučavanje povijesti turizma može služiti *Die österreichisch-ungarische Monarchie in Wort und Bild, Kroatien und Slawonien* (Austro-Ugarska Monarhija u riječi i slici, Hrvatska i Slavonija, 1902) jer se opisuju brojne atrakcije kulturne i prirodne baštine. Tako su iz Slavonije opisani brojni gradovi, izletišta i lječilišta: Osijek, Đakovo, Požega, Vukovar, Ilok, Velika, Janjovac, Lipik, Daruvar, Pakrac, Orahovica, Valpovo i drugi. Tematski se u ovom izvoru navode bogatstvo šuma i divljači te tradicija lova kao turističke atrakcije Slavonije.

Između dvaju svjetskih ratova objavljen je turistički vodič na njemačkom *Das Land der Gegensätze – Sommer und Winter in Jugoslawien* (Zemlja kontrasta – ljeti i zimi u Jugoslaviji, 1935). U vodiču je, doduše skromno, opisana Slavonija (1935:252) te su istaknuta naselja Osijek, Lipik, Daruvar, Pakrac, Đakovo, Požega, Našice, ali i Slavonski Brod te druga. Nažalost, između dvaju svjetskih ratova u turističkim vodičima za češko tržište, a koji se odnose na cijelu kraljevinu Jugoslaviju, naselja Slavonije izostavljena su iz turističke ponude.

Nakon Drugog svjetskog rata teži se potaknuti turistički promet na kontinentu pa nije neobično da je objavljen članak *Stanje i rad nekih TSK i TD u unutrašnjosti* (Primorac i Hladnik, 1957) u kojem se između ostalog osvrće na turizam u Slavoniji. Slavonija se najviše isticala zdravstvenim turizmom (Lipik, Pakrac, Strmac, Velika, Bizovac), planinskim turizmom (planinarski domovi i staze), tranzitnim i lovnim turizmom.

U *Ilustriranom turističko privrednom i hotelskom vodiču* (1958) i *Ilustriranom privrednom turističkom i hotelskom vodiču po Jugoslaviji* (1966) nalazimo spomen hotela u Slavoniji, i to u Osijeku, Novoj Gradiški, Vinkovcima, Županji, Slavonskom Brodu, Požegi, Velikoj, Strmcu i drugim naseljima. U članku *Požeški kraj je turistički zanimljiv* autor se poziva na brojne kulturno-povijesne građevine i osobe, termalni bazen u Velikoj, novi hotel u Zvečevu i drugi (Grakalić, 1958).

Planinari izdaju *Planinarske staze po Slavoniji*, a ne smije se zanemariti gradnja planinarskih domova, kuća i skloništa koji su vrijedna potporna arhitektura ovom vidu turizma, a danas postaju i destinacije arhitektonskih vrijednosti. Početak organiziranog planinarstva vidljivo je osnivanjem Hrvatskog planinarskog saveza 1874. godine, nakon čega se planinarstvo razvija te potiče tu vrstu turizma. U Slavoniji možemo istaknuti Daruvar, Pakrac, Viroviticu, Veliku i Orahovicu kao središta razvoja planinarenja te 1895. godinu kao godinu osnivanja prvog planinarskog društva „Bršljan“ u Osijeku i Slavoniji (Bušić, 2020).

U osmišljavanju školskih ekskurzija/putovanja naselja Slavonije bila su nepravedno zanemarena, a vrlo kratko su opisivana naselja kao Nova Gradiška,

Cernik, Slavonski Brod, Vinkovci, dok su npr. Osijek i Požega izostavljeni (Dorofejev, 1959). Tako je dječje lječilište Šumetlica predmet prostornog plana u vezi isključivo zdravstvenog turizma bez predlaganja ili planiranja sinergije dodatnih turističkih sadržaja.

Prostor Podravine vezan uz Viroviticu, Voćin, Pakrac, Orahovicu, Slatinu razvija svoje turističke destinacije od druge polovine 19. stoljeća te osnivanje Društva za poljepšanje Virovitice 1884. godine te Društva za poljepšavanje mjesta i okolice u Orahovici 1899. godine te od početka 20. stoljeća i u Slatini svjedoče o sustavnom promišljanju prostorne komponente turističkih atrakcija (Plan razvoja turizma grada Slatine 2020-2027, 2019). Od početka 20. stoljeća u Voćinu djeluje Društvo za prihvat gostiju. Regulacionu osnovu Voćina izradio je Urbanistički institut SR Hrvatske, a autor je bio Antun Ulrich (Ulrich, 1949.).

Nakon Drugog svjetskog rata sve više jača svijest o povezanosti urbanizma i prostornog planiranja turizma na što upozorava i Ensminger (1955.), a kasnije i brojni arhitekti Hrvatske. Stoga se u radu želi dati prikaz najvažnijih prostornih planova turizma Slavonije (najviše na regionalnoj razini) te izdvojiti tematski naglasak, kao i kontinuitet lokacija i sadržaj destinacija. Glavni razlozi za unaprjeđenja turizma u Slavoniji bili su slab turistički promet u odnosu na Jadran, nedovoljan broj i kvaliteta smještaja, a unaprjeđenje kvalitete smještaja bilo je potrebno zbog razvoja poslovnog, planinskog, transportnog i zdravstvenog turizma. Turizam je od 50-ih godina 20. stoljeća osviješten kao značajna gospodarska razvojna komponenta. Cijela Slavonija 1956. godine ostvarila je 196.237 noćenja dok je broj noćenja u cijeloj Hrvatskoj iznosio 4.979.000, što ukazuje na zanemarivi turistički promet.

3. PREGLED PROSTORNIH PLANOVA S CILJEM PLANIRANJA TURIZMA OD 60-ih DO KRAJA 80-ih GODINA 20. STOLJEĆA

Prostorno planiranje u ciljevima ima očuvanje prostornih vrijednosti uz planiranje optimalne raspodjele čovjekovih aktivnosti u prostoru. Nije na odmet podsjetiti da je nakon Drugog svjetskog rata prvi regionalni prostorni plan razvoja izrađen za Kotar Krapinu 1956/1958 (Urbanistički institut SR Hrvatske). Zatim je uslijedilo osmišljavanje metode izrade regionalnih prostornih planova turizma za šibensko područje i Makarsku rivijeru gdje je nositelj bio Arhitektonski fakultet u Zagrebu (Boltar, 1962). Za turistički razvijenu Istru Regionalni prostorni plan izrađen je 1969. Turizam je izuzetno dinamična i može biti invazivna djelatnost u prostoru ako se neplanski prepusti trendovima, no to nije bila situacija u slavonskoj regiji koja je gospodarski dominantno bila usmjerena na poljoprivredu i proizvodne djelatnosti. Turizam je u Slavo-

niji planiran kao dodatna aktivnost na lokalnoj i regionalnoj razini. U pregledu prostornih planova kojima je cilj ili jedan od ciljeva planiranje turizma tražimo tematske odrednice planiranog turizma, identificirane lokacije te opsege i sadržajnost planiranog smještajnog kapaciteta.

1.1. Regionalni prostorni plan razvoja turizma i rekreacionih centara Slavonije, 1966.

Regionalna razina osnovna je razina za strateško planiranje prostora u kojemu se mogu cjelovito sagledati i planirati prostorne cjeline jasnog identiteta i zajedničkih prirodnih, društvenih, gospodarskih i demografskih težnji. Inicijalni doprinos planiranju turizma Slavonije nalazimo u izradi Regionalnog prostornog plana razvoja turizma i rekreacionih centara Slavonije iz 1966. godine. Plan je izradio Urbanistički institut SR Hrvatske, a naručitelji su bili Turistički savez Slavonije i Osnovna privredna komora Osijek. Zanimljivo je da je navedeni plan gotovo zaboravljen iako predstavlja jedan od prvih regionalnih prostornih planova turizma Hrvatske.

Plan se sastoji od triju osnovnih dijelova:

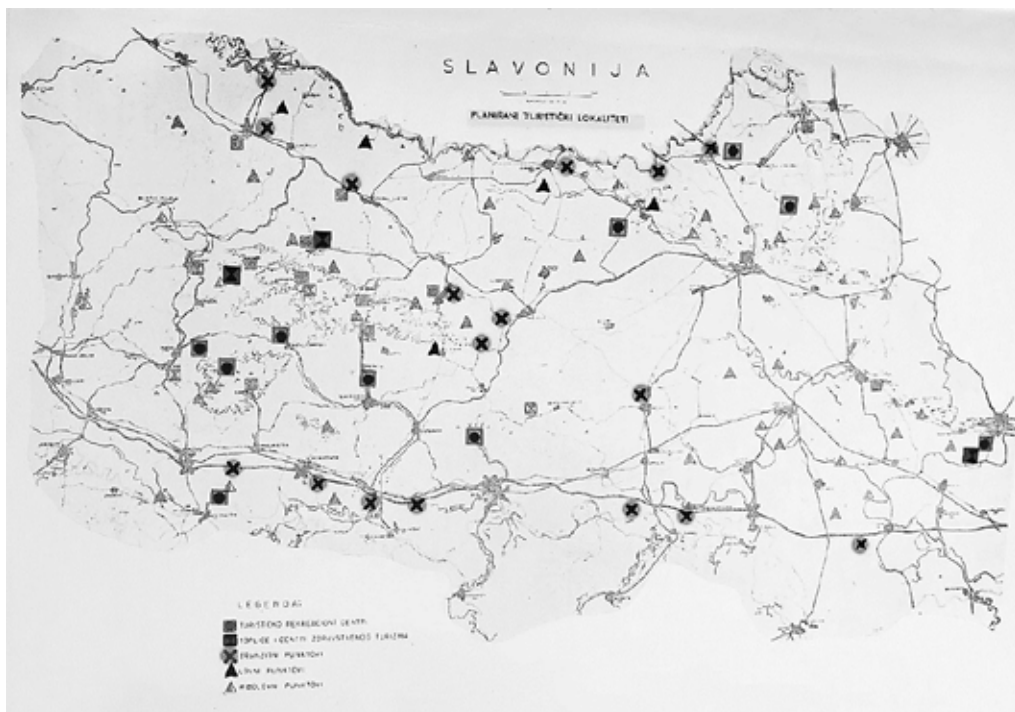
1. Prirodni društveni uvjeti razvoja Slavonije
2. Turistička rajonizacija i obrada turističkih lokaliteta i rekreacionih centara Slavonije
3. Turistička rajonizacija Slavonije –odnosi na prostornu podjelu područja.

Planom je Slavonija podijeljena na tri osnovna područja: Posavski rajon, Planinski rajon i Dunavsko-Dravski rajon.

Unutar rajona provedena je sljedeća distribucija: Turistički rekreacioni centri, Toplice i centri zdravstvenog turizma, Tranzitni punktovi, Lovni i ribolovni punktovi. Iz plana je vidljivo da je broj noćenja 1962. godine iznosio 257.605, a 1963. godine 251.030. Udio noćenja prema planu bio je 1962. 34,33 % u hotelima, 26,10 % u prenoćištima, 13,67 % u lječilištima, a 17,36 % u privatnim sobama, dok se ostatak odvijao u ostalom smještaju.

Plan je rađen kao dugoročni te je za 1990. godinu planirano da će se na navedenom području ostvariti 1.178.115 noćenja, a najveći udio smještaja bio bi u odmaralištima i lječilištima 41,2 %, u ugostiteljskim objektima 35,1 %, kampovima 14,8 % te u privatnim sobama 8,9%.

Slika 1. Karta planiranih turističkih lokaliteta



Izvor: Regionalni prostorni plan razvoja turizma i rekreacionih centara Slavonije, 1966.

Ovaj plan ukazuje na sadržaj slavonskog turizma te ističe da je povijesno slavonski turizam bio usmjeren na „ljeikovite izvore, klimatsko-ljeikovite faktore, planinarske mogućnosti i bogatstvo lovno-ribolovnog fonda“. U tekstualnom dijelu plana navode se točkaste turističke lokacije poput toplica u Daruvaru i Lipiku, klimatsko-lječilišne lokacije Zvečeva i Strmca te se evidentira pojava novih destinacija Velike i Orahovice. Vučedol je identificiran kao turistički centar, a Batina, Erdut te lovišta kod Virovitice Pajzaš i Jelaš kao lokacije razvijenog lovnog i ribolovnog turizma.

Planom se daje pregled 50 slavonskih naselja s kratkim opisima prostornih vrijednosti i turističkog potencijala svakog naselja. Ovaj plan bogat je izvor podataka o stanju u prostoru Slavonije 60-ih godina prošlog stoljeća i početaka promišljanja turizma Slavonije u kontekstu kontinentalnog turizma.

1.2. Regionalni program dugoročnog razvoja i prostorni plan Slavonije, 1971. – 1975.

Ovaj plan nastavak je i rezultat Regionalnog prostornog plana razvoja turizma i rekreacionih centara Slavonije iz 1966. godine i elaborata Plana i programa turističkog razvoja prioritetnih lokaliteta Slavonije i Baranje od 1971. do 1975. (str. 164)

Osnove za razvitak turizma Slavonije bile su: termalna vrela, jezera i riječni tokovi (izletnički i boravišni i zdravstveni turizam), prometnice (tranzitni turizam), kulturna baština, kulturno-sportska, znanstvena i gospodarska događanja i manifestacije mjesta značajnijih povijesnih događanja iz bliže i dalje prošlosti, planinska područja (izletničko planinarenje, zimski sportovi) te područja s mogućnostima za razvitak sportskog lova i ribolova.

Izletnička mjesta i lokaliteti u blizini gradova i industrijskih središta bit će uglavnom žarišta poludnevnih izleta, i to pretežno u toplom razdoblju. Prostor uz rijeke i jezera istaknuti su kao pogodni za dnevne izlete u toplom razdoblju, dok su planinska mjesta i lokaliteti pogodni za jednodnevni boravak i ljeti, a i zimi kad sadržaj boravka sačinjavaju zimske sportsko-rekreativne aktivnosti. Na tim su mjestima iskazane potrebe za dodatnim kapacitetima za dnevni boravak i prehranu. Vikend turizam s razvojem motorizacije i izgradnjom modernih prometnica više nije toliko vezan uz atraktivnost i bogatstvo sadržaja koje određeno područje ili lokalitet može pružiti. Povećanje slobodnog vremena i kupovne snage otvara mogućnost za razvoj dnevnog i tjednog odmora i rekreacije. Stoga se očekuje razvoj izletničkog turizma, turizam na bazi lova i ribolova, na bazi upoznavanja prirodne i kulturne baštine. Razvoj znanosti omogućuje razvoj različitih domaćih regionalnih i međunarodnih skupova te se najavljuje potencijal kongresnog turizma.

Tablica 1. Plan turističkog prometa (x1000) i smještajnih kapaciteta

	1970.	1985.	2000.
Turistički promet 000 noćenja – domaći i strani	310	2. 000	5. 000
Smještajni kapaciteti	3. 127	16. 000	30. 000
Učešće smještajnog kapaciteta u Hrvatskoj	0,7	1,4	1,9

Izvor: Regionalni program dugoročnog razvoja i prostorni plan Slavonije, 1972. str 165

U prostornom planu na karti Turizam određene su sljedeće zone: turističko-rekreaciona zona, lovna zona, primarni turistički rekreacijski lokalitet, sekundarni turistički rekreacijski lokalitet, primarni tranzitni lokalitet, sekundarni tranzitni lokalitet.

Plan je rađen za razdoblje do 2000. godine te je planirano da će se dostići 30.000 smještajnih kapaciteta te da će se ukupno ostvarivati 5 miliona noćenja. Struktura smještajnih kapaciteta bila bi: 20,5 % u hotelima, 1,9 % u prenoćištima, 4,7% u motelima, 19 % u odmaralištima, 19,5 % u planinskim domovima, 7,3 % u lovačkim kućama, 19,4 % u kampovima, a ostalo, uključivši i lječilišta, 13,3 %.

3.3. Prostorni plan Memorijalnog spomen područja Batinska bitka i naselja Batina, Osijek, 1983.

S obzirom na to da je za potrebe memorijalnog turizma u naselju Batina još 1947. izveden spomenik poginulim vojnicima u Drugom svjetskom ratu, on je često mjesto posjeta (Arhitektura, 1947, 4-6). U Regionalnom prostornom planu razvoja turizma i rekreacionih centara Slavonije iz 1966. godine za naselje Batina ističe se značaj ovog prostornog repera, monumentalnog spomenika palim Crvenoarmejcima i pripadnicima partizanskih odreda Jugoslavije, rad kipara Augustinčića (skulptura) i arhitekta Drage Galića (arhitektura, urbanistički postav) kao značajna povijesna i umjetnička vrijednost s turističkim potencijalom. Poznato je da je u Batini 1980. evidentirano oko 300.000 posjetitelja te je 1983. godine izrađen Prostorni plan Memorijalnog spomen područja Batinska bitka i naselja Batina.

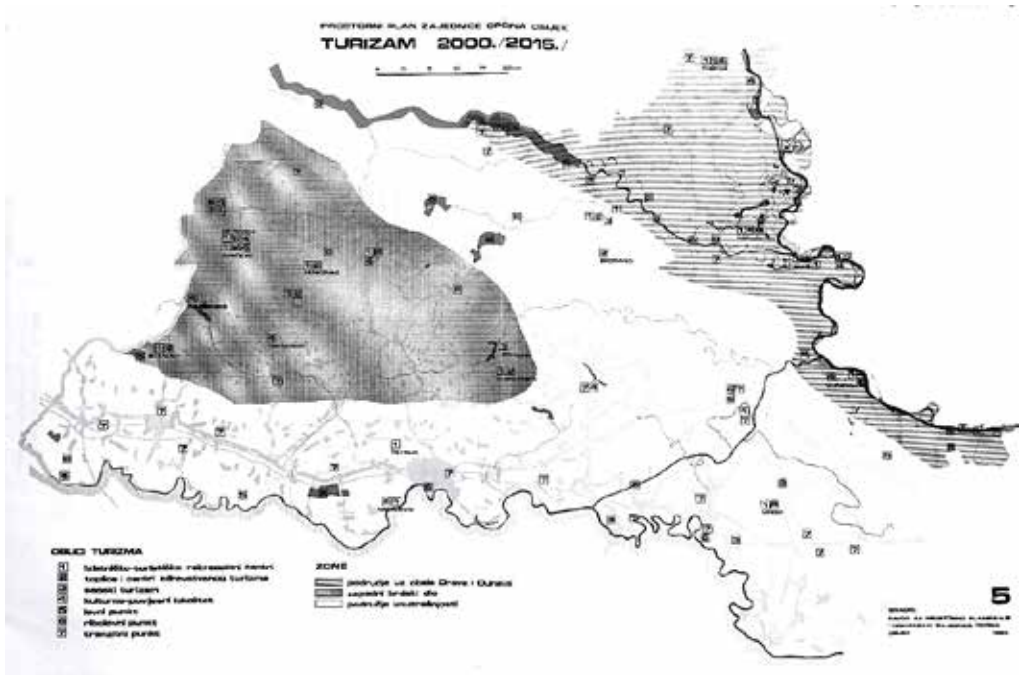
S obzirom na to da se radi o naselju koje je privlačilo turiste s memorijalnog aspekta, turisti/posjetitelji nisu dugo boravili jer je i smještajni kapacitet Batine bio zanemariv. Tako je u društvenom sektoru 1980. bilo 11 kuća za odmor a u privatnom 139. Te godine ostvareno je 4.583 noćenja. Planom je u turističku ponudu uključeno više lokacija te 658 konzumnih mjesta (Zeleni otok, spomenik, Sportski centar i Bife). Planirana je izgradnja muzeja memorijalnog područja.

3.4. Prostorni plan zajednice općina Osijek 2000. iz 1985. godine

Ovaj je regionalni plan obuhvatio prostor cijele Slavonije i Baranje od Zvečeva, Strmca do Puškaša i Iloka. Iako rađen kao cjeloviti prostorni plan, aspekt turizma je posebno obrađen te su izdvojene turističke lokacije i turizam je opisan sadržajno. Turizam se ističe u kontekstu razvoja svih tercijarnih djelatnosti te se kritički navodi da je bio zapostavljen, no da postoje velike mogućnosti.

U planu se prostor dijeli na tri turističke cjeline prema geografskoj osnovi: područje uz obale rijeka (Dunav, Drava), unutrašnje područje regije te zapadni, brdski dio regije.

Slika 2. Planirani oblici turizma



Izvor: Prostorni plan zajednice općina Osijek, 1985. godina

Ovaj plan daje plansku projekciju do 2000. godine i navodi sljedeći sadržaj i lokacije:

- izletnički turizam (Batina, Zeleni otok, Orahovica, Velika, Vučedol, ušće Drave u Dunav)
- rekreacijski turizam (Puškaš, Batina, Kopački rit, Orahovica, Strmac, Jankovac i drugi)
- toplički (zdravstveni turizam – Bizovac, Đakovačka Breznica, Velika)
- tranzitni turizam (Osijek, Beli Manastir, Vinkovci, Slavonski Brod i drugi)
- seoski turizam (Voćin, Otok, Bizovac, Brođanci, Aljmaš i drugi)
- zimski turizam (Jankovac, Velika, Zvečevo, Voćin i drugi).

Plan se osobito bavi i kulturnom baštinom, potencijalom spomeničkih vrijednosti za koje utvrđuje da ih je u promatranom prostoru 1.500, no da ni polovica nije obrađena. Zanimljivo je da se ovim planom najavljuje seoski turizam kao novi oblik turizma čijem intenzivnom razvoju danas svjedočimo.

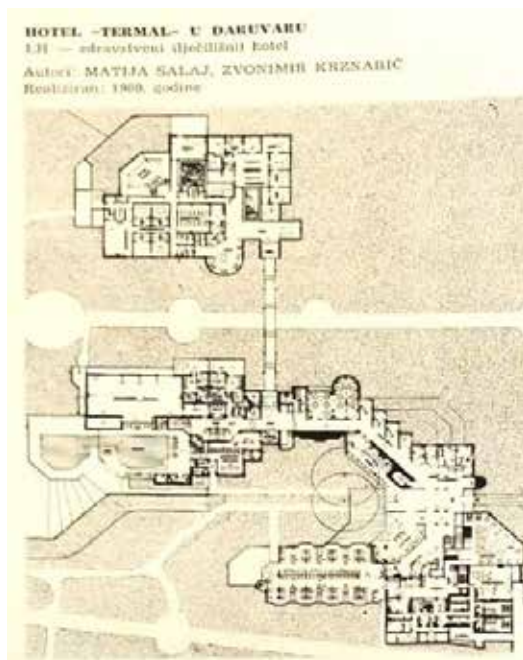
3.5. Izgradnja hotela u Slavoniji, 1974. – 1975.

Urbanistički institut Hrvatske izradio je 1974./1975. godine složeni program izgradnje mreže hotela osmišljenog i poznatog kao *Hotelski sistem Slavonija*. Taj program rezultat je višegodišnje prisutnosti Urbanističkog instituta na prostoru Slavonije i Baranje. Hotelskom arhitekturom u Slavoniji uspješno su se bavili arhitekti Matija Salaj i Zvonimir Krznarić, autori nekoliko hotela, jer se turizam u to doba temeljio na hotelijerstvu, a ne na privatnim apartmanima. Hoteli su bili jedina smještajna ponuda. Tako su najprije u najjačim industrijskim centrima Slavonije projektirani hoteli. Odabirane su redom atraktivne lokacije, po mogućnosti u blizini vode. S obzirom na visinski gabarit, uvjete uklapanja volumena u postojeće urbano tkivo i prirodnu okolinu, hoteli su rješavani u arhitektonskom oblikovnom izrazu kao posebna rješenja, unatoč zadanoj standardizaciji pojedinih elemenata. Krov kao tipičan element regionalne arhitekture Slavonije i Baranje dominantna je arhitektonska karakteristika svih građevina sustava. Tamni pokrov eternitom odabran je jer se koloristički uklapao u strukture naselja i pejzaž, a pročelja su u pravilu izvedena od fasadne opeke, kao tipičnog materijala panonske regije. U sklopu projekta realizirani su hoteli u Daruvaru, Vukovaru, Vinkovcima, Donjem Miholjcu i Lipiku. Dio je realiziran u drugoj formi od zamišljene, poput Motela u Jasenovcu (Ivan Piteša i Mahmud Kapetanović 1978.) te hotela u Našicama i Slavonskom Brodu. Bio je to prvi zamišljeni i dijelom realizirani hotelski lanac u Hrvatskoj i onodobnoj Jugoslaviji.

Program *Hotelski sistem Slavonija* planirao je 4 tipa ugostiteljsko-turističkih hotela: gradski hotel, turističko-rekreacijski hotel, lječilišno-turistički hotel i motel.

- Hotel Lipik 1978. – 1982.
Autori: Matija Salaj i Zvonimir Krznarić, suradnik Branka Bek
- Daruvar – hotel Termal 1976. – 1979.
Autori: Matija Salaj i Zvonimir Krznarić

Slika 3. Hotel Termal, Daruvar, autori: Matija Salaj i Zvonimir Krznarić



Izvor: Čovjek i prostor, br. 7-8, 1982

- Hotel Dunav, Vukovar, gradski hotel, izvedeno 1980.
Autori: Matija Salaj i Zvonimir Krznarić
- Hotel u Vinkovcima, gradski hotel, izvedeno 1980.
Autori idejnog projekta: Matija Salaj i Zvonimir Krznarić
Autori izvedbenog projekta: Nebojša Čalić i Marija Bošnjak
- Hotel u Belom Manastiru, gradski hotel, izvedeno 1979.
Autori: Matija Salaj i Zvonimir Krznarić
- Motel na autocesti Zagreb – Beograd
Autori idejnog projekta: Matija Salaj i Zvonimir Krznarić, nije izvedeno



Slika 4. Hotel Osijek, razglednica 1980. godina

- Hotel Osijek u Osijeku
Autor projekta: Radovan Mišćević

4. ZAKLJUČAK

Nakon Drugog svjetskog rata glavni ciljevi razvoja Slavonije bili su usmjereni na razvoj industrije i poljoprivrede iako turizam postoji i u kontinentalnoj Hrvatskoj.

Za potrebe razvoja turizma ističu se sljedeći prostorni planovi razvoja turizma i programi:

- Regionalni prostorni plan razvoja turizma i rekreacionih centara Slavonije, Urbanistički institut SR Hrvatske, Zagreb, 1966.
- Regionalni program dugoročnog razvoja i prostorni plan Slavonije: prijedlog Urbanistički institut SR Hrvatske: Republički zavod za planiranje SR Hrvatske, Zagreb, 1972.
- Program Hotelski sistem Slavonija, Urbanistički institut SR Hrvatske, Zagreb, 1971 – 1974.
- Prostorni plan Memorijalnog spomen područja Batinska bitka i naselja Batina, Zavod za prostorno planiranje i urbanizam Zajednica općina Osijek, Osijek, 1983.
- Prostorni plan zajednice općina Osijek 2000., Zavod za prostorno planiranje i urbanizam zajednice općina Osijek, Osijek, 1985.

Regionalni prostorni plan razvoja turizma i rekreacionih centara Slavonije iz 1966. predstavlja jedan od prvih regionalnih prostornih planova turizma na prostoru Hrvatske i Jugoslavije jer je nastao u vrijeme kada su osmišljavane metode izrade te vrste planova.

Dinamika razvoja turizma u Slavoniji pruža mogućnost da se o ovoj djelatnosti pravovremeno promisli i da se njezine lokacije i potpora planiraju. Turizam Slavonije nije opterećujuća i prijeteća prostorna aktivnost već njezin potencijal koji naglašava resurse ovog dijela Hrvatske. Pregledom planova i njihovih komponenti koji se bave turizmom možemo utvrditi da postoji kontinuitet planiranja turizma u sveobuhvatnim ili tematskim planovima još od 60-ih godina 20. stoljeća te da su do 80-ih godina planirane lokacije i sadržaji za lječilišni, planinski, tranzitni, lovni, ribolovni, izletnički turizam. Danas svjedočimo intenzivnom seoskom turizmu te motivima enoloških i gastro doživljaja u Slavoniji. Da bi se izbjegla monofunkcionalnost i postigla održivost

djelatnosti moraju se uključiti prostorni, gospodarski i okolišni aspekti. Zbog toga je uputno sagledavati slavonski turizam kroz vremenski kontinuitet i sinergiju različitih turističkih destinacija. Pregled ideja u planovima koji su se bavili cjelovitim planiranjem regije značajno su polazište za buduće planove.

LITERATURA

1. Andrić, M. (2018). Polazište hrvatskog prijevoda Putopisa Evlije Čelebija. *Filologija* 71, 1–23.
2. Boltar, D. (1962). Prvi pokušaj prostornog planiranja turizma u nas. *Arhitektura*, 16(1-2), 15-20.
3. Borovnjak, I. (2020). Turizam i hiperlokalizam. *Mjera*, 2 (3), 86-97. <https://hrcak.srce.hr/259140>
4. Carić, H., Marković, I. (2010). Nosivi kapacitet turističke destinacije "sunca i mora", *ICTE 2010 International Conference on Tourism and Environment*. Herceg, Nevenko i drugi (ur.). Sarajevo: International University Philip Noel-Baker, 421-436.
5. Dorofejev V. (1959). Školske ekskurzije po Jugoslaviji – 10 izabranih ekskurzija. Školska knjiga, Zagreb.
6. Dubovečak, V. (2017). "Društvo inženira i arhitekata" i izdavanje atlasa Hrvatski građevni oblici. *Časopis za suvremenu povijest*, 49 (1), 123-154. <https://doi.org/10.22586/csp.v49i1.17>
7. Ensminger, S. (1955). Urbanizam i turizam. *Turistički pregled*, 2(10-12), 9-11.
8. Erzherzog R. (1902). Die österreichisch-ungarische Monarchie in Wort und Bild, Kroatien und Slawonien (1902), <https://austria-forum.org/web-books/kpwde24de1902onb/ev00001>
9. Evliya Çelebi in the Borderlands: New Insights and Novel Approaches to the Seyahatname (Western Balkans and Iran Sections), uredili Vjeran Kursar, Nenad Močanin i Kornelija Jurin Starčević, Zagreb: Srednja Europa, 2021.
10. Grakalić, M. (1958). I požeški kraj može biti zanimljiv. *Turizam*, 4, 6-7, 27-29.
11. Grofelnik, H. (2019). Je li održivi razvoj turizma ostvariv?. *Geografski horizont*, 65 (1), 21-34. <https://hrcak.srce.hr/236114>
12. Holjac, J. i Pilar M. (ur.) (1905-1909), *Hrvatski građevni oblici, I-V*, Hrvatsko društvo inženira i arhitekata, Zagreb.
13. Hotelski sistem Slavonije. (1974). Urbanistički institut SR Hrvatske, Zagreb.

14. Hrvatsko planinarsko društvo Bršljan - Jankovac: 125 godina 1895. -2020. (2020.) Bušić, V. (ur.), Hrvatsko planinarsko društvo Bršljan - Jankovac, Osijek.
15. *Ilustrirani turističko privredni i hotelski vodič*. (1958). Zagreb.
16. Kranjčević, J. (2021). Turističko i prostorno planiranje u Hrvatskoj i Jugoslaviji 1960-ih. *Časopis za suvremenu povijest*, 53 (3), 1183-1207. <https://doi.org/10.22586/csp.v53i3.18737>
17. Krapek, H. (1891). Jubilarna gospodarsko- šumarska izložba u Zagrebu. Zagreb. <https://digitalnezbirke.kgz.hr/>
18. Krstinić Nižić, M.; Ivanović, S. i Drpić, D. (2009). Prostorno planiranje u funkciji održivosti otoka Krka. *Economic research - Ekonomska istraživanja*, 22(3), 98-111. <https://hrcak.srce.hr/47322>
19. Kušen, E. (2001). Hrvatski otoci u deset slika Prilog procjeni utjecaja turizma na razvoj hrvatskih otoka. *Sociologija i prostor*, 39 (1/4 (151/154)), 109-152. <https://hrcak.srce.hr/100236>
20. Matošić, J. (1966), *Ilustrirani privredni turistički i hotelski vodič po Jugoslaviji*. Zagreb
21. Mrak-Taritaš, A. (2010). Uvjeti planiranja i prostorni pokazatelji uređenja turističkih predjela Babin Kuk i Solaris. *Prostor*, 18 (1(39)), 136-151. <https://hrcak.srce.hr/54286>
22. Mrđa, A. i Bojanić Obad Šćitaroci, B. (2015). Međunarodni dokumenti o prostornom planiranju i turizmu. *Prostor*, 23 (1(49)), 130-143. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/140960>
23. Mrđa, A., Carić, H. i Bojanić Obad Šćitaroci, B. (2014). Značaj koncepta turističke nosivosti za prostorno planiranje; Dosadašnja istraživanja, razvoj koncepta i metodološki pristupi. *Prostor*, 22 (2(48)), 212-227. <https://hrcak.srce.hr/131368>
24. Plan razvoja turizma grada Slatine 2020. - 2027. (2019). Turistička zajednica Grada Slatine, <https://www.slatina.hr/portal/wp-content/uploads/2019/12/Plan-razvoja-turizma-grada-Slatine-2020.-2027.pdf>
25. Primorac, M. i Hladnik, F. (1957). Stanje i rad nekih TSK (Turistički savez kotara) i TD (Turističkih društava) u unutrašnjosti. *Turizam*, 3(2), 20-24.
26. Prostorni plan memorijalnog spomen područja Batinska bitka i naselja Batina. (1983). Zavod za prostorno planiranje i urbanizam Zajednice općine Osijek, Osijek.
27. Prostorni plan zajednice općina Osijek 2000. (1985). Zavod za prostorno planiranje i urbanizam zajednice općina Osijek, Osijek.

28. Regionalni program dugoročnog razvoja i prostorni plan Slavonije: prijedlog (1972). Urbanistički institut SR Hrvatske: Republički zavod za planiranje SR Hrvatske, Zagreb.
29. Regionalni prostorni plan razvoja turizma i rekreacionih centara Slavonije (1966), Urbanistički institut SR Hrvatske: Republički zavod za planiranje SR Hrvatske, Zagreb.
30. Salaj, M. (1982). Hotelski sistem Slavonije, *Čovjek i prostor*, Zagreb, 29(7-8), 352-353, 21-24.
31. Sirišćević, S. (1935). Das Land der Gegensätze – Sommer und Winter in Jugoslawien. Leipzig – Wien – Zagreb.
32. Spomenik majstora - kipara Augusta Augustinčića crvenoarmejcima palim u borbama kod Batine skele. (1947), *Arhitektura*, 1, (4-6), 17-19.
33. Šimunović, I. (2014). Obalna ekonomija kao znanstveno i političko pitanje. *Godišnjak Titius*, 6-7 (6-7), 107-117. <https://hrcak.srce.hr/149671>
34. Ulrich, A. (1949). Regulaciona osnova Voćina, *Arhitektura*, 3(1-22), 18-22, 57.
35. van Rogen, E. i Zlatić, M. (2013). Prostorna analiza održivosti razvoja malih naselja: primjer naselja na otoku Iloviku u Hrvatskoj. *Hrvatski geografski glasnik*, 75. (2.), 29-40. <https://doi.org/10.21861/HGG.2013.75.02.02>

KARDINAL FRANJO KUHARIĆ I POJAM OPĆEGA DOBRA U HRVATSKOJ (1990. – 1997.)

Izvorni znanstveni rad

Dubravka Petrović
Štefanac

Centar za promicanje socijalnog nauka Crkve
Ksaverska cesta 12 a
10000 Zagreb
dubravka_petrovic@yahoo.com
snc@hbk.hr

Sažetak

Prema socijalnom nauku Crkve opće dobro ljudi kao društvenih bića jedno je od temeljnih načela svih odnosa zajedničkoga ljudskoga života. Ono omogućuje osobno ostvarivanje osobama i skupinama te razvoj u svim svojim dimenzijama kako bi mogle doći do svoje punine. Budući da opće dobro proizlazi iz dostojanstva i jednakosti svih osoba, moguće ga je postići i očuvati samo zajednički. Stoga se može reći da je opće dobro obvezujuće za sve članove društva, političke zajednice ili države; naravno pretpostavljajući vlastite sposobnosti pojedinaca ili skupina. Zahtjevi općega dobra neodvojivi su od poštovanja i promicanja osobe. Želi li se ostati u službi čovjeka, nužno je kao cilj zajedničkoga ljudskoga života postaviti opće dobro kao dobro svih ljudi i svakog pojedinca. Za Crkvu usmjerenu k dobru čovjeka te boljem i pravednijem sutra, važnim se čine stavovi, konkretna djelovanja i sve ono što doprinosi izgradnji općega dobra. Primjenjujući metodu analize sadržaja korizmeno-uskrasnih poslanica te propovijedi za Dan državnosti o pojmu *općega dobra*, u ovom radu želi se jasnije osvijetliti uloga kardinala Franje Kuharića, do proljeća 1997. godine čelnog čovjeka Katoličke Crkve u Hrvatskoj, kao promicatelja i poticatelja ponajprije kršćana, ali i svih ljudi dobre volje, o skrbi ne samo za vlastite potrebe nego i za opće dobro cijele zajednice. Naglasak je stavljen na pregled i pojavnost uporabe navedenoga pojma, njegovu učestalost pojavljivanja te kontekstualizaciju, definicije, ali i pojmove i sintagme koji su preuzeli funkciju sinonima u svrhu njegove razumljivosti. U zaključnom će se dijelu na temelju postojećih rezultata pokušati naznačiti da je kardinal Franjo Kuharić prilikom govora i razumijevanja pojma *općega dobra* u Hrvatskoj od 1990. do 1997. godine u navedenim poslanicama i propovijedima bio i ostao nezaobilazan čimbenik.

Ključne riječi: opće dobro, kardinal Franjo Kuharić, korizmeno-uskrasne poslanice, propovijedi za Dan državnosti, sinonimi

KARDINAL FRANJO KUHARIĆ AND THE PRINCIPLE OF COMMON GOOD IN CROATIA (1990 – 1997)

Abstract

According to the Catholic Social Teaching, the common good of people as social beings is one of the fundamental principles of all relationships of shared human life. It enables the personal fulfilment of individuals and groups and the development in all its dimensions so that they could reach their fullness. Since the common good stems out from dignity and equality of all people, it can only be achieved and preserved collectively. Therefore, the common good can be said to be binding for all members of society, the political community or state, assuming, of course, the abilities of individuals or groups. The requirements of common good are inseparable from respect and betterment of a person. If one wishes to remain in the service of the people, it is necessary to set the common good as the good of all people and of each individual. For the Church, focused on the good in every person and a more just and better future, attitudes and concrete actions, as well as everything that contributes to the construction of the common good seem to be important. Using the method of content analysis of the Lenten-Easter epistles and sermons in the homilies on the occasion of the National Day, which refer to the concept of *the common good*, in this paper we want to shed more light on the role of Cardinal Franjo Kuharić, the leading figure of the Catholic Church until the spring of 1997, as a promoter and encourager especially of Christians, but also of all people of good will, in terms of care not only for their own needs, but also for the common good of the entire community. The focus is on the overview and occurrence of the aforementioned term, its frequency and contextualization, the definitions, but also the terms and phrases that have taken on the function of its synonyms for the purpose of comprehensibility. In the final part, based on the present results, an attempt is made to show that Cardinal Franjo Kuharić was and remains an indispensable factor when speaking of and understanding the concept of *the common good* in the aforementioned epistles and sermons from 1990 to 1997 in Croatia.

Keywords: common good, Cardinal Franjo Kuharić, Lenten-Easter epistles, sermons for the National Day, synonyms

1. UVOD

Čovjek kao jedinstveno i neponovljivo biće otvoreno je odnosu s drugima u društvu. Otvorenost za suživot u društvu, za razmjene i mnogostruke odnose jamac je zdravije, a time i bolje kvalitete života i samoostvarenja svakog čovjeka. Katolička Crkva svjesna je da o međusobnim odnosima unutar društva, osobito odnosima pravednosti i pravde, mira i uzajamnog poštovanja ovisi društvo u cjelini, odnosno promicanje i zaštita dostojanstva svakog čovjeka zbog kojeg se uspostavlja društvo, zajednica. Stoga je moguće složiti se s papom Franjom kada tvrdi da svatko tko se zauzima za obranu dostojanstva čovjeka, u kršćanskoj vjeri može „naći najdublje razloge za to zauzimanje“ (Papa Franjo, 2015, str. 52). Stoga se Crkva, kojoj je na brizi osoba i njezino dobro, ne zaustavlja samo na čovjeku kao primatelju poruke spasenja. Ona je zainteresirana za život društva, za njegovu moralnu odrednicu te želi to društvo prožeti, obogatiti i uključiti u poruku spasenja. Društvo je, sa svime što se u njemu i kroz njega ostvaruje, zajednica sastavljena od pojedinaca, osoba, a prema riječima pape Ivana Pavla II. upravo je čovjek „prvi put“ Crkve (Ivan Pavao II., 1991, str. 62). Želeći promicati društvo koje je po mjeri čovjeka, Crkva socijalnim naukom²⁷³, koji je rezultat „pomnog razmišljanja o složenoj zbilji ljudske egzistencije u društvu i na međunarodnoj razini“ (Papinsko vijeće „Iustitia et pax“, 2005, str. 63), nudi smjernice za djelovanje koje proizlaze iz vrijednosti, kriterija prosudbe i načela. Načela dostojanstva ljudske osobe, općega dobra, solidarnosti i supsidijarnosti imaju opće, trajno i univerzalno značenje, nužna su za izgradnju humanoga društva te su upućena jedno na drugo. Navedena načela nisu praktične upute za djelovanje u konkretnim situacijama niti su pravila koja će funkcionirati u društvu kao neki novi, paralelni sustav (Spajić, 2019). Ona ponajviše služe kako bi se na temelju njih u društvu mogle vrednovati različite pojave. Njihov značaj ne ostaje samo na teorijskoj razini, nego im je glavni cilj oživotvorenje i na osobnom i na zajedničkom, društvenom planu.

273 Sam početak razvoja socijalnog nauka Crkve kakvog danas poznajemo vezuje se uz kraj 19. stoljeća. Naime, papa Lav III. objavio je 1891. godine svoju socijalnu encikliku s naslovom *Rerum novarum – O novim stvarima*, koja je tada prvi puta i na nov način progovarala o izuzetno teškom stanju radnika, pravednoj plaći, radničkom udruživanju – sindikatima, pravu na odmor, dakle o *socijalnom pitanju* svoga vremena. S enciklikom *Rerum novarum* započinje službeno i organizirano socijalno naučavanje Crkve. Naime, nakon Lava XIII. pape su u određenim vremenskim razmacima objavljivali socijalne enciklike ili neke druge socijalne dokumente i sve više su se službeno vrlo ozbiljno bavili socijalnim naukom Crkve. U tom kontekstu umjesno je napomenuti da je papa naših dana, papa Franjo, objavio dvije socijalne enciklike. Encikliku *Laudato si' – Hvaljen budi* o brizi za zajednički dom posvećenu ekološkoj problematici objavio je 2015. godine, dok je encikliku *Fratelli tutti – Svi (smo) braća* koja progovara o bratstvu i socijalnom prijateljstvu objavio 2021. godine.

Novo pozicioniranje Crkve u sasvim novim povijesnim prilikama unutar društva tražilo je od kardinala Franje Kuharića, kao prvog čovjeka Katoličke Crkve, ponajprije upoznavanje i razjašnjenje pojmova i datosti s kojima se hrvatsko društvo i Crkva, kao njegov osobiti dio, suočila, a koje su potrebne za usmjeravanje i oblikovanje sadašnjosti, ali i budućnosti (Petrović Štefanac, 2013). Za funkcioniranje društva te zajednički život njegovih članova nezaobilazno je promišljanje o načelu općega dobra, jednom od temeljnih načela socijalnog nauka Crkve, o kojem se govori u prvom poglavlju. Pretpostavljajući vlastite sposobnosti pojedinaca ili skupina može se reći da opće dobro obvezuje sve članove društva, političke zajednice ili države, a njegovi zahtjevi neodvojivi su od poštovanja i promicanja osobe, njezinog dobra, ali i dobra cjelokupne zajednice. O načelu općega dobra kardinal Kuharić govorio je u raznim prigodama. U ovom radu, u drugom i trećem poglavlju, poseban naglasak stavljen je, pregledom pojavnosti, na samu njezinu uporabu te učestalost, na značaj pojma općega dobra u korizmeno-uskršnim poslanicama i propovijedima za Dan državnosti kardinala Kuharića, i to u razdoblju od 1990. godine do 1997. godine, odnosno od osamostaljenja Republike Hrvatske pa do njegovog odlaska u mirovinu s mjesta zagrebačkog nadbiskupa, u to vrijeme najveće (nad)biskupije u Hrvatskoj. Kontekstualizacija pojma općega dobra donosi pojašnjenje, njegovu aktualizaciju i adekvatno razumijevanje. U navedenim poslanicama, a osobito propovijedima za Dan državnosti Kuharić se ne obraća samo vjernicima katolicima, nego svim ljudima javnog, političkog i šireg društvenog života, kao i ljudima dobre volje te su one koncipirane zasigurno da budu razumljive najvećem broju ljudi.²⁷⁴ Iz razumijevanja pojma općega dobra, zahvaljujući ponajprije definicijama i kontekstu u kojima se on nalazi, a i uz pomoć pojmova i sintagmi u funkciji sinonima koji su prikazani u četvrtom poglavlju, donesene su zaključne misli.

2. NAČELO OPĆEGA DOBRA U KATOLIČKOJ CRKVI

Opće je dobro (lat. *bonum commune*) prema *Kompendiju socijalnog nauka Crkve*, službenom dokumentu Papinskoga vijeća „*Iustitia et pax*“ u kojem su na kraći i sustavniji način izložene najbitnije datosti socijalnog učenja Crkve, uz personalističko načelo (dostojanstvo ljudske osobe), solidarnost i supsi-

274 Iako bi slijedeći navedenu logiku o razumljivosti i krajnjim adresatima navedenih poslanica i propovijedi u istraživanje trebale biti uključene i božićne poruke kardinala Franje Kuharića, one su izostavljene zbog jednostavnog razloga. Naime, kardinal Kuharić u božićnim porukama nije upotrebljavao pojam opće dobro (Petrović Štefanac i Pinezić, 2023).

jarnost jedno od općih, trajnih i univerzalnih načela socijalnoga nauka Crkve (Papinsko vijeće „Iustitia et pax“, 2005, str. 126).²⁷⁵ Ono se razvijalo tijekom povijesti te je s obzirom na navedeni razvoj imalo i različita poimanja.²⁷⁶ U današnjem shvaćanju načelo općega dobra ponajprije se odnosi na suživot pojedinca i društva, konkretno na njihov međusobni odnos. Riječ je o susretu pravednosti i ljubavi na društvenoj razini uz koje je najtješnje povezana socijalna ljubav, prijateljstvo i bratstvo, o kojima promišlja papa Franjo (2021)²⁷⁷. Budući da je riječ o načelu socijalnog nauka Crkve, opće dobro jest „ljubav u istini“ u društvenom životu osoba (Benedikt XVI., 2010, str. 10). Prema Pastoralnoj konstituciji *Gaudium et spes* Drugoga vatikanskog sabora opće dobro uključuje „sveukupnost onih uvjeta društvenog života pomoću kojih pojedinci, obitelj i udruženja mogu potpunije i lakše postići svoje savršenstvo“ (Drugi vatikanski koncil, 2008, str. 780). Iako se u ovom organizacijsko-institucionalnom razumijevanju pojma općega dobra izrijeком ne govori koji bi to bili uvjeti, ipak se iz ovoga može iščitati da opće dobro ne uključuje samo ekonomska, materijalna dobra kao što su primjerice proizvodi raznih industrija, prateća infrastruktura i slično, nego sve postojeće ljudske i kulturne vrednote bez kojih čovjek ne može postići savršenstvo na koje ga je Bog pozvao, odnosno postići i dosti-

275 Načela socijalnog nauka Crkve danas se ne mogu pronaći sustavno normirana. U djelu s naslovom *Kršćanski socijalni nauk* (2005) jednog od najznačajnijih mislioca katoličkog socijalnog nauka 20. stoljeća, kardinala Josepha Höffnera, uz zasebno poglavlje koje se bavi odnosom pojedinca i društva, navedena su sljedeća tri načela: načelo solidarnosti, načelo općega dobra i načelo supsidijarnosti. U dokumentu Američke biskupske konferencije (2011) *Sharing Catholic Social Teaching: Challenges and Directions* u koji je ukorporiran dokument *Summary Report of the Task Force on Catholic Social Teaching and Catholic Education* iste biskupske konferencije navedeno je sedam načela: 1.) život i dostojanstvo ljudske osobe, 2.) poziv na zasnivanje obitelji, zajednice i sudjelovanje, 3.) prava i obveze/odgovornosti, 4.) opcija za siromašne i ranjive skupine, 5.) dostojanstvo rada i prava radnika, 6.) solidarnost i 7.) skrb o Božjem stvorenju. *Kompendij socijalnog nauka Crkve* Papinskoga vijeća „Iustitia et pax“ (2005) navodi sljedeća načela: 1.) dostojanstvo ljudske osobe s ljudskim pravima, 2.) opće dobro, 3.) opća namjena dobara s povlaštenim opredjeljenjem za siromašne, 4.) supsidijarnost, 5.) sudjelovanje i 6.) solidarnost. Jedan od razloga različitog navođenja svakako leži u dugom, povijesnom razvoju same socijalne misli Katoličke crkve.

276 Primjerice za klasičnu misao antičkog vremena, a potom i u skolastičko doba, pojedinac je promatran u usmjerenju prema općem poretku pa se opće dobro nametnulo kao mjerilo za prosuđivanje valjanosti zakona i načina vladanja društvom te je imalo prednost u odnosu na pojedinačno dobro (Spajić, 2019).

277 Za papu Franju pojam opće dobro ne može se definirati bez pojma sveopće bratstvo o čemu on govori u socijalnoj enciklici 2021. godine s naslovom *Fratelli tutti*. Centar za promicanje socijalnog nauka Crkve Hrvatske biskupske konferencije 2021. godine u Zagrebu organizirao je simpozij na kojem se promišljalo o socijalnoj enciklici pape Franje *Fratelli tutti*. O socijalnom prijateljstvu i sveopćem bratstvu (2021) te je s tog simpozija objavljena knjiga Baloban, S. i Petrović Štefanac, D. (2022), *Fratelli tutti. Poziv na socijalno prijateljstvo i sveopće bratstvo*. Zagreb: Kršćanska sadašnjost.

ći razvoj u svojoj cjelovitosti koja uključuje i duhovno-moralnu izgradnju osoba i zajednica. Polazeći od činjenice da se načelo općega dobra mora uočiti u svakom društvenom elementu što ide u korist tvrdnji da je ono opće, Crkva socijalnim naukom ističe da navedeno načelo proizlazi iz „dostojanstva, jedinstva i jednakosti svih osoba“ (Papinsko vijeće „Iustitia et pax“, 2005, str. 127), čime se dodatno ističe njegov socijalni karakter. Budući da ono pripada svima i svakom pojedinom, ono obvezuje sve članove društva da, prema vlastitim sposobnostima i pod pretpostavkom prihvaćanja odgovornosti, ulože napor u njegovo ostvarenje i razvoj. Uz pojedince, odgovornost za postizanje općega dobra snosi i sama politička zajednica jer je opće dobro „razlog postojanja političke vlasti“ (Papinsko vijeće „Iustitia et pax“, 2005, str. 130), ali i svaka nacija putevima međunarodne suradnje. Budući da načelo općega dobra tvore pojedinci i manje skupine u društvu koje se ujedinjuju u zajednicu, njihova nastojanja koja proizlaze iz pojedinačnih potreba, želja i interesa tvore uzroke i izvore općeg dobra. Iz ovoga proizlazi da se opće dobro može ostvariti samo ako se sva snaga i vještine ulože u društvenu suradnju, vodeći pri tome računa o skladu između surađivanja s drugima i osobnih želja i interesa.

Načelo općeg dobra u središte stavlja dinamiku odnosa, s jedne strane, onoga što uključuje čovjekovu jedinstvenost kao osobe, a s druge strane, njegovu socijalnost, odnosno komunitarnu dimenziju njegovog postojanja. Čovjek kao *zoon politikon* unutar društva teži ostvarenju osobne sreće i zadovoljstva te postignuću zadanoga cilja. Drugim riječima, on teži prema svom osobnom dobru. Da bi postigao taj cilj i ostvario, prema subjektivnim mjerilima, svoje osobno dobro prepoznatljivo izričajem vlastitog zadovoljstva i osjećaja potpune ispunjenosti, čovjek ne smije iz vida ispustiti glavnu svrhu društveno-političke zajednice, države, a to je opće dobro. Načelo općega dobra, međutim, ne stoji nasuprot dobru pojedinca niti je pak na neki način zbroj dobara većine pojedinaca (Papinsko vijeće „Iustitia et pax“, 2005). Priznajući i afirmirajući čovjekovo dostojanstvo opće dobro uistinu potvrđuje nužnost i značaj dobra zajednice. Dakle, da bi se postiglo dobru pojedinca nužno je postojanje općeg dobra zajednice. No opće dobro zajednice pojedinac ne traži ponajprije za samoga sebe već radi drugih unutar društva, koji samo u društvenoj zajednici mogu učinkovito postići svoje dobro (Benedikt XVI., 2010). Stoga ono nije lako postići, nego je nužna sposobnost i ustrajnost u traganju za dobrom drugoga kao da je vlastito dobro.

3. KORIZMENO-USKRSNE POSLANICE KARDINALA FRANJE KUHARIĆA (1990. – 1997.)

U istraživanju pojma općega dobra analizirane su poslanice kardinala Franje Kuharića od 1990. do 1997. godine, koje je on uputio u korizmeno-uskršno vrijeme. Riječ je o osam korizmeno-uskršnih poslanica sljedećih naslova koje su navedene kronološki: 1990. godine *Krist je ljubio Crkvu* (usp. Ef 5, 25) (Kuharić, 1990 a), 1991. godine *U molitvi ustrajte!* (Kol 4, 2) (Kuharić, 1997 f), 1992. godine *Uz križ Isusov stajaše Majka njegova* (usp. Iv 19, 25) (Kuharić, 1997 g), 1993. godine *Na svoju sliku stvori Bog čovjeka* (Post 1, 27) (Kuharić, 1997 b), 1994. godine *Obratite se i ujerujte Evandjelju!* (Mk 1, 15) (Kuharić, 1997 c), 1995. godine *Za slobodu nas Krist oslobodi* (Gal 5,1) (Kuharić, 1997 h), 1996. godine *Pa što je čovjek da ga se spominješ* (Ps 8, 5) (Kuharić, 1997 d) i 1997. godine *Što govore ljudi, tko sam ja?* (Mk 8, 27) (Kuharić, 1997 e).

3.1. Pregled i učestalost uporabe pojma opće dobro po godinama u korizmeno-uskršnim poslanicama

Tablica 1.

GODINA	FREKVENCIJA	POSTOTAK (%)
1990.	5	41,7
1991.	0	0,0
1992.	1	8,3
1993.	0	0,0
1994.	0	0,0
1995.	2	16,7
1996.	3	25,0
1997.	1	8,3
Ukupno	12	100

Iz tablice 1, u kojoj je prikazana uporaba i učestalost uporabe pojma opće dobro u korizmeno-uskršnim poslanicama kardinala Franje Kuharić od 1990. do 1997. godine, vidljivo je da je u ovom istraživanju pronađeno da je pojam sveukupno uporabljen dvanaest puta. Uporaba je zabilježena kod pet koriz-

meno-uskrasnih poslanica (1990., 1992., 1995. – 1997.), što iznosi 63,0 %, tj. nešto malo manje od dvije trećine od ukupnog broja istraživanih poslanica. Vidljivo je da je navedeni pojam najviše uporabljiv u 1990. godini, dakle u samom početku razdoblja istraživanja. Te je godine kardinal Franjo Kuharić pet puta uporabio navedeni pojam, što iznosi 41,7 %. U 1996. godini kardinal Kuharić učinio je to tri puta ili 25,0 %; dakle u te dvije godine zabilježena je najveća frekventnost pojma opće dobro, preko 2/3 od ukupnog broja istraživanja. S druge strane, u tri godine, 1991., 1993. i 1994., nije zabilježena ni jedna uporaba navedenoga pojma. U posljednjoj trećini istraživanja korizmno-uskrasnih poslanicâ, od 1995. do 1997. godine, u svakoj godini taj je pojam uporabljen barem jedan puta. Godine 1995. to je učinjeno dva puta (16,7 %), 1996. tri puta (25,0 %) i 1997. jedan puta (8,3 %), što ukupno čini postotak od 50,0 %, dakle polovina u odnosu na cijelo razdoblje istraživanja učestalosti uporabe.

3.2. Kontekst uporabe pojma opće dobro

Kontekst u kojem je pojam opće dobro zabilježen i uporablja se jest neodvojivo povezan uz shvaćanje kardinala Franje Kuharića o karakteru kršćanske vjere. Naime, iako je ona u sebi prije svega osobna, vjera nije samo privatna stvar, nego uz individualnu dimenziju posjeduje i onu socijalnu. Stoga kardinal Kuharić u svojim korizmno-uskrasnim poslanicama, počevši od one iz 1990. godine kada i najčešće (pet puta) uporabljuje pojam općega dobra, ponajprije opisuje narav i poslanje Crkve u kontekstu nove, demokratske vlasti iznoseći i promičući njezino naučavanje i o odnosima u društvu, napose politici i političkim strankama kojima je razlog postojanja upravo opće dobro (Papinsko vijeće „Iustitia et pax“, 2005). Kuharić (1990 a, str. 43) donosi definiciju općeg dobra koje „uključuje dobro osobe, obitelji i naroda, društva u cjelini“. Navedena definicija navodi se, s tek neznatnim odstupanjima, ali uvijek s tri konstitutivna elementa – pojedinac, obitelj i narod/zajednica, i u njegovim korizmno-uskrasnim poslanicama druge polovice razdoblja istraživanja (1997 h, 1997 d i 1997 e). Naglasiti dobro osobe, obitelji i zajednice kao opće dobro, kardinalu Kuhariću od izuzetne je važnosti. Naime, njemu je jasno da se dobro pojedinca, obitelji ne može postići bez dobra zajednice, odnosno onoga što i jest opće dobro i obrnuto. Ta suradnja, usmjerenost jednih na druge, trajno zalaganje oko rada na općem dobru koje ponajprije ide u korist drugoga i drugih, sadržane su u samoj biti kršćanske poruke. Svjesnost o ulozi političkih i javnih vlasti, kao i onih koji su na vlasti te o njihovoj odgovornosti za opće dobro, istaknuto je osobito u kardinalovim korizmno-uskrasnim poslanicama iz 1992., 1996. i 1997. godine (1997 g, 1997 d i 1997 e). No govoreći o vjerskom i javnom životu kršćana, osobito kod govora o kršćaninovoju svjetovnoj dimenziji, Kuharić dva puta

(1990 a) ističe i odgovornost svakog vjernika za opće dobro. Prilikom objašnjenja demokracije kao političkog sustava te kršćanskog pristupa biralištima kardinal naglašava da je dužnost vjernika da on u političkom životu sudjeluje kao aktivan suradnik za opće dobro (1990 a). Zanimljivo je istaknuti da je kardinal Franjo Kuharić u poslanici iz 1996. godine činjenično pobrojao sve loše čine koji ugrožavaju opće dobro kao što su: pljačka, krađa, prijevarena, nasilje, silovanje, mučenje čovjeka od čovjeka, razbojstva, ubojstva te sav nemoral. Sa zaključkom tog odlomka da „politika bez morala vodi u nečovječnost“ (1997 d, str. 462) kardinal je želio u tom kontekstu naglasiti veliki značaj uloge moralnih načela u javnom i političkom životu zajednice, kao i posljedice njihove odsutnosti.

4. PROPOVIJEDI ZA DAN DRŽAVNOSTI KARDINALA FRANJE KUHARIĆA (1990. – 1997.)

U istraživanju pojma općega dobra od 1990. do 1997. godine analizirane su propovijedi kardinala Franje Kuharića koje je on uputio povodom Dana državnosti. Riječ je o sedam propovijedi sljedećih naslova prikazanih kronološki: 1990. godine *Vlada pravicom održava državu* (usp. Izr 29, 4) (Kuharić, 1990 b), 1991. godine *Propovijed za Dan državnosti na Tijelovo, 30. svibnja 1991.* (Kuharić, 1991), 1992. godine *Zagrebačka katedrala, 30. svibnja 1992. – Dan državnosti. Kako urediti Hrvatsku* (Kuharić, 1995 b), 1994. godine *Svi koje vodi Duh Božji sinovi su Božji* (Rim 8, 14) (Kuharić, 1994), 1995. godine *Misa za domovinu na Dan državnosti. Zagreb, katedrala, 30. svibnja 1995.* (Kuharić, 1995 a), 1996. godine *Dan državnosti. Sveta misa za Domovinu. Katedrala, 30. 5. 1996.* (Kuharić, 1996). i 1997. godine *Dan državnosti. Katedrala, 30. svibnja 1997.* (Kuharić, 1997 a). Premda je kardinal Kuharić u kontinuitetu, od 1990. pa do 1997. godine, upućivao svoju riječ u propovijedima povodom Dana državnosti, zbog najvjerojatnijeg razloga o nepostojanju originalne propovijedi za Dan državnosti iz 1993. godine u pisanom obliku, navedena nije mogla biti analizirana te je izostavljena iz tabličnog prikaza.²⁷⁸

278 Kardinal Franjo Kuharić je na Duhovskoj misi, koja se 1993. godine poklopila s Danom državnosti, u propovijedi izrekao misli povodom državnog praznika, o čemu se tek dijelom može čitati u crkvenom tjedniku „Glas Koncila“ od 6. lipnja 1993. godine s naslovom *Mise za domovinu povodom Dana državnosti. Gradimo domovinu na istini, ljubavi i poštenju.*

4.1. Pregled i učestalost uporabe pojma opće dobro po godinama u propovijedima za Dan državnosti

Tablica 2.

GODINA	FREKVENCIJA	POSTOTAK (%)
1990.	1	2,3
1991.	2	4,7
1992.	1	2,3
1994.	11	25,6
1995.	3	6,9
1996.	14	32,6
1997.	11	25,6
Ukupno	43	100

Tablica 2, u kojoj je dan pregled učestalosti uporabe pojma opće dobro u propovijedima za Dan državnosti kardinala Franje Kuharića u razdoblju istraživanja od 1990. do 1997. godine, prikazuje da je, od dostupnih sedam propovijedi, u svima zabilježena uporaba navedenog pojma, što iznosi 100,0 %. Iz tablice 2 vidljivo je, također, da je istraživani pojam sveukupno u tom razdoblju uporabljen 43 puta. Najviše, čak 14 puta, odnosno 32,6 %, što je gotovo 1/3, zabilježeno je 1996. godine. Slijede dvije godine, 1994. i 1997., kada je to u svakoj učinjeno po 11 puta (25,6 %). Dakle, na propovijedi s dvoznamenkastim brojem zabilježene učestalosti uporabe pojma opće dobro otpada 83,8 % ili znatno više od 2/3 ukupne učestalosti uporabe. Uporaba istraživanog pojma zabilježena je u manje od pet puta od 1990. do 1992. te 1995. godine, s tim da 1995. godine frekventnost iznosi tri, odnosno 6,9 %, dok je ona najniža u godinama 1990. i 1992. kada iznosi po jedan puta za svaku godinu, odnosno 2,3 %. S obzirom na učestalost uporabe jasno se vidi da je ona značajno veća u drugom dijelu razdoblja istraživanja.

4.2. Kontekst uporabe pojma opće dobro

Za razliku od korizmeno-uskrasnih poslanica u kojima se kardinal Franjo Kuharić prvotno obraća vjernicima kršćanima, kao i svim ljudima dobre volje, u propovijedima za Dan državnosti prvotni adresati su predstavnici političke vlasti, sam vrh na čelu s predsjednikom Republike Hrvatske, zatim saborski

zastupnici, predstavnici diplomacije te javnih institucija iz društvenog i kulturnog života, a zatim vjernici kršćani. Stoga je razumljivo da je govor o općem dobru smješten u najvećoj mjeri uz politiku, u širem značenju, kao ona koja obuhvaća sav društveni život i cjelokupni angažman, ali i u njezinom užem značenju, kao obnašanje vlasti. Dajući već na samom početku definiciju općega dobra kao dobra „u kojem je uključeno dobro osobe, obitelji i naroda“ (1990 b, str. 65), Kuharić ističe da je smisao vlasti, s posebnim naglaskom na političku, služenje općem dobru (1994, 1995 a, 1996, 1997 a), dakle i dobru pojedinca i obitelji i naroda čime se naglašava njihova komplementarnost kao ključ razumijevanja samoga pojma općeg dobra. Budući da je u sadržaj općeg dobra uključena osoba, njoj je potrebno, na temelju socijalnih odnosa u društvu čija je infrastruktura u nadležnosti političke zajednice, države (ovi su pojmovi za Kuharića sinonimi), omogućiti dostojan život. Kuharić stoga i navodi definiciju općeg dobra s Drugog vatikanskog koncila koja kaže da opće dobro „obuhvaća sve uvjete društvenog života u kojima ljudi, obitelji i društva mogu potpunije i lakše postići svoje usavršavanje“ (1996, str. 84) kojom potvrđuje da je dobro osobe zapravo opće dobro. U tom kontekstu stoga ne iznenađuje da kardinal prilikom govora o općem dobru najveći dio sadržaja u svojim propovijedima u drugom dijelu razdoblja istraživanja posvećuje također naravi, smislu i odgovornosti same političke zajednice, kao i organizaciji i konkretnim zadaćama trodiobne vlasti s naglaskom na socijalnu pravednost (1994, 1995 a, 1996 i 1997 a). Spominjući opće dobro Kuharić u propovijedima otkriva jedan novi aspekt koji je razumljiv zbog ratnih i poratnih okolnosti u kojima se nalazila Republika Hrvatska u to vrijeme. Opće dobro za njega je sloboda, sigurnost i mir (1991, 1996), a put k njegovom ostvarenju vodi kroz suradnju, poštovanje drugih, slogu te iskreni dijalog.

5. POJMOVI I SINTAGME U FUNKCIJI SINONIMA OPĆEG DOBRA KOD KARDINALA FRANJE KUHARIĆA U KORIZMENO-USKRSNIM POSLANICAMA I PROVIJEDIMA ZA DAN DRŽAVNOSTI (1990. – 1997.)

Uz pojam opće dobro kardinal Franjo Kuharić je za isti sadržaj upotrijebio i neke druge pojmove i sintagme koji su u tablicama navedeni abecednim redom te je upisana godina korizmeno-uskrsne poslanice, odnosno propovijedi za Dan državnosti u kojima su oni uporabljivani.

5.1. Pregled pojmova/sinonima u korizmeno-uskršnim poslanicama

Tablica 3.

POJMOVI/SINTAGME – SINONIMI	GODINE
dobro pojedinca, obitelji, domovine	1993. i 1994.
dobro svih	1990.
dobro zajednice/naroda/države	1993. (dva puta) i 1996.
poticati na / djelovati za dobro svih ljudi i naroda	1991.
opća dobrobit	1996.
služiti dobru	1990.

Tri poslanice iz godinâ 1991., 1993. i 1994. izrijeком ne navode pojam općega dobra, ali upotrebljavaju pojmove i sintagme koji u funkciji sinonima opisuju isti sadržaj kao i onaj koji se tiče pojma opće dobro. To su: *dobro pojedinca, obitelji, domovine*, odnosno *dobro zajednice/naroda/države* i *poticati na / djelovati za dobro svih ljudi i naroda*. Iako je u poslanicama iz 1990. i 1996. godine zabilježena uporaba istraživanoga pojma, čak i po nekoliko puta, što se može vidjeti iz tablice 1, u njima su zabilježeni pojmovi i sintagme *dobro svih*, zatim *dobro zajednice, naroda, države*, potom *opća dobrobit* te *služiti dobru* kojima se izražava i opisuje ista stvarnost kao i kod pojma opće dobro. U korizmeno-uskršnim poslanicama iz 1992., 1995. i 1997. godine nije pronađen ni jedan drugi pojam ili sintagma u funkciji sinonima općega dobra.

5.2. Propovijedi za Dan državnosti

Tablica 4.

POJMOVI/SINTAGME	GODINE
blagostanje Domovine	1990.
da svima bude dobro	1990.
dobro svih građana	1990.

dobrobit sviju	1990.
napredak cijele zajednice	1994.
svi žele/nastoje činiti dobro svima	1990.
za svako dobro	1994.
zajedničko dobro	1996. i 1997.

Iako je kardinal Franjo Kuharić pojam općega dobra uporabio u svakoj propovijedi, u nekima i po nekoliko puta što prikazuje tablica 2, četiri prigodne propovijedi za Dan državnosti, i to iz godinâ 1990., 1994., 1996. i 1997., donose pojmove i sintagme kojima se izražava i opisuje isti sadržaj kao i kod pojma opće dobro. Najviše pojmova i sintagmi u funkciji sinonima općega dobra pronađeno je u propovijedi s otvaranja Hrvatskoga sabora iz 1990. godine.

6. ZAKLJUČAK

Poslanje Katoličke Crkve jest navještaj i svjedočenje spasenja svakom čovjeku. Budući da je usmjereno k dobru čovjeka koji je po svojoj naravi upućen na druge, Crkva može svoje poslanje vršiti jedino ako u taj proces istodobno uključuje društvenu stvarnost, odnosno čovjekovu socijalnu dimenziju. Svojom otvorenošću prema svijetu ona je pozvana biti konkretno prisutna u svim prilikama i na svim mjestima jer prema riječima pape Franje „to znači ono ‘katolička’“ (Papa Franjo, 2021., str. 192). U novim uvjetima u kojima je gotovo preko noći u Hrvatsku ušla demokracija s pravima, slobodama i odgovornostima, višestranački parlamentarni sustav, trodiobna podjela vlasti, sloboda i neovisnost, ali i stvarnost nametnutog rata, kardinal Franjo Kuharić prihvatio je izazove odgovorne zadaće koji su stavljeni pred njega kao prvog čovjeka Katoličke Crkve. Da bi mogao govoriti o konstitutivnim odnosima unutar društva koje se suočilo s do tada nepoznatim datostima, nužno je bilo rastumačiti ih u svjetlu socijalnog nauka Crkve tako da budu razumljivi, a potom aktualizirani.

Jedno od temeljnih načela društvenog života jest opće dobro. Ono podržava dinamiku odnosa između dobra pojedinca i dobra društvene zajednice koja omogućuje uvjete za razvoj i usavršavanje pojedinaca, obitelji i manjih zajednica (Lewis, 2019). Stoga je kardinal Franjo Kuharić upravo uz pomoć navedenoga pojma, koji je u to vrijeme tek ulazio u crkveni i društveni prostor te je bio svojom uporabom, a još više sadržajem, nedovoljno artikuliran, u svojih

pet korizmeno-uskrasnih poslanica, od ukupno osam, te u svim propovijedima za Dan državnosti od 1990. do 1997. godine, tumačio politiku, uzimajući je u širem i užem značenju, i vlast u pozitivnom i negativnom vidu. Iz govora o općem dobru i politici, odnosno političkoj vlasti, može se zaključiti da je politika skrb za opće dobro te kao takva predstavlja časno i prijeko potrebno služenje zajednici. On je govorio i o odgovornostima u doprinosu za opće dobro, i na individualnoj razini i na društveno-političkoj, ali i o dužnostima vjernika u političkom životu u kojem on treba biti aktivan, ali ponajprije moralan suradnik na općem dobru.

Opće dobro za Kuharića je dobro čovjeka, obitelji i naroda, zajednice. Bilo da je riječ o općem dobru kao temeljnom poretku koji dijele svi ljudi kao članovi zajednice ili pak o dobru koji je krajnji cilj, a dijele ga svi ljudi jer proizlazi iz dostojanstva i jednakosti svakog čovjeka, Kuharić sve poziva na njegovo zauzimanje. Njemu nije bilo svejedno kakvi će se zakoni izglasati o temama zaštite života, obitelji, odgoja, obrazovanja, sloboda i pravâ pojedinca i naroda te socijalne pravednosti. Stoga zauzimanje za opće dobro kod Kuharića znači, s jedne strane, brinuti se za institucije koje oblikuju sam društveni suživot, a s druge strane ono traži i osobno darivanje prožeto ljubavlju te ugrađivanje vlastitih sposobnosti u njegovo ostvarenje osobnim dobrom. Kardinal je jasno istaknuo da opće dobro ipak nije svrhom samo sebi. Uz to što u svojoj društvenoj svrhovitosti služi kao pomoć pojedincu i skupinama u društvu u ispunjenju njihovih vlastitih zadaća i ciljeva, ono stvara preduvjete za zajednički suživot u miru. Iako je pojam opće dobro često uporabljivao, u nekim poslanicama i propovijedima ovoga istraživanja i po nekoliko puta, Kuharić je prilikom govora o brizi za dobra drugih i dobra zajednice koristio i neke druge pojmove i sintagme kojima je dodatno razjašnjavao sadržaj općega dobra i približavao ga čovjeku toga vremena.

Može se u konačnici zaključiti da je za Kuharića govoriti o općem dobru značilo govoriti o vlasti ili strukturama koje su pozvane voditi brigu o njemu, ali ono podrazumijeva i dobro osobe te kršćansku solidarnost koja uključuje spremnost da se po strani ostave vlastite želje i težnje zbog potreba drugih.

LITERATURA

1. Baloban, S. i Petrović Štefanac, D. (2022). *Fratelli tutti. Poziv na socijalno prijateljstvo i sveopće bratstvo*. Zagreb : Kršćanska sadašnjost.
2. Benedikt XVI. (2010). *Caritas in veritate. Ljubav u istini*. Zagreb : Kršćanska sadašnjost.

3. Drugi vatikanski koncil. (2008). Pastoralna konstitucija o Crkvi u suvremenom svijetu „Gaudium et spes“ (str. 651 – 816). U *Dokumenti*. Zagreb : Kršćanska sadašnjost.
4. Höffner, J. (2005.). *Kršćanski socijalni nauk*. Roos, L. (ur.). Zagreb : Kršćanska sadašnjost – Centar za promicanje socijalnog nauka Crkve.
5. Ivan Pavao II. (1991). *Centesimus annus. Stota godina*. Zagreb : Kršćanska sadašnjost.
6. Kuharić, F. (1990 a). Korizmeno-uskrsna poslanica. Krist je ljubio Crkvu (usp. Ef 5, 25). *Službeni vjesnik nadbiskupije Zagrebačke*, 77(2), 38-46.
7. Kuharić, F. (1990 b). Otvaranje Hrvatskog sabora. Vlada pravicom održava državu (usp. Izr 29, 4). *Službeni vjesnik nadbiskupije Zagrebačke*, 77(3), 65-66.
8. Kuharić, F. (1991). Propovijed za Dan državnosti na Tijelovo, 30. svibnja 1991. *Arhiv Zagrebačke nadbiskupije*.
9. Kuharić, F. (1994). Svi koje vodi Duh Božji sinovi su Božji (Rim 8, 14). *Službeni vjesnik nadbiskupije Zagrebačke*, 81(4), 89-91.
10. Kuharić, F. (1995 a). Misa za domovinu na Dan državnosti. Zagreb, katedrala, 30. svibnja 1995. *Službeni vjesnik nadbiskupije Zagrebačke*, 82(3), 87-89.
11. Kuharić, F. (1995 b). Zagrebačka katedrala, 30. svibnja 1992. – Dan državnosti. Kako urediti Hrvatsku (str. 233-237). U M. Gabrić (ur.), *Mir je djelo pravde: pouke, propovijedi i apeli 1988-94*. Zagreb : Glas Koncila.
12. Kuharić, F. (1996). Dan državnosti. Sveta misa za Domovinu. Katedrala, 30. 5. 1996. *Službeni vjesnik nadbiskupije Zagrebačke*, 83(3), 83-85.
13. Kuharić, F. (1997 a). Dan državnosti. Katedrala, 30. svibnja 1997. *Službeni vjesnik nadbiskupije Zagrebačke*, 84(3), 55-56.
14. Kuharić, F. (1997 b). Na svoju sliku stvori Bog čovjeka (Post 1, 27) (str. 383 – 404). U M. Gabrić (ur.). *Korizmeno-uskrsne poslanice kardinala Franje Kuharića Franje Kuharića*. Zagreb : Glas Koncila.
15. Kuharić, F. (1997 c). Obratite se i vjerujte Evanđelju! (Mk 1, 15) (str. 405 – 423). U M. Gabrić (ur.). *Korizmeno-uskrsne poslanice kardinala Franje Kuharića Franje Kuharića*. Zagreb : Glas Koncila.
16. Kuharić, F. (1997 d). Pa što je čovjek da ga se spominješ (Ps 8, 5) (str. 447 – 472). U M. Gabrić (ur.). *Korizmeno-uskrsne poslanice kardinala Franje Kuharića Franje Kuharića*. Zagreb : Glas Koncila.
17. Kuharić, F. (1997 e). Što govore ljudi, tko sam ja? (Mk 8, 27) (str. 473 – 503). U M. Gabrić (ur.). *Korizmeno-uskrsne poslanice kardinala Franje Kuharića Franje Kuharića*. Zagreb : Glas Koncila.

18. Kuharić, F. (1997 f). U molitvi ustrajte! (Kol 4, 2) (str. 345 – 363). U M. Gabrić (ur.). *Korizmeno-uskrsne poslanice kardinala Franje Kuharića Franje Kuharića*. Zagreb : Glas Koncila.
19. Kuharić, F. (1997 g). Uz križ Isusov stajaše Majka njegova (usp. Iv 19, 25) (str. 365 – 381). U M. Gabrić (ur.). *Korizmeno-uskrsne poslanice kardinala Franje Kuharića Franje Kuharića*. Zagreb : Glas Koncila.
20. Kuharić, F. (1997 h). Za slobodu nas Krist oslobodi (Gal 5, 1) (str. 425 – 445). U M. Gabrić (ur.). *Korizmeno-uskrsne poslanice kardinala Franje Kuharića Franje Kuharića*. Zagreb : Glas Koncila.
21. Lav III. (1991 [1891]). Rerum novarum. O novim stvarima (str. 1-30). U M. Valković (ur.), *Socijalni dokumenti Crkve. Sto godina katoličkoga socijalnog nauka*. Zagreb: Kršćanska sadašnjost.
22. Mise za domovinu povodom Dana državnosti. Gradimo domovinu na istini, ljubavi i poštenju (1993). *Glas Koncila*, 6. lipnja, 32(23), 1-3.
23. Papa Franjo (2015). *Laudato si' Enciklika o brizi za zajednički dom*. Zagreb: Kršćanska sadašnjost.
24. Papa Franjo (2021). *Fratelli tutti. Enciklika o bratstvu i socijalnom prijateljstvu*. Zagreb: Kršćanska sadašnjost.
25. Papinsko vijeće „Iustitia et pax“ (2005). *Kompendij socijalnog nauka Crkve*. Zagreb: Kršćanska sadašnjost.
26. United States Catholic Bishops (2011). *Sharing Catholic Social Teaching: Challenges and Directions*. Dostupno na <https://www.usccb.org/resources/sharing-catholic-social-teaching-challenges-and-directions>
27. Lewis, V. B. (2019). Catholic Social Teaching on the Common Good (str. 235-266). G. V. Bradley i E. C. Brugger (ur.). *Catholic Social Teaching: A Volume of Scholarly Essays*. New York : Cambridge University Press.
28. Petrović Štefanac, D. i Pinezić, M. (2023.). Pojam općega dobra u crkvenom govoru u Hrvatskoj! Je li hrvatskim građanima (ili široj hrvatskoj javnosti) razumljiv ovakav govor? U S. Baloban – S. Migles – D. Petrović Štefanac (ur.). *Opće dobro u crkvenom i društvenom životu u Hrvatskoj*. Zagreb : Centar za promicanje socijalnog nauka Crkve – Katolički bogoslovni fakultet – Kršćanska sadašnjost (u tisku)
29. Petrović Štefanac, D. (2013). Prema cjelovitom humanizmu. Kardinal Franjo Kuharić – apostol novoga društveno-političkog poretka. *Bogoslovska smotra*, 83(2), 333-352.
30. Spajić, Zdenko (2019). *Uvod u društveni nauk Crkve*. Sarajevo – Zagreb : Katolički bogoslovni fakultet – Glas Koncila.

INTEGRATED MANAGEMENT OF MEDVEDNICA NATURE PARK

Stručni rad

Marina Popijač

Public Institution Nature Park Medvednica
Bliznec 70
10000 Zagreb
marina.popijac@pp-medvednica.hr

Martina Jurjević Varga

Public Institution Nature Park Medvednica
Bliznec 70
10000 Zagreb
martina.j.varga@pp-medvednica.hr

Stjepan Posavec

Faculty of Forestry and Wood Technology –
University of Zagreb
Svetošimunska 23
10000 Zagreb
sposavec@sumfak.hr

Silvija Zec

Croatian Chamber of Forestry and Wood
Technology Engineers
Prilaz Gjura Deželića 63
10000 Zagreb
silvija.zec@hkisdt.hr

Abstract

Medvednica is a mountain of extraordinary importance for the local population, who have used it in various ways throughout history. People hunted on Medvednica, gathered forest fruits, collected firewood, and mined silver and stone for construction. There are traces of human presence since prehistoric times, which is confirmed by archaeological findings in numerous sites. In the Veternica cave, the oldest evidence of human presence on Medvednica was found (stone artifacts from the Paleolithic period used by Neanderthals). In the 13th century, the locals sought shelter in hidden places, so they built forts (Medvedgrad, Susedgrad, Zelingrad). After the Ottomans left, manors

and summer houses were built at the foot of the mountain (Kulmer Castle, Pongratz, Oršić Castle, Junković, Ružić summer house), which led to Medvednica being used as a vacation resort. In the second half of the 19th century, Medvednica became a place of recreation. In 1870, the first mountain climbing facility was built – a wooden pyramid; mountain trails were laid out and mountain lodges built, and at the end of the 19th century, Sljeme Road was built. At the same time, the inhabitants started more intensive food production, agriculture, and cattle breeding, which led to deforestation and the reduction of forest areas. Today, the decrease of the forest is reduced to a minimum, the first organized protection began in 1963 with the declaration of eight special reserves of forest vegetation, and in 1981 Medvednica was declared a nature park. Since 1998 it has been managed by the Public Institution Nature Park Medvednica. Today, Medvednica is mainly used by the local population, but certain sites such as Medvedgrad, which gained a new function as a visitor center after the renovation, attract many foreign tourists as well. Since 2014, the Medvednica Nature Park has held the European Charter for Sustainable Tourism (ECST) issued by the Europarc Federation. This paper aims to show the preconditions for the development of an integrated management of this area, involving all stakeholders following the strategic objectives of future development.

Keywords: Medvednica, nature park, protection, sustainable use, integrated management

INTEGRIRANO UPRAVLJANJE PARKOM PRIRODE MEDVEDNICA

Sažetak

Medvednica je planina od iznimnog značaja za lokalno stanovništvo koje ju je kroz povijest različito koristilo. Na tom području lovila se divljač, ubirali šumski plodovi, sakupljalo drvo za ogrjev, kopalo srebro i kamen za gradnju. Tragova korištenja ima od pretpovijesnog doba, što potvrđuju arheološki nalazi na brojnim lokalitetima. U špilji Veternici pronađeni su najstariji dokazi o prisutnosti čovjeka na Medvednici (kameni artefakti iz paleolitika koje su koristili neandertalci). Zbog osvajačkih pohoda s istoka u 13. stoljeću lokalno stanovništvo tražilo je zaštitu na skrovitim mjestima te je počela gradnja utvrda (Medvedgrad, Susedgrad, Zelingrad). Nakon odlaska Turaka na nižim predjelima grade se kurije i ljetnikovci (Kulmerovi dvori, Pongratz, dvorac Oršić, Junković, ljetnikovac Ružić), što govori u prilog tome da se Medvednica počela koristiti za odmor. U drugoj polovici 19. stoljeća Medvednica postaje mjesto za rekreaciju. Godine 1870. izgrađen je prvi planinarski objekt – drvena piramida; uređuju se planinarski putovi i domovi, a krajem 19. stoljeća izgrađena je Sljemenska cesta. Ujedno lokalni stanovnici započinju s intenzivnijom proizvodnjom hrane, poljoprivredom i stočarstvom, što uzrokuje krčenje šume i smanjivanje šumske površine. Danas je smanjivanje površina pod šumom svedeno na minimum, prva organizirana zaštita počela je 1963. godine proglašenjem osam posebnih rezervata šumske vegetacije, a 1981. godine prostor Medvednice proglašen je parkom prirode kojim od 1998. godine upravlja javna ustanova za upravljanje zaštićenim područjem. Danas Medvednicu koristi uglavnom stanovništvo okruženja, no pojedini lokaliteti kao Medvedgrad, koji je obnovom dobio novu funkciju centra za posjetitelje, privlače i brojne strane turiste. Park je od 2014. godine nositelj povelje održivog turizma (ECST) koju izdaje Udruga europskih parkova. Cilj je rada prikazati preduvjete za razvoj integriranog upravljanja tim prostorom kako bi se uključili svi dionici u skladu sa strateškim ciljevima budućeg razvoja.

Ključne riječi: Medvednica, park prirode, zaštita, održivo korištenje, integrirano upravljanje

1. NATURAL FEATURES AND SIGNIFICANCE OF MEDVEDNICA

Medvednica is located in the northwestern part of the Republic of Croatia and extends for over 42 kilometers in the SW-NE direction on the territory

of the City of Zagreb, Krapina-Zagorje County, and Zagreb County. The largest part of its area, i.e., 8,438.13 ha (45.54%), belongs to the City of Zagreb; Krapina-Zagorje County covers 6,059.42 ha (32.7%), and 4,032.38 ha (21.76%) are part of Zagreb County. The highest peak is Sljeme (1,035 m.a.s.l.). The main mountain massif ends with the steep transverse ridge Lipa-Rog (Farkaš-Topolnik et al., 2009). Medvednica is shaped as a flattened ellipse and the terrain is extremely diverse and irregular, characterized by broken, fractured, and highly developed shapes. Together with the main ridge, which acts as a watershed, it is divided into three gravity areas: northern, western, and southern. The Medvednica landscape is a natural forest complex comprising a mountain-hilly and hilly mixed landscape overgrown with natural forests ranging from oak in the lower parts, to beech forests, and beech and fir forests in the peak area (Vukelić and Raus, 1998). The mountain massif is a dynamic, hilly relief through which numerous mountain streams flow. The springs are mostly located at an altitude above 750 meters above sea level and the streams are torrential due to the steep and narrow valleys in the upper reaches. Numerous streams have deeply incised valleys, and the areas are characterized by karst forms such as steep rocks, cliffs, sinkholes, valleys, caves, pits, and other formations.

Their occurrence contributes to the landscape diversity of the forest area and the diversity of habitats in general (Šikić, 1995). The Medvednica access area is a different landscape that includes settlements and surrounding open areas. This access area is characterized by human activities in agriculture and picturesque settlements on the slopes of the mountain. There are not many natural meadows on Medvednica and most of them are located in the eastern part of the Park, while the meadows in the peak zone are maintained by mowing and used by visitors as recreational areas. There are several significant geomorphological and speleological objects in Medvednica, among which the Veternica Cave stands out, the sixth-largest cave in the Republic of Croatia (Farkaš-Topolnik et al., 2009). Veternica Cave can be considered the oldest archaeological site in Zagreb, as it preserves evidence of a diverse life that lasted for thousands of years.

Veternica Cave is an important geomorphological natural monument. The first 380 m can be visited with a guide, while the other parts of the cave are for speleologists and scientists. Medvednica is a habitat for numerous animals. Several species of larger mammals live on the mountain, such as deer, wild boars, foxes, and others. It is also home to numerous species of birds, reptiles, amphibians, and insects. Many researchers use Medvednica as a study area to study the ecosystem, plant, and animal species, and the human impact on the environment. This research contributes to a better understanding of nature and is the basis for the management and conservation of this protected area.

2. HISTORICAL DEVELOPMENT OF MEDVEDNICA

Medvednica was first mentioned in historical sources in 1209 as Mons Ursi. The next time it was mentioned was in 1242 as Medvednich in the Golden Bull of King Bela IV, in which he granted the citizens of Gradec, among other privileges, the enjoyment of a large forest estate on Medvednica, which had been royal property until then, and in the document of King Ludovic, which allowed salt mining in Slani Potok from 1345 to 1347. The inhabitants of the mountain gave it a local name, so the name Zagrebačka gora is used for the central part, the western part is called Vrabečka gora, the eastern Markuševačka gora, and on the northern side its parts are called Bistranska and Stubička gora. It is also called Sljeme, after its highest peak. Despite the many names, Medvednica remained with the people, as did Medveščak stream, Medvedgrad fortress, and Medvedski breg, whose names have the same origin as the word “medvjed”, which means bear.

The oldest human remains found in the Veternica Cave belong to the Neanderthals and date back to the time of the developed Middle Paleolithic. Among the animal remains in the Veternica Cave, about 70 species have been discovered, including cave bears, cave lions and leopards, cave hyenas, prehistoric cattle, giant deer, wild cats, and others (Farkaš-Topolnik et al., 2009). In addition to animal remains, flint artifacts such as skewers, scrapers, daggers, and other tools have been found, testifying to the presence of humans and their activities in the cave. The first quarries in Medvednica from the Roman period testify to the presence of Roman culture and its influence, which is confirmed by the remains of several altars dedicated to important Roman gods such as Jupiter, Silvanus, and Hercules. In the Middle Ages, Medvednica witnessed the development of feudal ownership and the establishment of land tenure in the region. Susedgrad is located in the far west above the Sava River, while Medvedgrad was built in the south in an exceptionally strategic position. To the east lies Zelingrad, while Gradec and Kaptol, part of today's Zagreb city center, are also important medieval towns. The villages of Vrapče and Vugrovec developed at the foot of the Medvednica, while Gornja Bistra, Golubovec, and Gornja Stubica were located on the Zagorje side. According to the information provided by the Ministry of Culture and Media of the Republic of Croatia in the Register of Cultural Heritage of the Republic of Croatia (Webregister, 2023), there are a total of 16 buildings on Medvednica that have the legal status of protected cultural heritage. Among them are fifteen immovable individual cultural heritage monuments and one cultural-historical unit.

Medvedgrad is the largest medieval castle and one of the largest medieval monuments in the Zagreb region, located on the hill Mali Plazur (593 m above

sea level). The question of who was responsible for the construction of this medieval fortress is often asked and could not be fully clarified until today (Tomičić, 2014). The first answer was given in 1854 by Ivan Kukuljević Sakcinski, who claimed that Zagreb Bishop Filip was the founder of Medvedgrad. The fortress was built from 1249 to 1254 to protect Kaptol and the bishop's lands from the Tatar threat. Historian Nada Klaić (1987) believes that Medvedgrad existed before the Tatar attacks in 1242, and claims that Duke Koloman built Medvedgrad as a palace, not a fortress, as a palace and a chapel were built within the complex. Restorer and art historian Drago Miletić points out that Medvedgrad was a bishop's town built in a short period of the 13th century (Miletić, 2012). Miletić believes that it was King Bela IV who was responsible for the construction of the fortress and that he took over Medvedgrad as bishop after Filip left. Croatian historian Lelja Dobronić (1992) states that the answer to the question about the date of Medvedgrad's foundation is to be found in the document to which all the mentioned researchers refer, the letter of Pope Innocent IV. At the Church Council held in Lyon in 1245, the Pope named the Tatar invasions as one of the five greatest problems of that time, and in the same year he sent letters to the bishops asking them to find, in cooperation with the King, a safe place where they could flee in case of emergency. Bishop Filip was supported by King Bela IV and Kaptol, and the King granted him a plot of land on Medvednica, which enabled the construction of the Medvedgrad fortress in a relatively short time, until 1252. It is also believed that from the very beginning, Medvedgrad was jointly owned by Bela IV, Kaptol, and the Bishop of Zagreb, who marked his share in the construction of Medvedgrad with the title Medvedgrad Chapel and dedicated it to his heavenly patrons, Saints Philip and Jacob.

The recent archeological research, which dealt with the study and comparison of the sculptural jewelry in Spiš, Ócsa, and Medvedgrad, expanded the scope of the patronage of Duke Koloman and the royal stonemasonry workshop, and the results support the thesis of Nada Klaić.

After the departure of the Turks, Medvednica became a popular tourist destination and the construction of castles and summer houses began, especially in the lower but picturesque parts of the mountain. The mansions of Kulmer and the castles of Pongratz, Oršić, and Junković are just a few examples of such buildings. These architectural curiosities represent a combination of historical and natural environments and became a symbol of luxury and relaxation at that time. Today, these castles and summer houses are cultural heritage and part of the historical identity of Medvednica, which visitors can explore to admire the ancient architecture and learn more about the past of this area.

The Middle Ages brought a new spirituality, which was reflected in the construction of sacral buildings on Medvednica. In the beginning, churches and chapels were built on the lower slopes of Medvednica near villages and settlements, while the first chapel built high up on the mountain was the Chapel of Saints Philip and Jacob in Medvedgrad, built in the transitional Romanesque-Gothic style. On the eastern slopes of the mountain, there is the Chapel of Marija Snježna from the 19th century. At the highest point near Sljeme Peak, the Chapel of Our Lady of Sljeme, Queen of Croats, was built in 1932. The most recent chapel on Medvednica was built in 2000 and is dedicated to the Croatian martyrs at the foot of the mountain hut “Lipa-Rog” in the eastern part of the mountain. These sacred objects are an important part of the cultural and spiritual heritage of Medvednica. In the 19th and 20th centuries, Medvednica developed into a popular destination for tourism and recreation. The construction of mountain houses, inns, hiking trails, and a ski resort attracted visitors with a beautiful natural landscape, varied hiking trails, and views of the surrounding area. The development of transport infrastructure and better accessibility of Medvednica contributed to its popularity as a recreational area.

Mining in Medvednica developed in different periods. The earliest records date back to the Middle Ages, when King Matthias Corvinus granted Petar Zrinski a royal mining privilege in 1463 (Farkaš-Topolnik et al., 2009). This privilege marks the beginning of mining on Medvednica. Economic and technical challenges, as well as the exhaustion of mineral resources, led to the gradual closure of the mine, and the remains of mining facilities and historical mining traces are still visible. In the 18th and 19th centuries, forestry developed on Medvednica and became an increasingly important industry, and the forests were recognized as a source of valuable timber and other forest resources. In the 18th century, forestry on Medvednica was organized within the framework of feudal rule, and landowners tried to plan the use of wood as a raw material and carried out other activities to meet their needs for timber. Management methods at that time were often unsustainable and did not consider the long-term sustainability of forest resources. In the 19th century, with the development of forest science and the increasing recognition of the importance of forest conservation, more modern methods of using and managing forests according to the principles of sustainable management and continuous natural restoration of forests came into use.

3. SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND MANAGEMENT OF THE PROTECTED AREA

The first initiative to protect Medvednica came from members of the Croatian Mountaineering Society in the second half of the 19th century. Their efforts resulted in certain forest areas being placed under protection as early as 1894. After the Second World War, there was a public desire to declare Medvednica a national park, but this was never realized. In the 1960s, the economic exploitation of Medvednica's forests intensified, which led the Republican Institute for Nature Protection to proclaim eight special forest vegetation reserves in 1963 to preserve the forests. Despite the protective measures taken, unplanned and excessive tree-cutting continued to occur in Medvednica forests. To prevent further damage to the forest ecosystems, the same institute prepared a study proposing the protection of Medvednica as a nature park. In 1981, the Parliament of the Republic of Croatia adopted the Law on the Designation of the Western Part of Medvednica as a Nature Park (Official Gazette No. 24/81). In 2009, due to inappropriate and illegal construction activity and intensive unplanned urbanization, especially in the southern peripheral areas, as well as the increase in the number of inhabitants within the park boundaries, the Parliament adopted the Act Amending the Act Declaring Medvednica a Nature Park (Official Gazette, 25/2009). With the above amendments, the area of the Medvednica Nature Park was reduced from the original 22,826 hectares to the current 17,938 hectares. In 1998, the Government of the Republic of Croatia adopted the Regulation on the Establishment of the Public Institution Medvednica Nature Park (Official Gazette, 118/98), which started its work in mid-2000.

The Public Institution plays a key role in the conservation of natural resources, biodiversity, and cultural heritage of the Medvednica Nature Park, which simultaneously benefits all stakeholders, the local population, and visitors. The sustainable development and management of the protected area are based on a balance between the protection of nature and the achievement of economic and social benefits. Continuous efforts in monitoring, research, planning, education, cooperation, and participation of the local population are key to the long-term conservation and sustainability of the Medvednica Nature Park. Management of the Medvednica Nature Park includes a range of activities and measures aimed at preserving the natural and cultural values of the area. Through the elaboration of management documents, the Public Institution Medvednica Nature Park has created a legal framework for the conservation of the natural values, which includes the protection of habitats, flora and fauna, and cultural heritage of Medvednica. The conservation obje-

ctives, as well as the management measures and activities to achieve these objectives, were established through the preparation and application of management documents. The basic management document that defines the state of the protected area and sets management and/or conservation objectives, activities to achieve the objectives and indicators for the implementation of the Public Institution plan is the Management Plan of the Medvednica Nature Park (Official Gazette No. 80/13, 15/18, 14/19, 127/19). The first management plan was prepared for the period from 2010 to 2019, and in 2023, a new management plan was prepared for the Medvednica Nature Park with the associated protected areas and the area of the ecological network (PU 5000), which will be valid from 2024 to 2033. Based on this basic planning document, the Public Institution Medvednica Nature Park, in cooperation with all stakeholders, will carry out activities related to the protection and preservation of cultural and natural values, monitoring and research, education, promotion, and interpretation of natural and cultural values, and visitor management. Monitoring biological and ecological parameters plays a key role in assessing ecosystems, species populations, and changes in the environment. Applied and targeted research and/or monitoring can collect data on species populations, their habitats, species diversity, ecosystem interactions, and other ecological parameters. Monitoring and research create a baseline scientific database that facilitates timely decision-making in the management of protected areas and the environment in general. The data collected can be used to reliably identify trends, evaluate the impact of various measures, and plan appropriate actions to protect biodiversity and the ecosystem.

Educational programs and campaigns are key to raising awareness of the importance of preserving Medvednica's natural and cultural heritage and are aimed at the local population, visitors, school classes, and all interested groups. Educational activities are carried out through various activities such as guided tours and workshops in the Park area, Veternica Cave, Zrinski Mine, and Medvedgrad Visitor Center. The education of kindergarteners and school children encourages the younger generation to become consciously involved in nature conservation. Programs for school children are carried out through field studies, educational games, workshops, and projects that promote environmental awareness, sustainable development, and the importance of nature. Education of locals plays a particularly important role and focuses on the ways and purposes of sustainable use of natural resources, promoting traditional knowledge and skills, and encouraging local entrepreneurs and producers to engage in sustainable tourism.

Campaigns conducted through the media, social networks, and other communication channels also play an important role in raising awareness about

Medvednica, informing the public about the values of the nature park, promoting and directing visits, and respecting the codes of conduct in order to reduce the negative impact on the environment.

The estimated annual number of visitors is based on several factors, including the number of tickets sold at facilities managed by the Public Institution, monitoring of participants in educational activities and events, based on traffic counts, and the number of tickets sold for the Sljeme cable car. It should be noted that this estimate may be subject to some uncertainty, but systematic monitoring of these factors provides a relatively reliable estimate of the number of visitors. Medvednica Nature Park is surrounded by three protected areas and directs its management policy towards progress and development, as well as cooperation with all institutions and organizations in the environmental field, surrounding management bodies, farmers, industry, and other stakeholders, to ensure a coherent and coordinated approach, reduce conflicts of interest and promote synergies through the exchange of experience and adoption of best management practices.

4. RESPONSIBLE APPROACH AND INTEGRATED OF THE PROTECTED AREA

The integral management of the protected area is essential for the conservation of its biodiversity and natural values. The integrated and responsible approach of all stakeholders in the Medvednica Nature Park and its surroundings, in harmony with the natural and cultural heritage, creates the conditions for the development of sustainable tourism. Continuous improvement of tourist infrastructure, promotion of local specificities, and creation of tourist products enable the creation of a recognizable tourist brand for Medvednica, taking into account the criteria of nature protection and cultural values. In order to combat the negative effects of development, it is crucial to invest in the development of professionals in rural areas and other selective forms of tourism. Special attention should be paid to the development of accommodation capacity and conference facilities, as well as to the promotion of rural, ecological, ethnic, and family tourism. With the joint commitment and cooperation of all stakeholders, as well as the harmonization of development goals with the preservation of natural and cultural values, the conditions for achieving the goals of sustainable tourism in the Medvednica region can be created. Important elements of integrated management are transparency, accountability, stakeholder participation, equal opportunities, cooperation, protection of natural and cultural values, and continuous improvement (Popijač et al., 2021).

Transparency, i.e., ensuring openness, accessibility, and clarity of information, as well as public participation in decision-making processes, helps prevent corruption and foster trust among stakeholders. Holding stakeholders accountable for acting, making decisions, and achieving goals in an ethical, fair, and legally compliant manner requires transparent reporting of performance and results. Involving all relevant stakeholders and interest groups in management processes sets the stage for better decision-making and greater support for implementation. This ensures balance and fairness in access to resources, benefits, and participation in management. Fair management considers the needs and interests of all stakeholders. Stakeholder collaboration requires actively building and maintaining partnerships among different stakeholders, sectors, and levels of government. Collaboration helps create synergies, share knowledge and resources, and reduce conflicts of interest. Management of the park area and ecological network is done to conserve natural and cultural resources, biodiversity, and cultural heritage. Integrity management ensures a balance between tourism valorization and the protection of natural and cultural values. Continuous monitoring and evaluation of management effectiveness, as well as identification and implementation of corrective actions to achieve better results, contribute to continuous improvement based on feedback, experience, and new knowledge.

5. STAKEHOLDERS IN THE MEDVEDNICA NATURE PARK

The Medvednica Nature Park is classified in the lowest category of protected areas of state importance. Economic and other activities are allowed if they do not endanger the purpose or essential features of the Park. There are stakeholders in the Medvednica Nature Park whose activities are focused on economic activities, including forestry, water management, agriculture, hunting and fishing, and catering.

Most of the Park area is covered by forest, so the biggest stakeholders in the area are the forest owners, who are obliged to manage the forests sustainably, which includes the use of timber, but in strict compliance with the provisions of the Forest Management Plans and the Management Plan of Medvednica Nature Park, to preserve biodiversity and natural ecosystems. From the total forest area, about 8,195 hectares (56%) are state forests, while 5,988 hectares (41%) are privately owned. Another 374 hectares (3%) are owned by the Faculty of Forestry and Wood Technology and are used for scientific and educational purposes. The list of forest management units that fully or partially belong to the Medvednica Nature Park and its surroundings is presented in Table 1.

Table 1.

Forestry Department	Forest management unit	Management period	Area (ha)
Zagreb	Sljeme-Medvedgradske šume	2018 – 2027	2,390.88
	Markuševačka gora	2018 – 2027	2,069.45
	Bistranska gora	2018 – 2027	1,453.89
Donja Stubica	Stubička gora	2018 – 2027	1,674.04
	Stubičko podgorje	2014 – 2023	770.68
Dugo Selo	Zelinske šume	2013 – 2022	1,145.02
Total Hrvatske šume Ltd.			9,503.97
Other state forests owners	NŠPO Sljeme (Training and Forest Research Centre Sljeme) Faculty of Forestry and Wood Technology	2013 – 2022	375.66
Overall state forests:			9,879.63
County/City	Forest management unit	Management period	Area (ha)
City of Zagreb	Zagreb-Medvednica	2019 – 2028	1,214.09
	Zagreb-Medvednica zapad	2018 – 2027	1,155.21
	Planina-Glavnica	2015 – 2024	2,193.53
	Medvednica-Kaptolske šume	2018 – 2027	273.97
Zagreb County	Bistransko Podgorje	2018 – 2027	1,206.80
	Gornja Bistra-Jakovlje	2018 – 2027	1,187.24
Krapina-Zagorje County	Gora-Kulmerica	2019 – 2028	230.76
	Stubičko prigorje	2019 – 2028	807.3
	Stubička Slatina-Pustodol	2012 – 2021	1,859.42
Total private forests:			10,128.32

Source: Forest management plan for the period of 2016 – 2025.

In the last decade, the larger forest complexes in the area of the Medvednica Nature Park have often been subjected to strong pressure from negative factors such as extreme weather conditions and human impact. Many inquiries from citizens, non-governmental organizations, and the media concern the unfavorable condition of the forests on Medvednica, as the devastated areas

can be seen from the city. These areas are partly the result of the devastating storms “Rea” in 2019 and “Teodor” in 2013, while some parts of the forest are in the recovery phase after restoration. According to the legal provisions and regulations, the Public Institution Medvednica Nature Park is not authorized to conduct inspections related to forest management but only monitors the implementation of the prescribed nature conservation conditions, which are part of the forest management plans according to the Nature Conservation Act. Monitoring of forest management activities is carried out by the competent forest supervisory authority. Hrvatske šume Ltd., Regional Forest Office Zagreb manages the state forests, while other forests are managed by private owners following the Forestry Act. Forest management is carried out in accordance with forest management plans, which are approved after an on-site inventory and determination of the actual condition and definition of management measures (Official Gazette No. 68/18 and 115/18).

The Public Institution Medvednica Nature Park repeatedly points out the need to adapt the management and protection of forests in order to mitigate the changes in the structure of forests and habitat conditions caused mainly by climate change. It is important to emphasize that forest management plans, which are implemented over ten years and prescribe interventions in forest stands, cannot be adequately adapted to the changes that may occur on the ground due to anthropogenic influences and/or natural disasters, which may significantly affect the fundamental values of the protected area, such as the Medvednica Nature Park. Therefore, it is necessary to adapt forest intervention measures by involving all forestry professionals to find appropriate and timely solutions for the conservation of forest habitats on Medvednica. The role of forests in creating and maintaining favorable living conditions for the City of Zagreb, Zagreb County, and Krapina-Zagorje County has always been extremely important and is increasingly emphasized nowadays, in the face of unpredictable climate changes. The task of all stakeholders is to maintain and increase the forest area and improve the stability, vitality, quality, and production of forest stands, and the given regulations should be adaptable during their validity to protect forests and forest habitats from degradation. The water resources of Medvednica play an important role in the water supply of the surrounding settlements. The conservation of aquatic ecosystems and management of water resources are essential for maintaining the natural balance. According to the Water Areas Management Plan for 2016 to 2021, the park area belongs to the grouped groundwater bodies CSGN_25 Lonja-Ilova-Pakra basin, CSGI_24 Sutla and Krapina basin, and CSGI_27 Zagreb. In the context of water management, part of the territory of the Nature Park and its surroundings belongs to the water area of the City of Zagreb, which means

that the management of these waters is managed by the company Hrvatske vode, more precisely by the Water Management Departments Gornja Sava. The units of this company perform various activities, including regular water supply, but also the management of watercourses and floodplains with the aim of flood protection for the City of Zagreb and settlements on the northern side of the territory. Regarding the scope, specifics, and use of certain areas, there are parts or even whole systems of urban, local, or individual water supply systems managed by Vodoopskrba i odvodnja Ltd and Vodoopskrba i odvodnja Zaprešić Ltd Part of Donja Stubica area is partially supplied from Zagorski vodovod Ltd, which is connected to numerous local systems (PPPPM, 2014). Water management includes tasks of public importance related to public water supply, drainage, and wastewater treatment. Its activities create conditions for improvement of general living conditions of the population, development of socio-economic activities, protection of the environment, and preservation of ecosystems and biodiversity, water being the basic resource.

Hunting and fishing are allowed in the Medvednica Nature Park under certain conditions. Due to the settlements surrounding the area and the preservation of the game population, hunting cannot be completely prohibited and takes place in the counties of Krapina-Zagorje and Zagreb. The implementation of hunting activities is determined by hunting management principles, game breeding programs, and game conservation programs. The territory of the City of Zagreb is not a hunting area, and seven game reserves have been established where hunting is allowed in case of sanitary culling, reduction culling, and for scientific purposes. This method of hunting management has proven successful in practice and will be maintained in the future, as the game population has increased over the last decade.

Due to the particular geomorphology of the aquatic habitats in the Medvednica Nature Park, the number of fish species is relatively low compared to the artificial ponds. However, there are sport fishing clubs in the park area that manage the fish populations and monitor their condition. They also monitor habitat conditions in terms of fish fauna needs and strive to maintain them. In addition to fishing itself, competitions in catching fish with a hook on a float are organized in the artificially created ponds, which are regularly monitored by the relevant institutions. This activity provides anglers with the opportunity to compete in a competitive environment while promoting a love of fishing and fish conservation.

All these activities should be carried out in compliance with the regulations and guidelines for sustainable management, which focus on the preservation of natural values and the protection of the ecosystem of the Medvednica Nature Park.

In the Medvednica Nature Park and its immediate surroundings, a rich tourist offer has been developed with various accommodation facilities, restaurants, entertainment and recreation facilities, and health services. Most of the accommodation facilities and other accompanying facilities are in the summit zone. Currently, there are 14 mountain huts and lodges, nine gastro-nomic facilities for food and beverage consumption, six hunting lodges, and two accommodation facilities, Hotel Tomislavov dom and Tourist apartments Snježna kraljica, with a total capacity of about 500 beds. In Krapina-Zagorje County, there are thermal spas in Krapinske Toplice, Stubičke Toplice, and Tuheljske Toplice, as well as swimming pools in Marija Bistrica and Zabok (Popijač et al. 2022). In addition to the economic activities mentioned above, municipal and transportation infrastructure plays an important role in the life and development of the local community.

This overview shows a large number of stakeholders who carry out their activities in the territory of the Nature Park. In 2013, as part of the preparations for the nomination to the EUROPARC Federation and obtaining the Europarc ECST certificate, the Public Institution established the Forum of Stakeholders. Since then, it has organized and coordinated the work of the Forum and the activities resulting from the joint action (Šarić et al., 2020). The success of the cooperation with the park's stakeholders, but also with European parks within the EUROPARC Federation, led to the award of the ECST Sustainable Tourism Certificate by the EUROPARC Federation, which the Park received for the first time in 2014, and to recertification in 2020.

6. PERSPEKTIVES OF NATURE PROTECTION IN THE FUTURE

The future perspectives of nature conservation include raising public awareness, strengthening conservation measures, sustainable use of natural resources, protection of biodiversity, integrated management approach and use of space, international cooperation, the use of innovation and technology as a tool for nature conservation, and the provision of optimal financial resources.

Raising awareness of the importance of nature conservation and the dangers of the ecological crisis should begin as early as possible with the education of the youngest. For older groups, this can be achieved through information and campaigns that contribute to the formation of appropriate attitudes toward nature. The introduction and implementation of stricter legal regulations and measures to protect nature as a fundamental value and one of the most important resources of the Republic of Croatia should prevent further

degradation and loss of natural ecosystems while incorporating innovative approaches to improve the effectiveness of protection. Promoting an integrated approach to nature conservation requires timely collaboration among various sectors, stakeholders, and levels of government that coordinate environmental, economic, and social aspects with the aim of sustainable management of natural resources. Strengthening international cooperation and partnerships in conservation would help address global challenges such as climate change, species migration, and illegal species trafficking, and strengthen joint efforts and cooperation among countries. The application of advanced technological solutions such as satellite monitoring, artificial intelligence, and drones would contribute to such activities and facilitate the monitoring and conservation of natural ecosystems. To achieve the set goals in the future, it is also necessary to strengthen the financial stability of the conservation sector. Financial resources for conservation in the future will require the application of new financial mechanisms such as environmental taxes, green funds, and ecotourism that can help secure funds for conservation. A combination of the above perspectives and approaches can help ensure a sustainable future for nature, biodiversity conservation, and human well-being. It is important to continuously work on conservation to ensure the preservation of natural resources for future generations.

LITERATURE

1. Dobronić, L. (1992). The free royal city of Zagreb / Slobodni kraljevski grad Zagreb, "Školska knjiga" - Zagreb.
2. Farkaš-Topolnik, N., Malić-Limari, S., Ban Čurić, T., Sović, P., Jurjević Varga, M., Slukan, D., Vlašić, A., Ocvirek, M., Rosandić, H., Šantek, S., Kamarić, Ž. (2010). Management plan of Medvednica Nature Park 2011.-2020. Public institution Nature Park Medvednica, Zagreb.
3. Klaić, N. (1987). Medvedgrad and its lords / Medvedgrad i njegovi gospodari, Globus, Zagreb.
4. Hrvatske vode (2015). Management plan for water areas, 2016.-2021.- draft. Zagreb.
5. Croatian Parliament (1981). Law declaring the western part of Medvednica as nature Park. (Official gazette Narodne novine, No. 24/81).
6. Croatian Parliament (2009) Law on Amendments to the Law on the Declaration of Medvednica as a Nature Park. (Official gazette Narodne novine, No. 25/2009).

7. Croatian Parliament (2014). Spatial plan of Medvednica Nature Park / Prostorni plan Parka prirode Medvednica (PPPPM), (Official gazette Narodne novine, No. 89/14).
8. Croatian Parliament (2019). Law on Protection of the Nature (Official gazette Narodne novine, No. 80/13, 15/18, 14/19 and 127/19)
9. Miletić, D. (2012). Noble towns in continental Croatia / Plemički gradovi kontinentalne Hrvatske, Croatian Society of Art Historians, Zagreb,
10. Ministry of Economy and Sustainable Development (2020). Guidelines for management planning of protected areas and/or areas of the ecological network, Version 1.1., UNDP, Hrvatska
11. Ministry of Culture and Media (official name – Web Registar), <https://registar.kulturnadobra.hr/> page visited June 1, 2023
12. Ministry of Agriculture. Forest management plan of the entire area / Šumskogospodarska osnova područja (2016. - 2025.)
13. Popijač, M., Jurjević Varga, M., Tišma, S., Farkaš, A., Tolić, I. (2021). Innovative mechanisms of evaluation and management of Medvednica Nature Park: research on visitor attitudes, Zeleni dodir Medvednice-Medvednica green touch, 10.-11.06.2021., Zagreb.
14. Popijač, M., Wolf Kramarić, S., Jurjević Varga, M., Zec, S. (2022). Visitor Risk Management in Medvednica Nature Park. Proceedings of the 10th International Scientific and Expert Conference TEAM, Slavonski Brod.
15. Tomičić, A. (2014). History of Medvedgrad Fort / Povijest medvedgradske utvrde, *Essehist*, 6, Zagreb, 37-47.
16. Šarić, I., Vranješ, D., Tomašević, I., Meštović, M., Dujmović, K., Lončar, G., Biondić, J., Martinić, I. (2019). Action plan of sustainable tourism. VITA PROJEKT d.o.o. Zagreb.
17. Šikić, K. (1995). The geological guide of Medvednica, Institute for Geological Research Medvednica guide, Zagreb.
18. Government of the Republic of Croatia (1998). Decree on the establishment of the Public Institution Medvednica Nature Park (Official gazette Narodne novine, No. 118/98)
19. Vukelić, J., Rauš, Đ. (1998). Forest Phytocenology and Forest Communities in Croatia / Šumarska fitocenologija i šumske zajednice u Hrvatskoj, Zagreb.

TVRDI GRAD (*CASTRUM*) PERNA

Izvorni znanstveni rad

Krešimir Regan

Leksikografski zavod Miroslav Krleža
Frankopanska 26
10 000 Zagreb
kresimir.regan@gmail.com

Svebor Andrijević

Arhitektura Svebor Andrijević d.o.o.
Haulikova 1
10 000 Zagreb
svebor.andrijevic@gmail.com

Sažetak

Perna je tvrdi grad (*castrum*), ruševine koje se nalaze kraj istoimenog naselja, oko 10 km zapadno od Topuskog i 9 km južno od Vrginmosta. U literaturi se još naziva Pernik. Nema podataka o gradnji, a u dokumentima se prvi put spominje tek 1494. godine. Podignut je u nepoznato doba u istoimenom naselju, koje je 1225. od ondašnjeg hercega Bele (poslije kralj Bela IV.) dobilo povlastice slobodnoga kraljevskog grada. Sudeći prema materijalnim ostacima arhitekture, vrlo je izgledno da se gradnja jezgre peranske utvrde kao manjeg romaničkog tvrdog grada kastelne osnove dogodila tijekom XIII. ili XIV. st. Do kraja XIV. ili početka XV. st. Perna je bila pod izravnom vlašću ugarsko-hrvatskih kraljeva, odnosno nositelja njihove vlasti u Slavoniji (Babonići, slavonski ban Mikac Prođavić i njegovi nasljednici na banskoj časti). Između 1397. i 1436. godine ugarsko-hrvatski kralj Sigismund Luksemburgovac darovao je Pernu jednom ogranku plemićkog roda ili zajednice plemića Šubića iz Bribira, koji će po posjedu i utvrdi nositi plemićki pridjev. Nakon što je Perna u nekoliko navrata stradala u osmanskim napadima (1548., 1558., 1562. i 1578.), Dvorsko ratno vijeće donijelo je 1584. odluku da se peranska utvrda napusti. Nakon oslobođenja od Osmanlija Perna nije bila vraćena vlasnicima, već je stavljena pod vojnokrajišku upravu. Nije poznato što se potom događalo s utvrdom, osim da je prije 1774. ona bila napuštena. Ostaci Perne nalaze se na krajnjim istočim padinama Petrove gore, na niskom kamenom brdu zvanom *Gradina* što se strmo uzdiže iznad zaselka Suha Perna, neposredno iznad potoka Pernica. To je bila srednje velika utvrda višekutnog tlocrta u obliku kriške limuna, dimenzija oko 90 m x 50 m. Sastojala se od zasebno utvrđene

jezgre (utvrđenog palasa) na najvišoj jugoistočnoj strani utvrde te prostranog utvrđenog dvorišta koji opasuje jezgru s tri strane. Glavni ulaz u Pernu nalazio se na jugozapadnoj strani, a činilo ga je manje utvrđeno predvorje kvadratnog tlocrta. Odavde je put vodio uzbrdo u smjeru sjeveroistoka do drugog utvrđenog predvorja kojim se pristupalo jezgri. Jezgra Perne bila je manji utvrđeni stambeni kompleks pravokutnog tlocrta.

Ključne riječi: tvrdi grad (*castrum*), Perna, Peranski, Kraljevina Slavonija

FORT CITY (CASTRUM) PERNA

Abstract

Perna is a castle (*castrum*) whose ruins are located near Perna village, approximately 10 kilometers west of Topusko and 9 kilometers south of Vrginmost. In the literature, it is also referred to as Pernik. There is no information about its construction and it is first mentioned in documents in 1494. It was built at an unknown time in the settlement of the same name, which was granted the privileges of a free royal town in 1225 by the then Duke Bela (later King Bela IV). Judging by the material remains of the architecture, likely, the construction of the core of the Perna fortress, a smaller Romanesque fortified town with castellan foundations, began during the 13th or 14th century. It existed until the end of the 14th or beginning of the 15th century. Perna was under the direct rule of the Hungarian-Croatian kings, or rather, under the authority of their representatives in Slavonia (the Babonić family, the Slavonian ban Mikac Prođavić, and his successors in the position of ban). Between 1397 and 1436, the Hungarian-Croatian King Sigismund of Luxembourg granted Perna to a branch of the noble family Šubić from Bribir, who were to bear a title of nobility due to their ownership of the fortress. After Perna suffered several times from Ottoman attacks (1548, 1558, 1562, and 1578), the Royal War Council decided to abandon the Perna fortress in 1584. After the liberation from the Ottomans, Perna was not returned to its owners but was instead placed under military administration. What happened to the fortress afterward after that is not known, except that it was abandoned before 1774. The remains of Perna are located on the eastern slopes of Petrova Gora, on a low rocky hill called "Gradina", which rises steeply above the hamlet of Suha Perna, just above the Pernica stream. It was a medium-sized fortress with a polygonal ground plan, reminiscent of a lemon slice, measuring approximately 90 m x 50 m. The fortress consisted of a separately fortified core (a fortified palace) on the highest southeastern side of the fortress and a spacious fortified courtyard surrounding the core on three sides. The main entrance to Perna was on the southwest side and consisted of a smaller fortified forecourt with a square layout. From here, a path led uphill to the northeast direction to the second fortified forecourt, providing access to the core. The core of Perna was a smaller fortified residential complex with a rectangular layout.

Keywords: castle (*castrum*), Perna, Peranski, Kingdom of Slavonia

1. UVOD

Tvrđi grad Perna jedna je u nizu srednjovjekovnih utvrda podignutih na području nekadašnje Zagrebačke županije u sastavu srednjovjekovne Slavonije. Za razliku od drugih srednjovjekovnih utvrđenja s prostora ove županije, poput Ozlja, Zrina ili Medvedgrada, koja su zbog monumentalnosti svoje arhitekture i(li) pripadnosti njihovih gospodara najvišim društvenim slojevima srednjovjekovnog Ugarsko-Hrvatskog Kraljevstva još od XIX. st. privlačila pažnju znanstvene javnosti, tvrđi grad Perna je kao sjedište jednog manjeg vlastelinstva ostao na margini toga interesa.

Stoga je glavni cilj ovoga rada na temelju arhivskih i terenskih istraživanja predstaviti i u određenoj mjeri produbiti dosadašnje spoznaje o tvrđome gradu Perni, kao i u osnovnim crtama pokušati rekonstruirati stoljetni građevinski razvoj ovog zanimljivog spomeničkog kompleksa te ukazati na njegove arhitektonske karakteristike i geostrateški značaj u razdoblju razvijenog i kasnog te ranog novog vijeka u mjeri u kojoj to dopuštaju skromni izvori.²⁷⁹

Kako bi se ovo ostvarilo postavljeno je niz istraživačkih pitanja:

1. Tko i kada je sagradio ovu utvrdu?
2. Tko su bili njezini gospodari?
3. Kako se ova utvrda razvijala kroz stoljeća?
4. Kakva je bila njezina geostrateška uloga osobito u vrijeme protuosmanskih ratova krajem XV. i početkom XVI. st.?

Kao što je to čest slučaj kod hrvatskih utvrda, i ova se u literaturi javlja pod različitim nazivima. U novijoj literaturi ustalio se naziv Perna, dok se u starijoj literaturi ona spominje još pod nazivom Pernik (Lopašić 1895: 210; Škiljan 2007: 90). U ovom članku koristit ćemo se imenom Perna.

Naposljetku, dužni smo kazati nekoliko riječi o razlozima korištenja sintagme »tvrđi grad« kao *terminus tehnicus* u tipološkom određivanju pripadnosti ove utvrde. Pod tom sintagmom podrazumijevamo svaku obrambenu građevinu građenu tijekom razvijenog i kasnog srednjeg vijeka na teže pristupačnome položaju, a koja se sastoji od jednog ili više obrambenih objekata (branič-kula, ulazna kula, utvrđeni palas i dr.), međusobno povezanih bedemima u jedinstvenu fortifikacijsku cjelinu. U diplomatskoj građi ovaj se tip utvrde najčešće javlja pod pojmom *castrum*, a u znanstvenoj se literaturi pojavljuje u brojnim sintagmama čiju osnovu čini pojam *grad* kao stari hrvatski naziv za ovu vrstu utvrda (plemički grad, stari grad, feudalni grad, biskupski grad,

279 Terensko istraživanje ostataka tvrdog grada Perne obavljeno je u rano proljeće 2023. godine u sklopu projekta »Topografija srednjovjekovne Zagrebačke županije (14. – 16. stoljeće)« (IP-2020-02-8706), financiranog od Hrvatske zaklade za znanost.

utvrđeni plemićki grad, utvrđeni feudalni grad i dr.) (grad 2021.a), a sve zato kako bi se ova vrsta srednjovjekovnih obrambenih građevina razlikovala od većih i kompaktno izgrađenih naselja, koja se u suvremenom jeziku također nazivaju grad (grad 2021.b).²⁸⁰

2. PREGLED IZVORA, LITERATURE I SLIKOVNIH IZVORA²⁸¹

Kao što je to slučaj kod većine srednjovjekovnih utvrda s područja Hrvatske, najstariji izvori za istraživanje povijesti tvrdog grada Perne različite su kraljevske isprave i drugi pravni dokumenti prikupljeni i objavljeni u nekoliko zbirki izvora (Lopašić 1884-89; Smičiklas 1905; Šišić 1912; Laszowski 1914; Šišić 1915; Laszowski 1916-17; Heller 1980) ili su u velikom broju dostupni na *on-line* platformi Mađarskog nacionalnog arhiva (Hungaricana 2023).

Mada ih nije preostalo mnogo, u dovoljnoj su mjeri očuvani da se pomoću njih mogu u osnovnim crtama rekonstruirati vlasnički odnosi nad ovom utvrdom od njezina prvog spomena u kasnom srednjem vijeku pa sve do napuštanja utvrde tijekom razvijenog novog vijeka, kad je nakon pomicanja habsburško-osmanske granice prema istoku krajem Velikog (Bečkog) rata za oslobođenje (1683. – 1699.) tijekom XVIII. st. izgubila na vojnoj važnosti.

Od istraživača koji su se bavili tvrdim gradom Pernom i njegovim ostatcima na prvome se mjestu ističe Radoslav Lopašić. On je u svome znamenitom djelu *Oko Kupe i Korane* dao detaljan prikaz povijesti ovog tvrdog grada, dok je njegove ruševine opisao svega u nekoliko rečenica. *Pernik se osovio na pećini, a pod gradom ima na Pernici mlin, koji se zove gradski žličnjak. Brdo gradsko šuplje je u svojoj utrobi. U špilju ulazi se sa zapada i hodajući kroz uzke i široke prostorije duljinom od 100 i više metar izlazi se na druga vrata na sjevernoj strani. Zidine gradske mnogo je ošteti zub vremena, ali su one i danas ogromne, pa visoke 8 do 10 metara. Najviše postavljen je grad s dvije kule; niže vidimo na strani prema Pernici i mjestu zidine od stražarnice i ulaznih vrata, a još niže prema obronku brda gradsko platno. Dakako da je to sve jako porušeno i razrovano, ali se lako raspoznaje osnova grada, koju je cesarski inženir Holstein god. 1699. napravio. Po toj osnovi vidi se, da je Pernik bio sasviem pravilno uturdjen poput gradova viteškoga doba* (Lopašić 1895: 210-221).

Doprinos istraživanju povijesti tvrdog grada Perne idući je dao Gjuro Szabo u svom znamenitom djelu o srednjovjekovnim utvrdama u Hrvatskoj i Slavoni-

280 Za tvrdi grad se u literaturi također još koriste nazivi burg, kastrum i zamak.

281 U prikazu literature obrađeni su samo oni članci u kojima su opisane ruševine tvrdog grada Perne. Ostali radovi, koji se tek usputno u obradi osvrću na ovo utvrđenje ili pojedine vlasnike ove utvrde, nisu razmatrani.

ji. Jugozapadno od Topuskog nalaze se neznatni ostaci grada Perne. Pernjani su prvi dobili slobostine u svoj Hrvatskoj g. 1225. Kralj Sigismund dade Pernu Jakovu, sinu Pavla bd Bribira od plem. Šubića i njegovoj svojti. Ti peranski Šubići kao da nisu bili iste loze sa Šubićima Zrinjskim, a grad su zadržali do turske provale. U Lopašićevoj se zbirci našao preris tlocrta grada Perne, možda iz kojeg arkiva, koji pokazuje grad u obliku četverokuta, a ulazilo se u gradsko predvorje kroz ulaznu kulu a, pa se kod b uspinjalo ljestvama do ulaza c u glavnu kulu d. I gradsko predvorje i sam grad opasavao je zid, utvrđen okruglim i četverostranim kulama (Szabo 1920: 68).

Szabo se također u uvodnom dijelu iste knjige posebno osvrnuo na složeni sustav ulaza, kojim se ulazilo u tvrđi grad Pernu. *Vrlo je zanimljiv i ulaz u grad Pernu, (ako je istinit nacrt, što ga je Lopašić prerisao iz neznanoga arkiva), i tu je valjalo proći vrlo dobro smješten ulazni trakt, da se dođe do predvorja, pa se odavle opet kroz posebnu zgradu dolazilo do same glavne kule* (Szabo 1920: 22).

Za razliku od prethodnika, Anđela Horvat u svom je tekstu o spomenicima s područja Petrove gore ukratko samo spomenula tvrđi grad Pernu u kontekstu gradnje tvrdih gradova na području Petrove gore tijekom razvijenog i kasnog srednjeg vijeka te uputila čitatelje na Lopašića i Szabu (Horvat 1972: 246).

Od ostalih autora valjalo bi istaknuti Filipa Škiljana koji je u svoj monografiji o spomenicima Korduna dao povijesni pregled događaja vezanih uz ovo utvrđenje te kraći opis njegovih ruševina. *Stari grad "Pernik", kako ga naziva Radoslav Lopašić, nalazi se jugozapadno od sela Perne neposredno iznad potoka Pernica koji protječe kroz naselje. [...] Još u vrijeme kada je Lopašić posjetio ovaj grad, zidine su bile oštećene, ali su bile visoke i do 10 metara. Danas je od grada ostalo vrlo malo, ali se po ostacima može zaključiti kakve je veličine bio. Palacij nije bio odviše velik, ali su zato zidine koje su grad okruživale obuhvaćale cijelo brdo. Grad je bio okružen tvrdim četvrtastim (na jugu) i okruglim kulama na (sjeveru), i u njega se ulazilo kroz veliku četvrtastu kulu na istoku. Prolazilo se kroz oveće dvorište, te se potom dolazilo do ljestvi koje su vodile u glavnu kulu (dio palacija)* (Škiljan 2007: 90-91).

Među posljednjima se na ostatke Perne osvrnuo publicist i kulturni djelatnik Tomislav Beronić na *on-line* platformi Budni div, uz mnoštvo recentnih fotografija ostataka utvrde. *Vanjski plašt pruža se prema zapadu polukružno u dužini od kojih pedesetak metara. To je ujedno i najimpresivniji dio. Teško vidljiva, ali ipak još uvijek vidljiva, je prilazna cesta koja obilazi zidine sa zapadne strane i tu su nekada davno bila gradska vrata koja su vodila u podgrađe, prostor između vanjskog i srednjeg plašta. Tu ćete na nekoliko mjesta pronaći ostatke zidova. Koristeći se kartom iz knjige povjesničara Gjуре Szabe „Sredovječni gradovi Hrvatske i Slavonije” iz 1920. godine, koju je nedavno malo bolje uredio povjesničar i leksikograf Krešimir Regan, uspijevamo se nekako snaći i*

prepoznati gdje je što bilo ili barem moglo biti. Ipak je prošlo preko 700 godina od kako je napravljeno. Uspon na srednju i višu razinu vrlo je naporan. Nakon rušenja gradine zemlja i humus načinili su dosta nepristupačne strmine i popeti se na najvišu razinu na kojoj su bile dvije kule uistinu je prava pustolovina. No kada se uspijete domoći vrha onda imate što vidjeti, ako samo dodete u doba godine kad još nema vegetacije. Pogled puca da je milina. [...] U povratku prolazimo južnom stranom utvrde, kroz jarak koji je imao očitu fortifikacijsku ulogu i dolazimo do ulaza u pećine. Prema navodu povjesničara Radoslava Lopašića iz knjige „Oko Kupe i Korane – Mjestopisne i povjestne crtice” iz 1895. godine, tuneli su dugi preko stotinu metara (Beronić 2021).

Od slikovnih izvora za tvrdi grad Pernu očuvana su tek dva prikaza. Prvi se nalazi na znamenitoj *Karti Kraljevine Ugarske (Karte des Königreichs Ungarn 1556. Regni Hungariae Descriptio Vera)*, koju je 1556. godine izradio Wolfgang Lazius (Hungaricana 2022). Na njoj je Perna prikazana kao kompaktno zatvoreni kompleks kojim dominira brežuljak na vrhu kojeg je višestažna građevina pokrivena strmim krovom te otvorena s dva niza pravokutnih otvora. Lijevo i desno od nje nalazi se po jedna manja višestažna građevina pokrivena piramidalnim krovom, koje su s velikom građevinom povezane bedemima. Kada ovaj prikaz utvrde usporedimo sa stvarnim stanjem na terenu, jasno je da ovaj crtež, unatoč svojoj stiliziranosti i iskrivljenoj perspektivi, prikazuje tvrdi grad Pernu u pogledu s jugoistoka te da je prostorni razmještaj njegovih kula, bedema i drugih građevina u njemu manje-više pogodan.

Slika 1. Tvrdi grad Perna 1556., isječak s *Karte Kraljevine Ugarske*

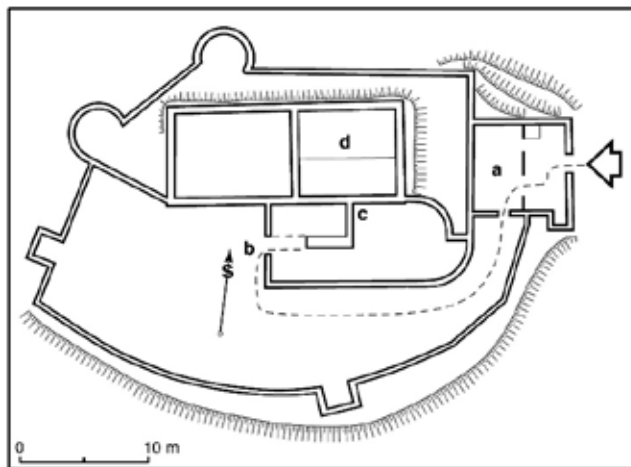


Izvor:
Hungaricana, 2022

Drugi prikaz Perne njezin je tlocrt iz 1699. godine, kojeg je izradio carski i kraljevski inženjer Holstein nakon oslobođenja Korduna od osmanske vlasti u Velikom (Bečkom) ratu za oslobođenje (1683. – 1699.), a čiji je prijepis iz nepoznatog austrijskog arhiva pronašao Gjuro Szabo u Lopašićevoj zbirci i zatim ga

objavio u svojoj knjizi o hrvatsko-slavonskim utvrdama (Szabo 1920: 69). Ovaj tlocrt također je objavila Anđela Horvat (Horvat1972: sl. 17).

Slika 2. Tlocrt tvrdog grada Perne 1699.



Izvor: Szabo, 1920

Na njemu je Perna prikazana kao složeni arhitektonski kompleks, kojeg čini dugačka i uska jezgra pravokutnog tlocrta, podijeljena unutrašnjim bedemom na dva jednaka dijela te veliko utvrđeno predgrađe čiji bedemi opasuju jezgru sa svih strana. Na sjevernoj polovici istočnog bedema predgrađa nacrtane su dvije kule polukružnog tlocrta, po dvije manje polukule pravokutnog tlocrta ucrtane su na sredini sjevernog i zapadnog bedema, dok se na jugozapadnoj strani nalazi složeni sustav glavnog ulaza sastavljen od dvaju utvrđenih dvorišta. Glavni ulaz i jezgra bili su spojeni unutrašnjim bedemom, koji je na nizbrdici sjeverozapadno i zapadno od jezgre oblikovao još jedno manje utvrđeno dvorište kroz koje je vodila prilazna staza na svom putu prema jezgri.

Mada se ovaj tlocrt u nizu detalja poklapa s postojećim ostacima, ipak u odnosu na njih ima nekoliko razlika. Prva od njih odnosi se na prikaz bedema utvrđenog predgrađa, koji ne opasuje jezgru sa svih strana, već se spajaju na nju sa sjeverne i južne strane. Druga nepreciznost odnosi se na prikaz manjih pravokutnih kula sjevernom i zapadnom bedemu utvrđenog predgrađa jer ih na spomenutim pozicijama nema niti se poznaju tragovi otiska njihovih zidova na vanjskom plaštu bedema kojih bi svakako bilo da su kule ikada bile izgrađene. Iako na terenu nisu vidljive ni kule polukružnog tlocrta, njihovo postojanje može se naslutiti u konfiguraciji terena na sjevernom potezu bedema predgrađa, gdje su s vanjske strane vidljivi ostatci dviju polukružno obrađenih stijena. No za razliku od Holsteina koji ove kule crta kao relativno velike građevine, u

naravi su one mogle biti male građevine promjera od tek nekoliko metara te podignute jedna uz drugu na vrlo maloj udaljenosti. Četvrta nepreciznost između Holsteinovog tlocrta i ruševina Perne odnosi se na prikaz veličine same jezgre, koja doduše ima pravokutni tlocrt, no svojim je dimenzijama gotovo dvostruko manja od Holsteinovog prikaza. Posljednja razlika između postojećih ostataka i Holsteinovog prikaza Perne jest nedostatak ostataka koji bi sugerirali postojanje trećeg utvrđenog dvorišta na strmoj padini sjeverozapadno i zapadno od jezgre.

S obzirom na sličnosti i razlike između Holsteinovog tlocrta Perne i postojećih ostataka, čini se da Holsteinov tlocrt nije prikaz bedema jezgre Perne s kraja XVII. st. već njegov prijedlog modernizacije u duhu onodobne vojne doktrine ratovanja.²⁸²

Slika 3. Tvrđi grad Perna na prvoj austrijskoj ili tzv. jozefinskoj izmjeri 1774. – 1775.



Izvor:
Mapire, 2023

Posljednji slikovni prikaz Perne objavio je Tomislav Beronić, koji je izradio hipotetsku rekonstrukciju ovog tvrđog grada temeljem Holsteinovog tlocrta iz knjige Gjura Szabe (Beronić 2021).

²⁸² U austrijskim arhivima čuvaju se s kraja XVII. i iz XVIII. st. brojni planovi modernizacije hrvatskih utvrda na granici prema Osmanlijama, koji nisu bili nikad izvedeni. Među ostalim, prilikom istraživanja tvrđog grada Zrina i njegovog vlastelinstva otkriven je i po prvi put prezentiran hrvatskoj javnosti neizveden plan obnove kaštela Pedlja kraj Zrina iz 1765. godine (Kekez i Regan 2020: 204).

3. POVIJEST

Perna se u dokumentima prvi put spominje 1225. godine, kada je herceg Bela (poslije kralj Bela IV.) Pernjanima i njihovom naselju dodijelio različite privilegije (Smičiklas 1905: 252-253), a kao tvrdi grad (*castrum*) tek 1494. godine (Heller 1980: 53).

S obzirom na kasni spomen tvrdog grada Perne u diplomatskoj građi, postavljaju se pitanja. Kada je i zbog čega sagrađen? Je li poticaj za njegovo utemeljenje proizašao iz potrebe za postojanjem utvrđenog sjedišta hercegskog službenika (*preter defensorem ipsorum*) u Perni, što se spominje u ispravi o privilegijama iz 1225. godine (Smičiklas 1905: 252)? Ili je razlog njegove gradnje bila tatarska navala na Ugarsko-Hrvatsko Kraljevstvo 1240./1241., što je glede nastanka i razvoja tvrdih gradova u Ugarsko-Hrvatskom Kraljevstvu uobičajeno mišljenje u većem dijelu hrvatske i mađarske historiografije (Szabo 1920: 18-19; Fűgedi 1986: 42-64; Horvat 2014: 18-19, 61; Janeš 2019: 225-238; Pow 2019: 239-250; Kekez i Regan 2022: 170)? Ili je tvrdi grad Perna izgrađen zbog potrebe zaštite važne prometnice koja je Topusko preko Perne i Slatske gore (danas Petrove gore) povezivalo s drugom važnom prometnicom, koja je od Modruša preko Brinja vodila za Senj (Škiljan 2007: 91)? Na žalost, na sva tri pitanja ne može se dati odgovor bez arheoloških istraživanja.

Ono što je sigurno jest da se Perna u vrijeme svog prvog spomena kao tvrdog grada (*castruma*) 1494. godine nalazila u rukama Peranskih, osamostaljenog ogranka plemićkog roda ili zajednice plemića Šubića iz Hrvatske (danas Dalmacija), kojima je istoimeni posjed darovao ugarsko-hrvatski kralj Sigismund Luksemburgovac (Lopašić 1895: 213). Mada o ovom darivanju nije sačuvana isprava, ono se svakako dogodilo između 1397. godine, kada je Lovro Toth Susedgradski u ime peranske slobodne općine sudjelovao u njihovome sporu sa zlatkim plemićima (Pleše i dr.: 2017: 25-26), te prije 1436. godine, kada je Sigismund naložio stanovnicima Perne da se pokore svojim novim gospodarima Šubićima, koji će prema Perni nositi plemićki pridjevak Peranski (*de Pernya, de Pergnya, Pernnye*) (Lopašić 1895: 213; Šišić 1915: 459; Laszowski 1916: 22, 30, 80; Laszowski 1917: 393).

U njihovim će rukama Perna biti sve do osamdesetih godina XVI. st., uz kraći prekid između 1461. i 1480., kada se ona nalazila u zalogu Dujma Frankopana Slunjskog (1461. – 1464.), zatim Martina IV. Frankopana (1464. – 1479.) te naposljetku magistra Jurja, kanonika i gubernatora topuskog, koji je vratio Pernu Krstu i Jurju Peranskom (Šubiću) uz nadoknadu od 2000 forinti i 120 dukata (Lopašić 1895: 215).

Na povijesnoj važnosti tvrdi grad Perna osobito je dobio za protuosmanskih ratova kada se poslije pada Bosanskog Kraljevstva 1463. godine našao na

trasama kojima su Osmanlije provaljivale duboko prema zapadu, u Hrvatsku, Kranjsku i Štajersku, da bi nakon pada Jajačke banovine 1527. i donjoslavon-
skih županija Vrbasa, Sane i Dubice postao dijelom prve linije obrane toga di-
jela Slavonije, odnosno onodobnog Hrvatskog i Slavonskog Kraljevstva. O važ-
nosti Perne u to vrijeme dodatno nam svjedoči podatak da se upravo u njoj
u travnju 1530. održalo zasjedanje Hrvatskog sabora pod predsjedanjem bana
Ivana Karlovića (Šišić 1912: 234; Laszowski 1914: 310).

Za protuosmanskih ratova tvrdi grad Perna nalazio se u sklopu Bihaćke
kapetanije Hrvatske krajine (Lopašić 1884: 41; Kruhek 1995: 259, 324). Iako je
peransko vlastelinstvo u nekoliko navrata stradalo u osmanskim napadima
(1548., 1558., 1562. i 1578.), plemićka obitelj Peranski svoj je tvrdi grad, uz dod-
jeljene kraljevske postrojbe, ustrajno branila sve do 1584. godine, kada je Dvor-
sko ratno vijeće donijelo odluku da se peranska utvrda napusti (Lopašić 1884:
37, 90-91; Kruhek 1995: 192, 286, 324; Škiljan 2007: 92).

Iako nemamo potvrdu u izvorima, vrlo je izgledno da je Perna prilikom tog
napuštanja, poput drugih utvrđenja na hrvatsko-osmanskoj granici, bila zapa-
ljena ili na drugi način devastirana, kako bi se spriječilo da ju Osmanlije kori-
ste (Lopašić 1884: 130-132; Kruhek 1995: 185-197).²⁸³

Što se potom za osmanske vladavine događalo s tvrdim gradom izvori po-
novno šute. Za Velikog (Bečkog) rata za oslobođenje (1683. – 1699.) Perna je
oslobođena, no ponovno nije jasno kakva je sudbina njezina tvrdog grada. Su-
deći prema izvještaju kapetana Gabre Jelačića od 9. srpnja 1699. upućenom
banovcu Stjepanu Jelačiću, u kojem predlaže gradnju manje utvrde u Perni
zbog geostrateške važnosti ovog mjesta (Lopašić 1889: 152, 156-157),²⁸⁴ možemo
pretpostaviti da je krajem XVII. st. stari tvrdi grad Perna ipak bio napušten. Da
je tvrdi grad Perna u to vrijeme bio izvan funkcije svjedoči nam i pismo bana
Adama Batthyányja iz 1699. godine, koji radi obrane novooslobođenih krajeva
predlaže obnovu zidane utvrde u Perni te gradnju novih u Kirinu i Boviću (Lo-
pašić 1889: 157).

Je li do te obnove došlo, na temelju dostupne građe, ne može se ništa za-
ključiti. No ono što je sigurno jest da je tvrdi grad bio napušten prije prve au-
strijske ili tzv. jozefinske izmjere Habsburške Monarhije iz 1774. – 1775. godine

283 Razaranje utvrda bila je uobičajena praksa nositelja obrane Hrvatskog i Slavonskog
Kraljevstva, o čemu nam ponajviše svjedoči izvještaj Ivana Lenkovića iz 1563. godine
u kojem on kao glavni zapovjednik Hrvatske krajine upravo predlaže razaranje niza
građevina na hrvatsko-slavonsko-osmanskoj granici (Kruhek 1995: 185-197).

284 "De fortalitie extruendo dobro bi vu Perniae, ali da bi sze onde fortalitim nachinil, lepo
y lako mogal bi ga impetuvati nepriatel sz puskami z iednoga bresanka; y ne iiszor
z puskami velikemi, nego y z ruchenizami mogal bi unutar hitati i kvar chiniti; zato
nestimam, da bi onde prilika bila fortalitiu." (Lopašić 1889: 152)

jer je on na toj karti prikazan kao ruševina (Mapire 2023). Najkasnije od tog vremena njegovi su zidovi služili domaćem stanovništvu kao kamenolom, o čemu svjedoče mnogobrojne kuće i drugi objekti u suvremenom naselju zidani od kamena.

4. PERANSKI ARHITEKTONSKI SKLOP

Ruševine Perne nalaze se nekoliko stotina metara zapadno od središta istoimenog naselja i nekadašnje župne crkve sv. Marije, na položaju *Gradina* što se uzdiže na sjevernoj padini Jajina brda, neposredno iznad desne obale potoka Perne. Danas je to strm stožasti humak, nastao poprečnim presijecanjem izvornog hrpta Jajina brda dubokim propopom s jugoistočne strane utvrde.

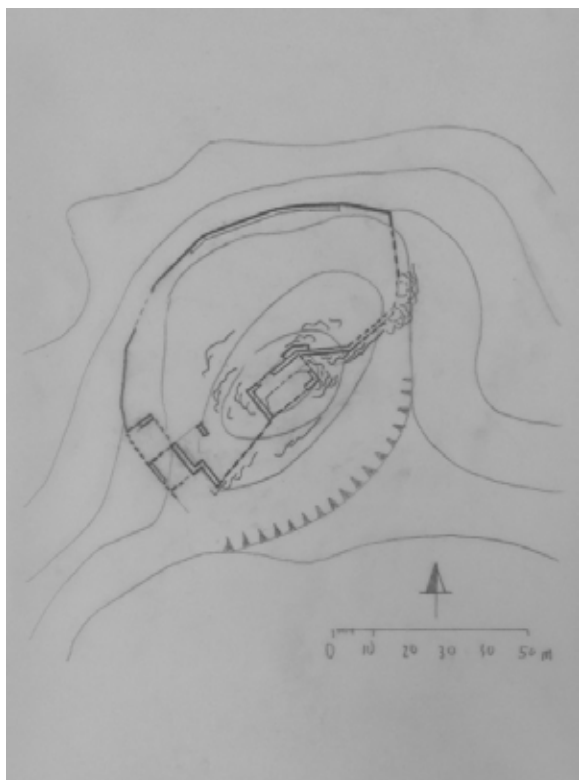
Slika 4. Hrvatska osnovna karta, isječak



Izvor: Geoportal

Konfiguracija terena na kojem leže ostatci utvrde uvjetovala je njezin tlocrt u formi kriške limuna, koja se od jugozapada prema sjeveroistoku pruža u dužinu od približno 90 m, a od sjeverozapada prema jugoistoku u širinu od oko 50 m. Sama utvrda sastoji se od jezgre na najvišem položaju kompleksa u njegovom jugoistočnom dijelu te prostranog utvrđenog pregrađa, od kojeg se velikim dijelom očuvao bedem koji u cijelosti opasuje jezgru s južne, zapadne i sjeverne strane.

Slika 5. Tvrđi grad Perna, terenska skica tlocrta



Izvor: K. Regan, 2023

4.1. Jezgra

Jezgru tvrdog grada Perne tvore ostatci nekoliko manjih fragmenata bedema koji u tlocrtu opisuju pravokutnik dugačak oko 18 m smjerom jugozapad-sjeveroistok i širok približno 9 m smjerom sjeverozapad-jugoistok. Sudeći prema ostacima pregradnih zidova, donja etaža jezgre bila je pregrađena u dvije dugačke i uske prostorije. Prizemlje sjeverozapadne polovice jezgre gotovo je u cijelosti sačuvano, a njezina unutrašnjost ispunjena je šutom. Za razliku od nje, jugoistočna polovica jezgre u cijelosti se oborila niz padinu te su od nje očuvani tek fragmenti uz sjeveroistočni i jugozapadni bedem.

Slika 6. Pogled na jezgru iz smjera sjevera



Izvor: K. Regan, 2023

Zidovi jezgre široki su preko jednog metra, a njihova pročelja građena su od lomljenka različitih veličina te ravnani slojevima manjega i sitnijega lomljenka. Takve romaničke fature pročelja nalazimo na utvrdama građenima tijekom XIII. i XIV. st., što postanak Perne široko datira u ova dva stoljeća (Horvat 1986: 180-181; Horvat 1989: 45). Spoj sjevernog ugla jezgre i bedema predgrađa koji se naslanja na nju sa sjeverne strane poduprt je snažnim i dugačkim potpornjakom.

S obzirom na to da jezgra ima relativno malu unutrašnju površinu, analogijom prema sličnim građevinama na drugim tvrdim gradovima te Lazinusovom crtežu Perne, možemo pretpostaviti da je uz prizemlje postojala još najmanje jedna zidana etaža te da je sjeverozapadno pročelje jezgre bilo otvoreno s dva reda manjih prozora. S obzirom na tlocrt jezgre i njezin prikaz na Lazinusov zemljovidu Ugarske, vrlo je izgledno da je njezina krovna konstrukcija bila izvedena kao veliki četveroslivni šatorasti krov s dugačkim sljemenom.²⁸⁵

Je li na vrhu ove građevine, između njezinog zidanoga dijela i krovne konstrukcije, postojala još jedna etaža izvedena kao drveni ophodni hodnik naslonjen na konzole, što je čest slučaj na srednjovjekovnim utvrdama? Podaci nisu

285 Takav krov sačuvan je na palasu Žitnici u Ozlju, a gotovo identičan njemu nalazio se na palasu plemićkog grada Bosiljeva sve do njegove pregradnje u historicističkome stilu polovinom 1820-ih i ponovno 1910. (Horvat 2005: 13-14).

dovoljno jasni da bismo mogli sigurno zaključivati. Ostavimo pitanje otvorenim.

Također se iz postojećih ostataka ne može zaključiti je li jezgra Perne branič-kula velikih dimenzija, koja tlocrtno podsjeća na branič-kulu tvrdog grada Počitelja u Lici ili Pake u Hrvatskom zagorju, ili dobro utvrđeni palas kakve nalazimo u tvrdim gradovima u Hrvatskoj (Kamenica i Židovina u Hrvatskom zagorju, Prozor iznad Vrlike u Dalmaciji) i Sloveniji (Pišece, Stari grad u Kamniku) (Stopar 1977: 74-94; Filipec 1999: 353-361; Horvat 2021: 163-188) ili je ona manji obrambeno-stambeni kompleks izveden kombinacijom kule i palasa (Veliki Kalnik u kalničko-križevačkoj regiji, Klana u Hrvatskom primorju, Possert u Istri, celjska faza tvrdog grada Kamena kraj Begunja, Stari grad u Kamniku, Gutrat u Austriji) (Fister 1986: 180-181; Marier 2004: 30-34).

Ulaz u jezgru također nije očuvan. S obzirom na konfiguraciju terena, tlocrtni raspored čitave utvrde te Holsteinov tlocrt, ulaz u nju se vrlo vjerojatno nalazio na sjeverozapadnom pročelju te je zasigurno bio povišen, tako da mu se pristupalo ljestvama ili drvenim stepeništem.



Izvor: K. Regan, 2023

4.2. Utvrđeno predgrađe

Utvrđeno predgrađe smjestilo se na južnim, zapadnim i sjevernim padinama strmog stožastog humka, dvadesetak metara niže od jezgre. Njegovi bedemi opasuju prostor u obliku kriške. Dok su od bedema podgrađa sjeveroistoč-

no i jugozapadno od jezgre na nizbrdici vidljivi tek temelji ili njihovi otisci u zemlji, na zapadnoj i sjeverozapadnoj strani utvrde on je mjestimice očuvan u izvornoj visini.

Slika 8. Pogled na sjeverozapadni bedem predgrađa



Izvor: K. Regan, 2023

S vanjske strane njegova visina iznosi približno 7 m, dok je s unutrašnje strane u cijelosti zatrpan zemljom do visine prsobrana u širinu od desetak metara. S obzirom na to da takav veliki nanos zemlje u ovome dijelu utvrde nije mogao nastati urušavanjem zidova jezgre ili erozijom tla na kojemu jezgra leži, vrlo je izgledno kako je prostor između izvorne padine brda i unutrašnjeg lica bedema namjerno ispunjen zemljom.

Slika 9. Pogled na unutrašnjost predgrađa iz smjera sjevera



Izvor: K. Regan, 2023

Čitavim vanjskim pročeljem dominiraju okrugle rupe, a ono samo izvedeno je kombinacijom lomljenka različitih veličina koji su ravnani slojevima manjeg i sitnijeg lomljenka, što postanak ovog dijela Perne datira u vrijeme posljednje četvrtine XV. i prve polovice XVI st.²⁸⁶

Iz svega rečenog proizlazi da je bedem utvrđenog predgrađa na sjevernoj, zapadnoj i južnoj strani u tehničkom smislu masivno zidana škarpa s okruglim otvorima za drenažu vode radi smanjenja pritiska nasipane zemlje na bedem.

Slika 10. Rupa za odvod vode na pročelju bedema pregrađa



Izvor: T. Beronić, 2022

U funkcionalnom smislu to je masivno zidan pseudobastion.²⁸⁷ Njegova izgradnja s jedne je strane omogućila dobivanje velike polukružne i široke ravne površine u unutrašnjosti utvrde, dovoljno prostrane za smještaj snažnijeg vatrenog oružja u slučaju napada na vrh bedema, a s druge strane stvorila je dovoljno prostora unutar bedema za eventualnu izgradnju niza građevina stambene namijene (za posadu utvrde, za služinčad) i gospodarske funkcije (kuhinja, štale, hambari, kovačnica, spremište stočne hrane i sl.).

286 Slične fature pročelja zidova nalazimo na građevinama koje su podizane i obnavljane velikom brzinom pod sve jačim pritiskom Osmanlija, pri čemu se nije pazilo na lijep izgled pročelja bedema kao u ranijim razdobljima (Horvat 1986: 184; Horvat 1989: 46).

287 Ova konstrukcija ima gotovo sve elemente i funkciju pravog bastiona osim pravilnog peterokutnog tlocrta (bastion 2021). Takve građevine nalazimo na drugim tvrdim gradovima u Hrvatskoj (Garić, Medvedgrad, Ružica i dr.) (Miletić 1984: 65-92; Miletić i Valjato-Fabris: 1987: 5-8; Bojčić 2004: 29-33; Regan 2011: 45-46; Malinar 2014: 71-80).

Slika 11. Pogled na ostatke braništa bedema predgrađa



Izvor: K. Regan, 2023

Kako u poravnatom dijelu utvrđenog podgrađa nisu vidljivi ostatci zidanih unutarnjih građevina, spomenute građevine mogle su biti podignute od drvene građe te moguće presvučene žbukom izrađenom miješanjem zemlje i slame, na način kakav je sve do nedavno bio uobičajen na tradicionalnim kućama Korduna i susjedne Banovine.

S obzirom na dobru ušćuvanost središnjih dijelova bedema, glavni ulaz u Pernu morao se nalaziti na sjeveroistočnoj ili na jugozapadnoj strani utvrđenog predgrađa.

Slika 12. Pogled na ostatak ulaznog kompleksa u jugozapadnom dijelu predgrađa



Izvor: K. Regan, 2023

U prilog njegova postojanja na jugozapadnoj strani ide Holsteinov plan, koji ga jasno smješta u taj dio utvrde. Doista, tu se nalaze ostatci nekoliko građev-

vina pravokutnog tlocrta koje u tlocrtu opisuju slovo L, a od kojih su se očuvali usporedni ili međusobno okomiti te pravocrtni fragmenti zidova, mjestimice vidljivi u dužinu od deset metara te u visinu od približno 4 m.

Ako vidljive fragmente tih zidova pravocrtno produljimo, vidjet ćemo da bi oni između jezgre i unutrašnjeg lica vanjskog bedema mogli oblikovati jednu građevinu kvadratnog tlocrta na povišenom položaju te jednu građevinu pravokutnog tlocrta na nižem položaju južno od nje, koja je unutarnjim zidom bila pregrađena u dva dijela.

S obzirom na to da Lazinus u ovom dijelu Perne crta kulu pokrivenu piramidnim krovom, a Holstein glavni ulaz u Pernu kao spoj dvaju međusobno povezanih utvrđenih dvorišta, moguće je da vidljivi ostatci zidova u ovom dijelu utvrde čine složeni ulazni kompleks s tlocrtom u obliku slova »L«, sastavljen od kvadratne kule na višem te pravokutnim propugnakulom na nižem položaju.²⁸⁸

Na žalost, zbog slabe očuvanosti nije moguće preciznije datirati postanak ovih zidova.

U prilog postojanja ulaza na sjeveroistočnoj strani utvrde ide polukružna zemljana rampa, koja se duž sjeverozapadnog i potom sjevernog vanjskog pročelja bedema pregrađa postupno uspinje uzbrdo do dvaju fragmenata polukružno oblikovanih stijena na sjevernoj strani bedema, međusobno udaljenih tek nekoliko metara.

S obzirom na polukružni oblik stijena, njihovu malu međusobnu udaljenost, dugačku prilaznu rampu koja vodi do njih te prikaz krovom pokrivenne građevine na Lazinusovom crtežu upravo na ovoj poziciji u utvrdi, vrlo je izgledno da se u ovom dijelu Perne nalazio drugi ulaz u utvrdu flankiran dvjema manjim polukružnim kulama.²⁸⁹

Iako se Perna uzdiže tek nekoliko desetaka metara iznad močvarne doline potoka Perne, sa sjeverne, zapadne i južne strane ona je zaštićena vrlo strmim padinama te nije bilo potrebe za izgradnjom obrambenih jaraka. Zbog toga je on izgrađen samo s istočne strane utvrde, koju polukružno opasuje u širinu od dvadesetak metara. Sudeći prema zračnoj snimci utvrde iz 1968. godine, moguće je da je s vanjske strane taj obrambeni jarak bio dodatno zaštićen zemljanim nasipom ili bedemom (Geoportal 1968).

288 Sličnu situaciju nalazimo na tvrdom gradu Ribniku kraj Ozlja, na tvrdom gradu Zrinu te na Kamenitim vratima u Gradecu. U sva tri kompleksa ulazilo se kroz utvrđena dvorišta (propugnakul) zaštićena branič-kulom (Bedenko 1989: 72; Miletić 2002: 21-22; Kekez i Regan 2017: 104-105, 109-110).

289 Ovakav ulaz između dviju kula dosad je na hrvatskim utverdama srednjeg vijeka pronađen tek u Čakovcu (Horvat 2014: 84-87).

Slika 13. Pogled na istočni obrambeni jarak iz smjera juga



Izvor:
K. Regan, 2023

5. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Premda danas nije moguće izraditi točniju i potpuniju tlocrtnu sliku povijesnog i građevinskog razvoja tvrdog grada Perne bez čišćenja terena te arheološkog iskopavanja, a samim time jasno odrediti tip i vrijeme gradnje utvrde, analizom postojećih ostataka te analogijama ipak se može doći do određenih zaključaka ili hipoteza.

Iako se tvrdi grad Perna u izvorima prvi put spominje tek 1494. godine, prema tlocrtu i položaju jezgre on je tipičan predstavnik skupine tvrdih gradova kaštelne tlocrtno osnove, koji su se najčešće gradili tijekom XIII. i XIV. st. u razdoblju romanike na rubovima izduljenih grebena, kako bi se maksimalno iskoristile prirodne obrambene karakteristike terena na kojima su podignuti (Horvat 2008: 45; Horvat 2009: 34, 37; Horvat 2014: 138-151; Horvat 2021: 163-184).

Riječ je o manjim utvrdama, bedemi koji su tlocrtno zatvarali prostor u obliku pravilnih geometrijskih likova, najčešće kvadrata, pravokutnika i trapeza (Horvat 2014: 325-336). Druga je osnovna karakteristika ovih utvrda da isprva nemaju branič-kulu, već isključivo utvrđene palase (Piper 1912: 106-118, 236-247; Stopar 1977: 24-25, Horvat 2008: 27-28; Horvat, Tkalčec: 2009: 188; Horvat 2014: 42-45; Regan 2017: 385). Dok su na većini takvih utvrda u srednjovjekovnoj Slavoniji i Hrvatskoj bedemi i palas bili zidani kamenom, kod manjeg broja njih (Kamenice i Židovina u Hrvatskom zagorju, Tuščak na Samoborskom gorju) to nije bio slučaj jer su njihovi zidani palasi isprva bili opasani drvenim ogradama, odnosno palisadama (Lapajne i Mahović: 2005-2006: 75-84; Regan 2017: 141-144, 379-383; Štefan i sur.: 2020: 165; Regan 2022: 61-85).

S obzirom na to da u središtu Perne danas nalazimo samo utvrđeni palas, moguće je da je on izvorno bio utvrđen drvenim ogradama te da je pripadao

drugo spomenutoj skupini romaničkih tvrdih gradova kaštelne tlocrtne osnove.²⁹⁰

Pod pretpostavkom da su Pernu doista sagradili kraljevski službenici tijekom druge polovice XIII. ili početkom XIV. st., u takvom slučaju moguće je da se tvrdi grad Perna najprije nalazio pod upravom knezova Babonića, a poslije 1328. u rukama slavonskog bana Mikca Prodavića, koji je nastavio provoditi politiku kralja Karla I. Roberta Anžuvinca s ciljem slamanja plemićke oligarhije.

291

U tom slučaju bi se tvrdi grad Perna nalazio u posjedu slavonskih banova sve do vladavine ugarsko-hrvatskog kralja Sigismunda Luksmeburgovca, koji je između 1387. i 1436. prepustio ovu utvrdnu članovima plemićkog roda ili zajednice plemića Šubića, koji će se upravo prema ovom tvrdom gradu i pripadajućem vlastelinstvu nazivati Peranskima.

S vremenom su romanički tvrdi gradovi kaštelne osnove postali premali, što je primoralo njihove vlasnike da ih temeljito adaptiraju te prilagode novom načinu stanovanja i ratovanja vatrenim oružjem pod sve snažnijim osmanskim pritiskom, osobito nakon pada Jajačke banovine krajem 1527. godine, čijim je slomom bio otvoren put Osmanlijama prema današnjem Kordunu i Banovini.

S obzirom na arhitektonske karakteristike očuvanih dijelova utvrđenog predgrađa, čije se vrijeme gradnje temeljem stilske analize može datirati u drugu polovicu XV. ili prvu polovicu XVI. st., vrlo je izgledno da se preobrazba tvrdog grada Perne iz malene romaničke utvrde u snažno utvrđeno i relativno prostrano protuosmansko uporište dogodilo za vladavine Frankopana nad njome (1461. – 1479.) ili za uprave obitelji Peranski nakon što su 1480. godine, nakon nepunih 19 godina, uspjeli iskupiti Pernu iz zaloga, upravo u vrijeme kada je počeo jačati osmanski pritisak na istočne granice onodobne Zagrebačke županije.

Radi bolje organizacije obrane najkasnije tijekom 1570-ih Perna se našla u sklopu Bihačke kapetanije Hrvatske krajine. Iako se u to vrijeme unutar bedema tvrdoga grada nalazila stalna vojna posada koju su, među ostalim, činili kraljevski vojnici Bihačke kapetanije, pod sve snažnijim osmanskim pritiskom tvrdi grad Perna napušten je 1584. godine.

Što se potom događalo s njime nije poznato. Sudeći prema drugim utvrđenjima koje je kraljevska vojska napuštala u to vrijeme prema planovima

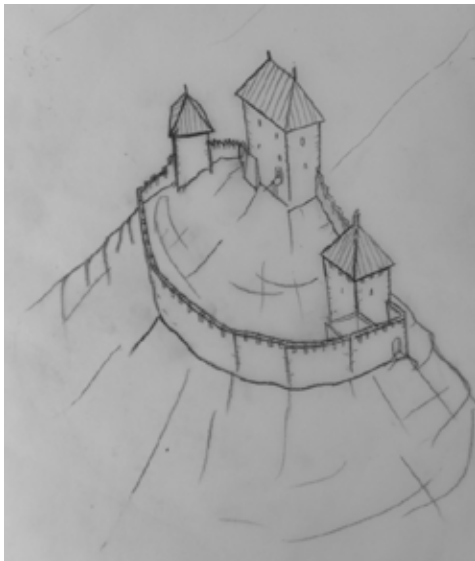
290 U slovenskom jeziku ovakve se građevine nazivaju "utrjene visoke hiše" ili "stanovanjski stolp", u engleskom jeziku "keep", u češkom "donjon", a u njemačkom jeziku "Wohnturm" (Piper 1912: 236-247; Stopar 1977: 74-94; Durdík 2000: 117-118; Gravett 2003: 10-22; Gravett 2004: 9-21; McNeill 2006: 42-70; Vučetić 2006: 415-425; Čikara 2019: 381-392).

291 O akcijama slavonskog bana Mikca Prodavića protiv knezova Babonića, vojnom slamanju njihove vlasti u Slavoniji te o posljedicama tih događaja za Baboniće više vidi: Kekez 2016: 147-153; Kekez i Regan 2020: 50-51.

njezina zapovjednika Ivana Lenkovića iz 1563. godine (Kruhek 1995: 185-197), vrlo je izgledno da je Perna tom prilikom zapaljena i(li) minirana kako bi se onemogućilo Osmanlijama da se u njoj učvrste. Ovakvu mogućnost posredno nam potvrđuje činjenica da se tvrđi grad Perna ne spominje tijekom osmanske vladavine nad područjem današnjeg Korduna, koje se za njihove vladavine nalazilo u sklopu Bihaćkog sandžaka (Šabanović 1959: 228).

Za Velikog (Bečkog) rata za oslobođenje (1683. – 1699.) Perna je oslobođena, no ponovno nije jasno kakva je sudbina njezina tvrđog grada. Sudeći prema analizi Holsteinovog tlocrta tvrđog grada Perne iz 1699. godine, za kojeg pretpostavljamo da je riječ o planu njegove obnove, te korespondencije između bana Adama Batthyányja, njegova podbana Stjepana Jelačića i krajiškog kapetana Gabre Jelačića također iz 1699. godine, možemo pretpostaviti da je krajem XVII. st. stari tvrđi grad Perna ipak bio napušten te da se u to vrijeme, zbog njegovog geostrateškog položaja, razmatala mogućnost njegove obnove i uključenje u vojnokrajiški obrambeni protuosmanski sustav. Iz dostupnih se izvora ne može zaključiti je li do toga došlo. Ono što je sigurno jest da je tvrđi grad Perna prije 1774. godine bio napušten i prepušten zubu vremena.

Slika 14. Hipotetska rekonstrukcija tvrđog grada Perne u prvoj polovici XVI. st.



Izvor: K. Regan, 2023

LITERATURA

1. Bastion (2021). Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=6200>
2. Bedenko, V. (1989). Zagrebački Gradec. Kuća i grad u srednjem vijeku. Zagreb: Školska knjiga.
3. Beronić, T. (2021), Slobodni kraljevski grad Perna, Budni div-portal za slobodna povijesna i zemljopisna istraživanja, 16. II. 2021. <https://budnidiv.net/pages/Clanak.aspx?ID=348>
4. Bojčić, Z. (2004). Opis nalaza arhitektura i faze izgradnje Ružica-grad. U Z. Bojčić i M. Radić (Ur.), Srednjovjekovni grad Ružica (str. 29-33). Osijek: Muzej Slavonije.
5. Čikara, D. (2019). Single-Space Manor Houses in the Context of Defense and Possible Genesis of the Post-Medieval Nobility Countryside Architecture in NW Croatia. T. Tkalčec, T. Sekelj, Ivančan, S. Krznar i J. Belaj (Ur.), Fortifications, defence systems, structures and features in the past/ Fortifikacije, obrambeni sustavi i strukture u prošlosti (str. 381-392). Zagreb: Institut za arheologiju.
6. Durdík, T. (2000). Ilustrovaná encyklopedie Českých hradů, Praha: Libri.
7. Filipec K. (1999), Neznani srednjovjekovni grad na gori Ivančici, Arheološki institut, Opcsvla archaeologica, 23/24, 353-361.
8. Fűgedi, E. (1986). Castles and society in medieval Hungary (1000-1437). Budapest: Akadémiai kiadó.
9. Geoportal (1968). <https://geoportal.dgu.hr/>, pristupljeno:
10. Grad (2021a). Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=22953>
11. Grad (2021.b). Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krleža <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=22952>
12. Gravett, C. (2003). Norman Stone Castles (1). Oxford: Osprey publishing.
13. Gravett, C. (2004). Norman Stone Castles (2). Oxford: Osprey publishing
14. Heller, G.(1980), *Comitatus Zagrabienensis M-Z*, München: Universität München.
15. Horvat, A. (1972). O spomenicima kulture s područja oko Petrove gore do početka 20. st. U D. Čalić, Simpozij o Petrovoj gori: u povodu 25-godišnjice III zasjedanja ZAVNOH-a, Topusko, 10–13. studenog 1969. (str. 235-251). Zagreb: Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti.

16. Horvat, Z. (1986). O izgledu srednjovjekovnog zida na primjerima nekih građevina u kontinentalnoj Hrvatskoj. *Godišnjak zaštite spomenika kulture Hrvatske*, 12, 176-192.
17. Horvat, Z. (1989). *Strukture gotičke arhitekture*. Zagreb: Društvo povjesničara umjetnosti SR Hrvatske.
18. Horvat, Z. (2005). Primjena drva u gradnju burgova od 13. do 15. stoljeća u kontinentalnom dijelu Hrvatske. *Prostor*, 13(1), 11-20.
19. Horvat, Z. (2008). Pozicije burgova tijekom 13.-15. stoljeća, *Prostor*, 16(1), 22-39.
20. Horvat 2009. Horvat, Zorislav, Stambeni prostori u burgovima 13.-15. stoljeća u kontinentalnoj Hrvatskoj. *Prostor*, 17(1), 32-51.
21. Horvat, Z. i Tkalčec, T. (2009). Arhitektura i arhitektonska plastika burga Vrbovca kraj Huma na Sutli. *Prilozi Instituta za arheologiju u Zagrebu*, 26, 181-218.
22. Horvat, Z. (2014). *Burgologija. Srednjovjekovni utvrđeni gradovi kontinentalne Hrvatske*. Zagreb: UPI-2M BOOKS.
23. Horvat, Z. (2021). Fortifikacijska arhitektura 13. stoljeća i burg Paka. U: M. Šimek, *Burg Paka (str. 163-188)*. Varaždin: Državni arhiv u Varaždinu.
24. *Hungaricana* (2023). <https://www.hungaricana.hu/en/>, pristupljeno:
25. Janeš, A. (1999). A phantom menace. Did the Mongol Invasion Really Influence Stone Castle Building in Medieval Slavonia. U: T. Tkalčec, T. Sekelj Ivančan, S. Krznar i J. Belaj (Ur.), *Fortifications, defence systems, structures and features in the past/Fortifikacije, obrambeni sustavi i strukture u prošlosti (str. 225-238)*. Zagreb: Institut za arheologiju.
26. Kekez, H. (2016). Pod znamenjem propetog zmaja: Povijest knezova Babonića do kraja 14. stoljeća. Zagreb: Hrvatski institute za povijest.
27. Kekez, H. i Regan, K. (2020). *Zrin - srednjovjekovno sjelo Babonića i Zrinskih*. Zagreb: Srednja Europa.
28. Kekez, H. i Regan, K. (2022). *Srednjovjekovna Dubica. Orisi grada na obalama rijeke Une*. Zagreb: Naklada breza.
29. Kruhek, M. (1995). *Krajiške utvrde i obrana hrvatskog kraljevstva tijekom 16. stoljeća*. Zagreb: Institut za suvremenu povijest.
30. Lapaine, M. i Kljajić, I. (2009). *Lazius, Wolfgang*. U: M. Lapaine i I. Kljajić *Hrvatski kartografi (str. 332-334)*. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.
31. Lapajne, D. i Mahović, G. (20005-2006). Stari grad Tuščak na Žumberku. *Godišnjak zaštite spomenika kulture Hrvatske*, 29/30, 75-84.

32. Laszowski, E. (1914). *Monumetna Habsburgica regni Croatiae Dalmatiae Slavoniae. Habsburški spomenici Kraljevine Hrvatske Dalmacije i Slavonije*, sv. 1. Zagreb: Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti.
33. Laszowski, E. (1916). *Monumetna Habsburgica regni Croatiae Dalmatiae Slavoniae. Habsburški spomenici Kraljevine Hrvatske Dalmacije i Slavonije*, sv. 2. Zagreb: Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti
34. Laszowski, E. (1917). *Monumetna Habsburgica regni Croatiae Dalmatiae Slavoniae. Habsburški spomenici Kraljevine Hrvatske Dalmacije i Slavonije*, sv. 3. Zagreb: Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnost.
35. Lopašić, R. (1895). *Oko Kupe i Korane*. Zagreb: Naklada matice hrvatske.
36. Lopašić, R. (1884). *Spomenici Hrvatske krajine*, sv. 1. Zagreb: Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti.
37. Lopašić, R. (1885). *Spomenici Hrvatske krajine*, sv. 2. Zagreb: Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti.
38. Lopašić, R. (1889). *Spomenici Hrvatske krajine*, sv. 3. Zagreb: Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti.
39. Šišić, F. (1912). *Acta comitialia Regni Croatiae Dalmatiae Slavoniae, volumen I. Hrvatski saborski spisi. Knjiga prva: od godine 1526. do godine 1536*. Zagreb: Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti.
40. Šišić, F. (1915). *Acta comitialia Regni Croatiae Dalmatiae Slavoniae, volumen II. Hrvatski saborski spisi. Knjiga druga: od godine 1537. do godine 1556*. Zagreb: Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti.
41. Smičiklas, T. (1905) *Codex diplomaticus Regni Croatiae, Dalmatiae et Slavoniae. Diplomatički zbornik Kraljevine Hrvatske, Dalmacije i Slavonije*, sv. 3. Zagreb Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti.
42. Mairer, I. (2004). *Burg Gutrat. Eine multimediale Rekonstruktion anhand archäologischer Forschungsergebnisse*. Salzburg: Multimedia Art an der FH Salzburg. https://www.burgenseite.com/brg/DA_final_web.pdf
43. Malinar, H. (2014). Prilog za daljnje istraživanje Medvedgrada. *Portal*, 5, 71-80.
44. McNeill, T. (2006). *Castles*. London: B T Batsford Ltd.
45. Miletić, D. (1984). *Medvedgrad*, *Kaj*, 17(6), 65-92.
46. Miletić, D. i Valjato-Fabris, M. (1987). *Kapela sv. Filipa i Jakova na Medvedgradu*. Zagreb: Republički zavod za zaštitu spomenika kulture Zagreb.
47. Miletić 2002. Miletić, Drago *Stari grad u Ribniku – nedovršeni projekt Bernardina Frankopana*, *Peristil*, 45(1), 15-41.

48. Piper, O (1912). *Burgenkunde*, München: R. Piper & Co. Verlag.
49. Pleše T., Sekulić P., Janeš A., Kalafatić H. i Jelinčić Vučković, K (2017). *Petrova gora-pavlinski samostan sv. Petra*. Mala biblioteka Godišnjaka zaštite spomenika kulture Hrvatske, 19. Zagreb: Ministarstvo kulture RH, Zurpava za zaštitu kulturne baštine.
50. Pow, S. (2019). *Hungary's Castle Defense Strategy in the Aftermath of the Mongol Invasion (1241-1242)*. U: U: T. Tkalčec, T. Sekelj Ivančan, S. Krznar i J. Belaj (Ur.), *Fortifications, defence systems, structures and features in the past/ Fortifikacije, obrambeni sustavi i strukture u prošlosti* (str. 239-250). Zagreb: Institut za arheologiju.
51. Regan, K. (2011). *Plemićki grad Garić*. *Radovi Zavoda za znanstveno istraživački i umjetnički rad u Bjelovaru*, 4, 15-62.
52. Regan, K. (2017). *Srednjovjekovne i renesansne utvrde Hrvatskog zagorja, Donja Stubica: Kajkaviana*.
53. Regan, K. (2022). *Kamenica Castle in Croatia Zagorje region*, *Studia lexicographica*, 16(30), 61-85.
54. Stopar, I. (1977). *Razvoj srednjeveške grajske arhitekture na slovenskem Štajerskem*. Ljubljana: Slovenska matica.
55. Szabo, G. (1920). *Sredovječni gradovi u Hrvatskoj i Slavoniji*. Zagreb: Matica hrvatska.
56. Šabanović, H. (1959). *Bosanski pašaluk. Postanak i upravna podjela*. Sarajevo: NP »Oslobođenje«.
57. Škiljan, F. (2007). *Kulturno-historijski spomenici Korduna s pregledom povijesti Korduna od prapovijesti do 1881. godine*. Zagreb: Srpsko narodno vijeće.
58. Štefan L., Stingl S., Čanković T., Maslač J., Sekulić S. i Mrvelj M., *Topografija i reambulacija Žumberačkoga gorja*, *Annales Instituti Archaeologici*, 16(1), 163-179.
59. Vučetić, R. (2006). *Prilog razvoju i tipologiji kurija u kontinentalnoj Hrvatskoj*. U M. Obad Ščitaroci (Ur.), *Dvorci i ljetnikovci kulturno naslijeđe kao pokretač gospodarskog razvoja* (str. 415-425). Zagreb: Arhitektonski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.

VII. TURIZAM

VII. TOURISM

BRENDIRANJE DESTINACIJE KAO AKTIVNOST TURISTIČKIH ZAJEDNICA: PRIMJER SLAVONIJE

Pregledni rad

Snježana Boranić Živoder

Institut za turizam

Vrhovec 5

10000 Zagreb

snjezana.boranic@iztztg.hr

Sažetak

Slavonija kao turistička regija obuhvaća pet županija, Brodsko-posavsku, Virovitičko-podravsku, Osječko-baranjsku, Vukovarsko-srijemsku i Požeško-slavonsku, koje zahvaljujući povijesnom razdoblju, prirodnim obilježjima, resursima i atrakcijama dijele brojne sličnosti. Iako svaka ima svoja posebna obilježja, međusobno se mogu povezivati i stvarati jedinstvene turističke proizvode na cijelom prostoru, kao što su, primjerice, cikloturizam, kulturne rute, aktivnosti na rijekama, obilazak arheoloških nalazišta, doživljaji vezani uz gastronomiju i vinski turizam i brojne druge. Međutim, ova je regija još uvijek nedovoljno poznata turističkom tržištu. Provedeno primarno istraživanje na domaćem tržištu (n=600) ukazalo je da se Slavoniju najviše percipira kroz ravnicu, hranu, žito, žitnicu i pšenicu, a da su sva druga obilježja i turističke atrakcije ove regije relativno slabo prepoznate. Istraživanje na stranim tržištima (Mađarska, Slovenija, Njemačka i Italija; n=800) pokazalo je da je pojam *Slavonija* razmjerno slabo poznat, a da se istočna kontinentalna Hrvatska percipira kroz planine, gore, male gradove i ruralna naselja, brežuljkasta područja i slikovite rijeke. Rezultati istraživanja ukazali su da je važno brendirati Slavoniju i ulagati napore u mijenjanje percepcija na domaćem tržištu, u smislu da se Slavonija počinje više prepoznavati kao prostor bogate i jedinstvene kulture, povijesti i prirodnih atrakcija koje nude široku paletu mogućnosti za turistički boravak. Istraživanje na stranim tržištima pokazalo je da ova regija tek treba graditi turističku prepoznatljivost. Zbog toga je važno da turističke zajednice zajednički provode aktivnosti brendiranja Slavonije kao regije, koordiniraju aktivnosti na cijelom prostoru i osim u promociju i razvoj proizvoda provode aktivnosti internog marketinga kako bi što veći broj dionika uključile u taj proces.

Ključne riječi: brendiranje destinacije, Slavonija, turističke zajednice, brend, istraživanje tržišta

DESTINATION BRANDING AS AN ACTIVITY OF TOURIST COMMUNITIES: THE EXAMPLE OF SLAVONIA

Abstract

Slavonia as a tourist region spreads over five counties, i.e., Brod-Posavina County, Virovitica-Podravina County, Osijek-Baranja County, Vukovar-Srijem County, and Požega-Slavonia County, that share many similarities due to their geography, history, natural resources, and attractions. Although each county has its specificities, they can work together and create unique tourist offers throughout the region, such as cycling tourism, cultural routes, activities on the rivers, archeological tours, experiences related to gastronomy and wine tourism, as well as many others. Nevertheless, this region is still relatively unknown in the tourism market, as research on the domestic and foreign markets shows. The prevailing perceptions related to Slavonia on the domestic market (n=600) were plain, food, wheat, and granary, while the other traits remained in the background. Research results on foreign markets (Hungary, Slovenia, Germany, and Italy; n=800) demonstrated that the term “Slavonia” is relatively little known, while eastern continental Croatia is recognized by mountains and hills, small towns, rural communities, hilly areas, and picturesque river landscapes. The conclusions suggest that there is a need to establish Slavonia as a brand and increase efforts to change perceptions in the domestic market so that the region is recognized as a place with rich and unique culture, history, and natural attractions, offering a much wider range of stay options for tourists. Research on the foreign market has shown that Slavonia is not recognized as a tourist region. Therefore, it is important that tourist boards jointly carry out branding activities of Slavonia as a region, coordinating them while keeping in mind the uniqueness of the entire region.

Keywords: destination branding, Slavonia, tourist boards, brand, market research

1. UVOD

Brendiranje turističkih destinacija posljednjih desetljeća zaokuplja sve veću pažnju stručne i znanstvene javnosti (Morgan, Pritchard i Pride, 2004; Abhold, 2009; United Nations World Tourism Organization [UNWTO], 2010; Telišman-Košuta i Ivandić, 2014; Almeyda-Ibáñez i George, 2017; Blain, Levy i Ritchie, 2020). Dok su neke destinacije svoj brend stekle tijekom povijesti i do-

bro su prepoznatljive, druge ga trebaju stvarati i graditi kako bi stekle prepoznatljivost ili ojačale svoju poziciju na tržištu. Za uspješno brendiranje važno je odrediti po čemu je destinacija jedinstvena i posebna, a da je to istovremeno relevantno suvremenom kupcu. Važno je da brend predstavlja istinu o destinaciji, što znači da gosti mogu doživjeti i osjetiti ono što im se promocijskim aktivnostima obećalo. Stoga brendiranje predstavlja proces koji zahtijeva vrijeme i kontinuiranu suradnju među dionicima koji ga trebaju implementirati. Da bi to bilo uspješno, važna je kvalitetna promocija prema turistima, ali i koordinacija i komunikacija između velikog broja različitih dionika u destinaciji, iz privatnog i javnog sektora, kao i s lokalnim stanovništvom. Sustav turističkih zajednica u Hrvatskoj marketinškim planovima i aktivnostima ovoj temi daje veliku pažnju, posebno kad je riječ o destinacijama koje tek trebaju snažnije izgraditi svoju prepoznatljivost na turističkom tržištu ili su u inicijalnoj fazi turističkog razvoja.

Za destinacije koje se tek pokušavaju pozicionirati na turističkom tržištu razvoj koncepta brenda i njegovo prihvaćanje od dionika u destinaciji koji taj brend stvaraju od velike je važnosti. Ako se uspješno postavi brend, on na određeni način postaje alat za brojne aktivnosti i odluke, na strani onih koji stvaraju turističku ponudu. Brend okuplja dionike u destinaciji, ako su njihove aktivnosti usmjerene u stvaranje brenda, postaju usklađene i time se ostvaruju višestruke koristi. S druge strane, kupcu razumijevanje brenda pomaže u brzom shvaćanju o kakvoj je destinaciji riječ, koje turističke proizvode i doživljaje može iskusiti u toj destinaciji i time olakšava i skraćuje njegovo vrijeme donošenja odluke.

2. DESTINACIJSKI BRENDING

Iako je brendiranje koncept koji marketinški stručnjaci koriste od kasnih 1980-ih, brendiranje turističkih destinacija, koji kombinira marketing proizvoda i usluga i komodifikaciju kulture i okoliša, relativno je novo područje istraživanja (Pereira, Correia i Schutz, 2012). Brendiranje destinacije kompleksan je proces zbog same prirode destinacije i turističkog proizvoda u čijem stvaranju djeluju različiti dionici iz privatnog i javnog sektora koji svaki u svom području djelovanja trebaju, u većoj ili manjoj mjeri, pridonijeti ukupnom turističkom doživljaju. S druge strane, turisti taj proizvod, odnosno doživljaj, promatraju kao cjelinu i na kraju su manje ili više zadovoljni onime što im je isporučeno u odnosu na ono što im je obećano. Blain, Levy i Ritchie (2020, str. 331) su za destinacijske menadžere definirali brendiranje kao „marketinške aktivnosti

koje podupiru stvaranje imena, simbola i loga pomoću kojih se identificira i diferencira destinacija, koji obećavaju nezaboravno iskustvo putovanja na jedinstven način povezano s destinacijom i koji služi konsolidaciji i jačanju sjećanja na destinacijsko iskustvo, a sve s ciljem stvaranja slike koja će utjecati na odluku potrošača da posjeti baš tu destinaciju, a ne neku alternativnu“. Međutim, sama izgradnja brenda obuhvaća veliki spektar aktivnosti u destinaciji i na određen način prelazi područje marketinga i može predstavljati alat za destinacijski menadžment. Izgradnja destinacijskog brenda (UNWTO, 2009) podrazumijeva više faza: segmentaciju tržišta i analizu ciljnih segmenata, analizu konkurencije, evaluaciju destinacije, SWOT analizu, izgradnju brenda te, na kraju, integraciju brenda u marketinške aktivnosti. Tako se na određeni način kroz literaturu može pratiti kako se mijenjalo poimanje brenda, od marketinške aktivnosti prema aktivnostima koje obuhvaćaju cijeli menadžment turističke destinacije da bi se razvojem proizvoda taj brend i implementirao. Vrlo često brend se poistovjećuje s komunikacijskim konstantama iako one predstavljaju njegov važan, ali ne i jedini dio.

Naime, destinacijski je brend puno više od izrade slogana i loga koji predstavljaju alat za komunikaciju brenda prema tržištima. Međutim, njihova je uloga iznimno važna. „Za većinu destinacija, međutim, slogan je nužna javna artikulacija strategije pozicioniranja brenda destinacije. Mjesta postaju sve više zamjenjiva i teško ih je razlikovati, a slogan predstavlja poveznicu između identiteta marke kojem teže DMO-i i stvarnog imidža marke koji se odražava na tržištu“ (Pike, 2005, str. 258). Komunikacijske su konstante vizualizacija brenda i nužne su za „oživljavanje“ brenda. Brend, među ostalim, treba promatrati i kao osobnost i emotivnu vezu između destinacije i njezinih gostiju. Zbog toga je nužno da bude jednostavan i jasan kako bi potencijalni gosti mogli razumjeti što čini destinaciju posebnom i drugačijom, koliko im je to privlačno za posjet i odgovara li njihovim potrebama i željama.

Budući da se brend danas u svijetu rastuće globalne konkurencije vidi kao jedan od ključnih uspjeha turističkih destinacija (Morgan i sur., 2004), sve veći i veći broj destinacija pokušava ga razvijati i time on postaje jedan od glavnih faktora konkurentnosti. Prema Anholtu (2007) brend je koncept koji govori o konkurentnom identitetu destinacije, odnosno, predstavlja istinu o destinaciji koja je relevantna kupcu i koja destinaciju razlikuje od konkurencije.

Istraživanje na temu brendiranja destinacije posljednjih se desetljeća bavilo različitim temama. Ruiz-Real, Uribe-Toril i Gazquez-Abad (2020, str. 3) sumirali su ih kako slijedi.

Tablica 1. Istraživanja na temu destinacijskog brendiranja

Autori	Glavni doprinos
Skinner (2008)	Identificiranje razlike u marketingu brendiranja pojedinih odredišta u odnosu na cijelu naciju.
Park i sur. (2009)	Upoznavanje prirode zajedničkog brendiranja na razini destinacije.
Tasci & Gartner (2009)	Ocjena elemente marke i pružanje praktičnog okvira za odgovorne dionike u destinaciji.
Nanhru i sur. (2012)	Identificiranje razlike brendiranja destinacije u odnosu na brendiranje proizvoda i usluga.
Pike i Page (2014)	Razumijevanje do koje razine su destinacijske marketing organizacije odgovorne za konkurentnost turističkih destinacija.
Kumar i Nayak (2014)	Definiranje značenja i konceptualizacija osobnosti destinacije.
Pike (2015)	Analiziranje načina praćenja provedbe brendiranja kroz vrijeme.
Kladou i sur.	Analiziranje vrijednosti brendiranja destinacije i načina evaluacije.
Asseraf i Shobam (2017)	Razumijevanje uloge onih koji pokreću sklonost potrošača, jačanje učinaka stranih proizvoda, destinacijskog brendiranja i turizma.
Mukherjee i sur. (2018)	Identificiranje ključnih varijabli za mjerenje kvalitete turističke destinacije na tržištima koja se razvijaju.
Baptista i Mator (2018)	Evolucija destinacijskog imidža unutar evolucije destinacijskog brendiranja iz perspektive potrošača.
Brain, Levy i Ritche (2020)	Pregled istraživanja na temu destinacijskog brendiranja, identificiranje trendova i predlaganje smjera budućih istraživanja.

Izvor: Ruiz-Real, Uribe-Toril i Gazquez-Abad (2020)

Turističke se destinacije prilikom brendiranja susreću s brojnim izazovima. Telišman Košuta (2002) posebno ističe razumijevanje potreba i percepcija ciljnih skupina posjetitelja, uključivanje lokalnih dionika u proces brendiranja, ispunjenje obećanja brenda te ostvarivanje partnerstva. Za kreiranje brenda važno je kako potencijalni gosti vide destinaciju, i to oni koji je nikada nisu posjetili. Za takve informacije potrebno je provoditi istraživanja koja mogu dati vrijedne *inpute* za osmišljavanje brenda koji će odgovoriti na zahtjeve suvremenih kupaca u turizmu.

3. DESTINACIJSKE MENADŽMENT ORGANIZACIJE I BENDIRANJE

Prema Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19) za provođenje strateškog i operativnog marketinga koji, među ostalim, uključuje branding regije zadužene su regionalne turističke zajednice. One trebaju djelovati kao destinacijske menadžment organizacije, koje je isti Zakon (NN 52/19) definirao kao „organizacije koje okupljaju dionike javnog, privatnog i civilnog sektora radi strateškog i operativnog upravljanja destinacijom i ostvarivanje zajedničke, prethodno usuglašene, vizije“.

Stvaranje destinacijskog brenda složen je proces u kojem nisu dovoljne samo marketinške aktivnosti već brendiranje uključuje i stvaranje sadržaja i turističkih proizvoda preko kojih se brend može osjetiti i doživjeti u destinaciji. U tom kontekstu upravo je i važna uloga turističkih zajednica koje bi trebale upravljati turističkom destinacijom i okupljati različite dionike koji u konačnici zajedničkim snagama stvaraju cjeloviti destinacijski brend.

S obzirom na činjenicu da je destinacija amalgam proizvoda i usluga (smještaj, proizvod, ugostiteljstvo, zabava i slično) i širokog spektra javnih dobara (npr. pejzaž, more, jezera, atmosfera, sociokulturno okruženje) te da je sve to potrebno objediniti pod jednim imenom s kojim se nastupa prema tržištu, upravljanje destinacijom postaje veliki izazov (Boranić Živoder, Tomljenović i Čorak, 2002). Međutim, koristi od uspješnog upravljanja su velike, a jedna je od tih koristi stvaranje jakog i prepoznatljivog brenda na turističkom tržištu. Destinacijske menadžment organizacije suočene su za zahtjevnim zadatkom upravo zbog specifičnosti destinacije u odnosu na opipljive proizvode i usluge. Priroda turističkog proizvoda da svi njegovi elementi nemaju centralnu kontrolu mogu dovesti do toga da gosti ne ostvare razinu očekivanog zadovoljstva boravkom u destinaciji. Morgan, Pritchard i Piggott (2002) zbog toga su istaknuli kako nedostatak kontrole nad ukupnim iskustvom gostiju može pridonijeti nedovoljno razvijenom identitetu destinacije i percepciji da destinacije nisu brendovi.

Da bi turističke destinacije i destinacijske menadžment organizacije bile uspješne u brendiranju, potrebno je kvalitetno osmisliti implementaciju brenda komunikacijskim aktivnostima i razvojem turističke ponude. Osim toga, važno je uključiti lokalno stanovništvo i sve dionike koji sudjeluju u stvaranju ponude, a to znači da interna javnost mora biti dobro upoznata s brend konceptom i mora prihvaćati brend koncept. Za to se mogu provoditi različiti sustavi edukacije i treninga, mogu se organizirati radionice i preko portala turističkih zajednica moguće je osigurati materijale koji na jednostavan način objašnjavaju ideju brenda i potrebu sudjelovanja u njegovu stvaranju. Izazovi koji se pri tome mogu javiti tiču se potencijalnih konfliktnih interesa ili nedovoljnog interesa dionika i volje za sudjelovanjem u „oživljavanju“ brenda. Često se može dogoditi da se očekuju brzi rezultati i da se brend može implementirati u kratkom roku, a najčešće brendiranje zahtijeva vrijeme. Jednom kad brend postane prihvaćen u destinaciji i kada na određeni način okuplja dionike i kada se svi slože oko neke jednostavne i jasne ideje o tome što njihovu destinaciju čini jedinstvenom, posebnom i drugačijom, onda su koristi od brendiranja velike.

Iako je sustav turističkih zajednica u Hrvatskoj odgovoran za brendiranje destinacije, one mogu biti tek pokretači i mogu poticati cijeli proces. Međutim, bez odgovora i aktivnog sudjelovanja ostalog javnog sektora koji je, primjerice, odgovoran za uređenje destinacije, infrastrukturu, šetnice, staze, kulturne sadržaje i dr., kao i privatnog sektora koji kreira smještajnu, ugostiteljsku, trgovačku i svu drugu ponudu, nemoguće je brend implementirati. Naime, doživljaj boravka u destinaciji znači dodir gosta sa svim navedenim aspektima ponude i svaki od njih mora na određeni način „pričati jedinstvenu priču“.

4. SLAVONIJA KAO TURISTIČKA REGIJA

Klaster Slavonija kao turistička regija, prema teritorijalnoj organizaciji Hrvatske turističke zajednice, obuhvaća prostor pet županija na istoku Hrvatske – Virovitičko-podravsku, Požeško-slavonsku, Brodsko-posavsku, Osječko-baranjsku i Vukovarsko-srijemsku, koji obuhvaća 12 486 četvornih kilometara. S tri strane ovaj je prostor okružen trima najvećim hrvatskim rijekama, na sjeveru Dravom, na istoku Dunavom i na jugu Savom. Najveći dio prostora obilježavaju ravnice i blago valoviti prostor, dok se brdski dijelovi uglavnom nalaze u središnjem i zapadnom dijelu. Bliže Dravi smješteni su Papuk i Krndija, a na jugu, prema Savi, Psunj, Požeška gora i Dilj. U pet županija nalaze se ukupno

22 grada i 105 općina. Dva najveća grada Osijek i Slavonski Brod izravno su povezani s autocestama A3 i A5, dok su Vinkovci i Požega do najbližih čvorišta sa spomenutim autocestama udaljeni oko 30 kilometara.²⁹²

U Slavoniji je prošle, 2022. godine, prema podacima iz baze eVisitor²⁹³ ostvareno ukupno 533 918 noćenja i 267 358 dolazaka. Najveći broj noćenja ostvaren je u hotelima (39,9 %), potom u ostalim ugostiteljskim objektima za smještaj²⁹⁴ (34,4 %), potom u objektima u domaćinstvu (22,2 %). Kad je riječ o kapacitetima ukupno cijeli prostor klastera Slavonije raspolaže s nešto manje od 12 tisuća kreveta (11 878). Najveći dio smještaja čine ostali ugostiteljski objekti za smještaj (34,7 %), među kojima su najbrojniji (60,6 % u strukturi ostalih objekata za smještaj) hosteli i sobe za iznajmljivanje. U svim županijama, izuzev Brodsko-posavske županije, brojniji su domaći od stranih gostiju. Brodsko-posavska županija zbog svoje pozicije ima nešto veći udio stranih gostiju zbog tranzitnih gostiju.

Slavonija ima velik broj turističkih atrakcija međunarodne i nacionalne važnosti koje mogu motivirati turiste s udaljenijih prostora na dolazak u ovu regiju. Kao glavne prirodne atrakcije ističu se rijeke Dunav i Drava te Sava, koja se, za sada, u manjoj mjeri turistički valorizira, te dva parka prirode Kopački rit i Papuk. Ovdje se nalazi jedan od najvećih europskih rezervata biosfere pod zaštitom UNESCO-a Mura-Drava-Dunav te Regionalni park Mura-Drava s dvije atraktivne lokacije Križnica i Noskovačka Dubrava. Park prirode Papuk trenutno je jedini hrvatski geološki park pod zaštitom UNESCO-a, na kojem se nalazi i jedinstveni lokalitet Rupnica, atraktivno Jankovačko jezero, šuma i vodopad. Posebno treba istaknuti i velika šumska bogatstva poznata po hrastu lužnjaku u kojima se ističe Spačvanski bazen između Bosuta i Save. Slavonija je bogata po vinogorjima i tradiciji vinarstva i podrumarstva, među kojima valja posebno spomenuti Kutjevačko, Baranjsko, Erdutsko i Srijemsko vinogorje, kao i poznate podrume u Kneževim Vinogradima, Kutjevu, Zmajevcu, Erdutu i Iloku.

Gradove u Slavoniji krasi lijepi i uređeni trgovi s crkvama i secesijskim građevinama. Ovdje su smješteni brojni muzeji i galerije, od kojih se posebno

292 Izvor: Boranić Živoder, S., Čorak, S., Klarić, Z., Kunst, I., Tomljenović, R., Marković Vukadin, I. i Sivački, M. (2019). Strateški marketinški plan turizma Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019. – 2025. Turistička zajednica Vukovarsko-srijemske županije u ime Turističkog klastera Slavonija uz potporu Glavnog ureda Hrvatske turističke zajednica. Dostupno na: https://turizamvukovar.hr/wp-content/uploads/pristup_inf/Strate%C5%A1ki-marketin%C5%A1ki-plan-turizma-Slavonije-s-planom-brendiranja-za-razdoblje-2019.-2025-1.pdf

293 Baza eVisitor, obrada Instituta za turizam

294 Ostali objekti u domaćinstvu obuhvaćaju: apartmane, hostele, kuće za odmor, lovačke domove, objekte za robinzonski smještaj, planinarske domove, prenoćišta, sobe za iznajmljivanje, studio apartmane, učeničke/studentske domove.

mogu istaknuti Muzej vučedolske kulture u Vukovaru, Muzej tambure u Slavonskom Brodu, Spomen galerija Ivana Meštrovića u Vrpolju, ali i brojni drugi. Slavonija je poznata po tradicionalnim manifestacijama poput Vinkovačkih jeseni, Đakovačkih vezova, Brodskog kola do gospodarskih manifestacija Vi-roexpo, Festivala ekstremnih sportova Pannonian challenge u Osijeku i dr. Uz glavno slavonsko marijansko svetište Aljmaš ističu se i svetišta u Voćinu, Pleternici i Ilači kod Vinkovaca. Veliki potencijal u turizmu imaju i poznate osobe, od književnika Antuna Gustava Matoša i Ivane Brlić Mažuranić, skladateljice Dore Pejačević do nobelovaca Lavoslava Ružičke i Vladimira Preloga. Osim povijesnih i kulturnih sadržaja, uživanja u lijepoj i zaštićenoj prirodi, gosti u Slavoniji imaju brojne mogućnosti za aktivan odmor. Posebno se mogu istaknuti dvije EuroVelo biciklističke rute međunarodnog značenja: EV6 Atlantik – Crno more uz Dunav, tzv. Dunavska ruta i EV13 Ruta željezne zavjese uz Dravu.

Ono što je zajedničko svim županijama proizlazi iz jedinstvenih prirodnih ljepota i bogate povijesti. To su svakako čista i očuvana priroda lijepih vizura ravnica, gora i rijeka, bogata kultura života i rada te generalno njegovanje tradicije i običaja. Posebno treba istaknuti i gostoljubivost lokalnog stanovništva po kojoj su Slavonci i Slavonke poznati. Sve su to vrijednosti koje se mogu naći na cijelom prostoru i koji svaka destinacija unutar Slavonije može prezentirati na svoj jedinstven način.

5. METODOLOGIJA I REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Istraživanje je provedeno s ciljem dobivanja uvida u poznavanje i percepcije Slavonije kao turističke regije na domaćem (n=600) i inozemnim tržištima (N=800), Mađarskoj, Italiji, Njemačkoj i Sloveniji. Na domaćem tržištu željele su se istražiti percepcije/asocijacije na pojam Slavonije te potencijalni motivi dolaska i boravka u ovoj regiji. Na domaćem tržištu bilo je po 150 ispitanika iz sjeverne Hrvatske, središnjeg dijela Hrvatske, Istre i Kvarnera te Dalmacije. Na stranim tržištima željelo se istražiti poznavanje Slavonije kao regije, percepcije o istočnoj kontinentalnoj Hrvatskoj. Uzorak je bio po 200 ispitanika iz Slovenije, Mađarske, Italije i Njemačke. Istraživanje je provedeno metodom anketnog upitnika (CAVI) tijekom travnja i svibnja 2019. godine.

Rezultati istraživanja na domaćem tržištu ukazali su na sljedeće.

Tablica 2. Rezultati istraživanja percepcija na domaćem tržištu (u %)

Prva misao/asocijacija na spomen Slavonije

ravnica	31,4
hrana (kulen, čvarci, kobasice, vino, rakija)	13,8
žito, žitnica, pšenica	8,7
Vukovar, rat	6,8
polja, oranice	6,5
neimaština, bijeda, siromaštvo, tuga pustoš	6,0
slavonski gradovi i znamenitosti	4,5
dom, rodni kraj, obitelj, djetinjstvo	3,2
ostalo	19,1

Pojmovi koji opisuju atmosferu u Slavoniji

ravno	69,6
tradicionalno	67,6
prijateljsko	52,4
mirno	37,4
lijepo	34,3
ugodno	33,1
otvoreno	20,8
usporeno	19,5
zanimljivo	17,6
toplo	15,3
jeftino	15,1

Napomena: Za prvu misao/asocijaciju navedeni su odgovori iznad 5 %, za pojmove koji opisuju atmosferu navedeni su odgovori iznad 15 %.

Izvor: Boranić Živoder, Čorak, Klarić, Kunst, Tomljenović, Marković Vukadin i Sivački (2019).

Prva misao/asocijacija na spomen Slavonije bila je „ravnica“ koju je spomenula skoro trećina ispitanika (31,4 %). Iza ove dominantne asocijacije slijedi „hrana“ (kulen, čvarci, kobasice, vino, rakija), koju je istaknulo 13,8 % ispitanika. Ostale asocijacije bile su zastupljeno kod manje od 10 % ispitanika (žito, žitnica, pšenica, Vukovar, rat, polja, oranica). Kao pojmovi koji najbolje opisuju atmosferu u Slavoniji istaknuti su: „ravno“ (69,6 %), „tradicionalno“ (67,6 %), „prijateljsko“ (52,4 %), „mirno“ (37,4 %) i „ugodno“ (33,1 %). Zanimljivo je istaknuti kako su sve te asocijacije pozitivne i izvrsno odgovaraju potrebama suvremenih turista. Naime, trendovi na tržištu govore o potrebi odmora koji će stvoriti protutežu užurbanom i zaposlenom načinu života, posebno kad je riječ o Europljanima.

Na pitanje o motivima za posjet i boravak u Slavoniji dobiveni su zanimljivi odgovori, koji također upućuju na percepcije turističkih vrijednosti ovog prostora. Više od polovice ispitanika (51,5 %) istaknulo je kao motiv „boravak u tipičnoj slavonskoj kući s rekreacijom u okruženju“. Slijede „gastronomске i vinske ture“ (46,8 %), „obilazak gradova“ (39,9 %), „posjet manifestacijama i događanjima“ (33,6 %) te „vožnja turističkim brodovima po rijekama“ (26,0 %).

Rezultati istraživanja na stranim tržištima su kako slijedi.

Tablica 3. Rezultati istraživanja percepcija na stranim tržištima (u %)

	Slovenija	Italija	Mađarska	Njemačka
Upoznatost s pojmom Slavonija	91,5	25,5	42,3	32,3

Percepcije istočne kontinentalne Hrvatske

mali gradovi	23,5	60,9	57,8	55,9
planine, gore	5,9	61,6	56,0	59,9
ruralna naselja	17,6	31,3	46,6	60,3
brežuljkasta područja	5,9	41,7	38,8	50,0
obrađena polja	35,3	4,0	27,6	18,4
slikovite rijeke kroz pitom krajolik	11,8	40,4	26,7	30,9
srednjoeuropska arhitektura	5,9	23,8	14,7	12,5
vinorodna područja	23,5	17,9	31,9	27,9
polja ravnice	70,6	23,2	12,1	10,3

barokne crkve	17,6	11,9	11,2	11,8
ostalo	5,9	0,0	0,9	2,2

Potencijalni motivi za dolazak u Slavoniju

obilazak gradova	46,8	40,1	65,2	47,8
tematizirane kulturno-povijesne ture	17,9	28,2	21,4	32,3
gastronomske i vinske ture	37,8	16,3	29,9	29,9
pješaćenje, planinarenje i jahanje	28,4	25,7	26,4	27,4
vožnja turističkim brodovima po rijekama	26,9	23,3	31,8	21,9
boravak u tipičnoj slavonskoj kući s rekreacijom u okruženju	34,8	20,8	24,4	18,4
promatranje ptica i ekoturizam	7,0	7,9	6,5	9,0
posjet manifestacijama i događanjima	13,4	14,4	20,4	9,0
posjet svetištu i vjerskim atrakcijama	10,0	9,4	9,0	8,0
cikloturizam	7,5	7,9	10,9	7,5
lov i ribolov	9,0	6,4	3,5	6,0
ostalo	0,5	4,0	2,0	2,0

Izvor: Boranić Živoder, Čorak, Klarić, Kunst, Tomljenović, Marković Vukadin i Sivački (2019)

Slovenija – ispitanicima u Sloveniji Slavonija je dobro poznata (91,5 %), a glavne percepcije vezane su za „polja ravnice“ (70,6 %), i „obrađena polja“ (35,3 %). Nešto manje od petine Slovenaca Slavoniju percipira kroz „vinorodna područja“ (23,5 %) i „male gradove“ (23,5 %). Na pitanje zašto bi posjetili kontinentalno područje za odmor Slovenci su najviše istaknuli „osjećaj mira i opuštenosti“ (56,7 %), „slikoviti krajolik“ (51,2 %) i „zeleno okruženje“ (45,8 %). Na posjet i boravak u Slavoniji najviše bi ih motivirali „obilazak gradova“ (46,8 %), „gastronomske i vinske ture“ (37,8 %), „boravak u tipičnoj slavonskoj kući s rekreacijom u okruženju“ (34,8 %), „pješaćenje, planinarenje i jahanje“ (28,4 %) te „vožnja turističkim brodovima po rijekama“ (26,9 %).

Italija – istraživanje je pokazalo da je tek četvrtina (25,5 %) Talijana čula za regiju Slavonija. Percepcije istočne kontinentalne Hrvatske vežu se ponajviše na „planine, gore“ (61,6 %), „male gradove“ (60,9 %) i „brežuljkasta područja“ (41,7 %). Za Talijane bi najjači motiv za posjet Slavoniji bio „obilazak gradova“, „tematizirane kulturno-povijesne ture“ (28,2 %), „pješačenje, planinarenje i jahanje“ (25,7 %), „vožnja turističkim brodovima po rijekama“ (23,3 %).

Mađarska – zanimljivo je da je manje od polovice ispitanika iz Mađarske (42,3 %) upoznato s pojmom *Slavonija*. Percepcije istočne kontinentalne Hrvatske vežu se najviše uz „male gradove“ (57,8 %) i „planine, gore“ (56 %), „ruralna naselja“ (46,6 %) i „brežuljkasta područja“ (38,8 %). Ovaj rezultat također iznenađuje, posebno percepcije vezen uz obilježja reljefa što se može objasniti činjenicom da Mađari prilikom ulaska u Hrvatsku u vizuri imaju Papuk. Goste s ovog tržišta najviše bi motivirali „obilazak gradova“ (65,2 %) i „vožnja turističkim brodovima po rijekama“ (31,8 %).

Njemačka – tek 32,3 % ispitanih Nijemaca poznaje pojam Slavonije. Percepcije istočne kontinentalne Hrvatske ponajviše se vežu uz „ruralna naselja“ (60,3 %), „planine i gore“ (59,9 %) i „male gradove“ (55,9 %). Goste s ovog tržišta motivirale bi ture „obilaska gradova“ (47,8 %), „tematizirane kulturno-povijesne ture“ (32,3 %) i „gastronomске i vinske ture“ (29,9 %).

Navedeni rezultati upućuju na to da je pojam Slavonije najviše poznat u Sloveniji, dok tek mali dio Talijana i Nijemaca poznaje ovu regiju. Zanimljivo je i da su najbliži susjedi Mađari relativno malo upoznati sa Slavonijom. Vežano uz percepcije istočne kontinentalne Hrvatske odgovori se najviše vežu uz obrađena polja, male gradove, ruralna naselja, što generalno karakterizira većinu kontinentalnih područja. Kad je riječ o potencijalnim motivima dolaska u Slavoniju, istaknuti su obilasci gradova, gastronomске i vinske ture, pješačenje, planinarenje i jahanje te vožnja turističkim brodovima po rijekama. Ovi rezultati upućuju na potrebu razvoja navedenih turističkih proizvoda i ujedno odražavaju generalne trendove potražnje na turističkom tržištu.

6. RASPRAVA I ZAKLJUČAK

Proces brendiranja turističkih destinacija kompleksan je, često zahtijeva veliki napor i vrijeme. Komunikacija s tržištem samo je dio cjelokupnog procesa brendiranja, a trebao bi slijediti nakon što se postavi koncept brenda kojeg će prihvatiti dionici u destinaciji koji ga trebaju stvarati i graditi. Za uspješan koncept brenda iznimno je korisno razumjeti kako ciljni segmenti, odnosno potencijalni gosti, vide destinaciju, koliko im je poznata, po čemu im je pozna-

ta. Informacije o tome mogu pomoći u kreiranju promocijskih poruka, ali i u razvoju turističkih proizvoda, koji s jedne strane ovise o atrakcijama i resursima destinacije, a s druge strane trebaju odgovoriti na zahtjeve i motive tržišta. Zbog toga je istraživanje koje je provedeno za potrebe brendiranja Slavonije kao turističke regije važno jer je pružalo informacije na koji se način Slavonija percipira na domaćem tržištu i potencijalnim stranim tržištima. Na domaćem tržištu slike koje se vežu uz Slavoniju (ravnicu, polja, žitnica) ukazuju da se ova regija doživljava po premalo dimenzija. Naime, bogata povijest, arheologija, plemićko nasljeđe, brdovita i zelena Slavonija s mogućnostima rekreacije u prirodi, bogatstvo rijeka i voda još uvijek su relativno slabo prepoznate. Na stranim tržištima pojam Slavonije slabo je poznat, najpoznatiji je u Sloveniji, potom u Mađarskoj i Njemačkoj dok je poznavanje ove regije u Italiji najmanje.

Posebno je zanimljivo kako bi na posjet Slavoniji i domaće i strane goste motivirao obilazak gradova, gastronomske i vinske ture i vožnja turističkim brodovima po rijekama. Time je istraživanje ukazalo koje proizvode treba razvijati i nuditi na domaćem i stranim tržištima i za što je izražen poseban interes. Dodatno, domaće bi goste motivirao i boravak u tipičnoj slavonskoj kući s rekreacijom u okruženju te posjet manifestacijama i događanjima, po kojim je Slavonija i poznata. Na stranim tržištima još je izražen motiv pješačenja, planinarenja i jahanja. Svi ovi motivi u skladu su s trendovima na tržištu potražnje koji ukazuju na veliki nedostatak vremena, potragu za vraćanjem ravnoteže boravkom u prirodi, otkrivanjem novih destinacija i upoznavanjem lokalnih, očuvanih i autohtonih vrijednosti. Tržište se sve više segmentira i traži ponudu u skladu sa svojim posebnim interesima što otvara mogućnosti novim i dosad nepoznatim destinacijama da tržište privuku svojim jedinstvenostima. Isto tako, iznimno je važna sigurnost u destinacijama, posebno u svjetlu današnjih političkih, ekonomskih, zdravstvenih i drugih kriza kojima je svijet izložen. Kreativnost ponude, pričanje zanimljivih priča i mogućnost sudjelovanja u doživljajima otvaraju prilike za destinacijske menadžere u formiranju turističke ponude.

Stvaranje jedinstvenog brenda Slavonije veliki je izazov za turističke zajednice i generalno za budući turistički razvoj i marketing. Jedinstvene atribute prostora potrebno je predstaviti na snažan i upečatljiv način i razvijati ponudu koja će ispuniti očekivanja gostiju. Upravo se destinacijskim brendom treba povezati cijeli prostor, ali pri tome i specifičnost svake destinacije unutar tog prostora treba ostati očuvana. Važno je povezati tržišne trendove, rezultate primarnog istraživanja i glavne atribute jedinstvenosti prostora. Brend će se u budućnosti graditi tako što će komunicirati s tržištem i razvijati turističke proizvode, u čemu veliku ulogu imaju turističke zajednice kao destinacijske menadžment organizacije. Strategijom komunikacije potrebno je brend uči-

nići vidljivim, a za to je važno izraditi promocijske konstante i dosljedno ih primjenjivati. Isto tako, turističke zajednice u okviru svojih aktivnosti trebaju provoditi aktivnosti internog marketinga i što širi krug javnosti upoznati s konceptom brenda te time potaknuti što veći broj dionika na uključivanje.

Konačno, za svaku destinaciju iznimno je važno pratiti trendove u području brendiranja destinacije. Kad je riječ o tim trendovima istraživanje Braina, Levya i Ritchia (2020) pokazalo je da bi naglasak u budućnosti trebao biti na interdisciplinarnom pristupu brendiranju i istraživanjima na ovom području. To znači interakciju između različitih disciplina, posebno s ekonomijom, marketingom i razvojem novih tehnologija.

LITERATURA

1. Almeyda-Ibáñez, M. i George, Babu P. (2017) The evolution of destination branding: review of branding literature in tourism. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 3(1), 9-17. <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.401370>
2. Anholt, S. (2007). *Competitive identity: New brand management for nations, cities and regions*. Palgrave Macmillan.
3. Anholt, S. (2009). Why national image matters. In *Handbook on tourism destination branding* (str. 8–17). World Tourism Organization & European Travel Commission.
4. Blain, C., Levy, S.E. i Ritchie, J.R.B. (2020). Destination branding: Insight and practices from destination management organizations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 43(4), 328-338. <https://doi.org/10.1177/0047287505274646>
5. Boranć, Živoder, S., Tomljenović. R. i Čorak. S. (2011). Suradnja interesnih skupina u turističkim destinacijama. U: S. Čorak (ur.), *Izazovi upravljanja turizmom* (str. 15-32). Institut za turizam, Zagreb.
6. Boranić Živoder, S., Čorak, S., Klarić, Z., Kunst, I., Tomljenović, R., Marković Vukadin, I. i Sivački, M. (2019). *Strateški marketinški plan turizma Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019.-2025*. Turistička zajednica Vukovarsko-srijemske županije, Turistički klaster Slavonija, Glavni ured Hrvatske turističke zajednice. https://turizamvukovar.hr/wp-content/uploads/pristup_inf/Strate%C5%A1ki-marketin%C5%A1ki-plan-turizma-Slavonije-s-planom-brendiranja-za-razdoblje-2019.-2025-1.pdf
7. Morgan, N., Pritchard, A. i Piggot, R. (2002). New Zealand, 100% pure: The creation of a powerful niche destination brand. *Journal of Brand Management*, 9(4/5), 335-354. <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540082>

8. Morgan, N., Pritchard, A. i Pride, R. (2004). *Destination branding: Creating the unique destination proposition*. Elsevier Butterworth-Heinemann
9. Pereira, R.L.G., Correia, A.L.i & Schutz, R.L.A. (2012). Destination branding: A critical overview. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 13, 81-102. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2012.645198>
10. Pike, S. (2005). Tourism destination branding complexity. *Journal Product & Brand Management*, 14(4), 258-259. <https://doi.org/10.1108/10610420510609267>
11. Ruiz-Real, J.L., Uribe-Toril, J.i & Gazquez-Abad, J.C. (2020). Destination branding: Opportunities and new challenges. *Journal of Destination Marketing & Management*, 17, članak 100453. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100453>
12. Telišman Košuta, N. (2011). Brendiranje turističke destinacije. U: S. Čorak (ur.), *Izazovi upravljanja turizmom* (str. 33-56). Institut za turizam, Zagreb.
13. Telišman-Košuta, N. i Ivandić, N. (2015). Analysing destination readiness for branding: A case study of Croatia. U: M. Kozak i N. Kozak (ur.), *Destination marketing: An international perspective*. Routledge
14. United Nations World Tourism Organization. (2009). *Handbook on tourism destination branding*. UNWTO.
15. Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, NN 52/2019. (2019). https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2019_05_52_990.html

IZAZOVI UPRAVLJANJA TURISTIČKIM AKTIVNOSTIMA NA RIJEKAMA U ZAŠTIĆENIM PODRUČJIMA – SLUČAJ RIJEKE DRAVE

Prethodno priopćenje

Irena Bosnić

Veleučilište u Virovitici
Matije Gupca 78
33000 Virovitica
irena.bosnic@vuv.hr

Božidar Jaković

Veleučilište u Virovitici
Matije Gupca 78
33000 Virovitica
bozidar.jakovic@vuv.hr

Elizabeta Namjesnik

Veleučilište u Virovitici
Matije Gupca 78
33000 Virovitica
elizabeta.namjesnik@vuv.hr

Sažetak

U Hrvatskoj su mnoga područja oko riječnih tokova proglašena zaštićenim područjima zbog svojih povijesnih, znanstvenih, bioloških, krajobraznih ili drugih vrijednosti, što dodatno pridonosi njihovoj atraktivnosti, ali i kompleksnosti pri upravljanju turističkim aktivnostima. Stoga je glavni cilj rada identificiranje ključnih dionika koji utječu na organizaciju i provedbu turističkih aktivnosti na rijekama te utvrđivanje njihove uloge u upravljanju aktivnostima na rijekama u zaštićenim područjima. Empirijsko istraživanje provedeno je metodom intervjua s predstavnicima turističkih agencija koje organiziraju turističke aktivnosti na rijeci Dravi i ravnateljima javnih ustanova za upravljanje zaštićenim područjima uz rijeku Dravu. Glavni su izazovi zakonska regulativa i nedovoljno usklađeni akti koji usporavaju razvoj turizma na rijeci i otežavaju organizaciju turističke djelatnosti. Naglašen je i problem nedostatka odgovarajuće infrastrukture za posjetitelje, kao i nedovoljne suradnje dionika uključenih u razvoj turističkih aktivnosti, što otežava prilagodbu turističkih proizvoda za potrebe specifičnih tržišnih segmenata riječ-

nog turizma. Temeljem rezultata istraživanja dane su smjernice te prijedlog mogućeg pristupa za koordinaciju dionika u upravljanju turizmom na rijekama u zaštićenim područjima. Buduća istraživanja trebaju obuhvatiti veći broj ispitanika između kojih treba biti zastupljen što veći broj različitih interesnih skupina dionika kako bi se dobila potpunija slika predmetne tematike. Jednako tako, buduća istraživanja mogu obuhvatiti i veći broj rijeka pod zaštitom unutar i izvan jedne zemlje, pri čemu se mogu identificirati sličnosti i razlike pri upravljanju turističkim aktivnostima između pojedinih rijeka, kao i između pojedine skupine dionika.

Ključne riječi: aktivnosti na rijekama, rijeka Drava, zaštićena područja, dionici, izazovi upravljanja

CHALLENGES OF MANAGING TOURIST ACTIVITIES ON RIVERS IN PROTECTED AREAS – THE CASE OF THE DRAVA

Abstract

In Croatia, many areas along rivers have been declared protected areas due to their historical, scientific, biological, landscape or other values, which additionally contributes to their attractiveness, but also complicates the management of tourist activities. Therefore, the main aim of this paper is to identify the key stakeholders who influence the organization and implementation of tourist activities on rivers and to determine their role in the management of activities on rivers in protected areas. The empirical research was conducted based on interviews with representatives of travel agencies organizing tourist activities and directors of public institutions for the management of protected areas along the Drava River. The main challenges are legal regulations and insufficiently harmonized laws, which slow down the development of tourism along the river and make it difficult to organize tourist activities. The problem of lack of adequate infrastructure for visitors and insufficient cooperation among stakeholders is also highlighted, which makes it difficult to adapt tourist products to the needs of specific segments of river tourism. Based on the results of the research, guidelines and a proposal for a possible approach to stakeholder coordination in the management of river tourism in protected areas are provided. Future research should involve a larger number of respondents, among whom as many different stakeholder interest groups as possible should be represented, to obtain a more complete overview of the issue at hand. Similarly, future research can include a larger number of rivers that are protected within and outside of a country so that similarities and differences in the management of tourism activities can be identified between individual rivers as well as between individual stakeholders' groups.

Keywords: river activities, the Drava, protected areas, stakeholders, management challenges.

1. UVODNA RAZMATRANJA

Rijeke su najveći svjetski vodotoci te čine temelj mnogih ekosustava koje ujedno možemo smatrati ključnom atrakcijskom osnovom za razvoj specifič-

nih oblika turizma temeljenih na prirodi kao što su ekoturizam i promatranje ptica. Rijeke, također, s jedne strane omogućuju odvijanje različitih rekreativnih i pustolovnih aktivnosti na vodi poput raftinga, kajakinga, kanuinga, splavarenja, dok s druge strane čine svojevrsnu infrastrukturu za prijevoz ljudi, bilo u vidu javnog prijevoza, bilo u okviru sektora riječnih krstarenja. Pored samih riječnih tokova, potrebno je istaknuti i turistički značaj obalnog krajolika, od prirodnih vrijednosti do materijalne i nematerijalne baštine gradova i područja kroz koje rijeke prolaze (Bosnić 2015; Šafarek i Šolić 2011; Prideaux i sur. 2009). Fokus ovoga rada upravo je na analizi ekoloških vrijednosti rijeke Drave kao dijela turističke resursne osnove, razmatranju mogućih oblika riječnog turizma te utvrđivanju izazova upravljanja turističkim aktivnostima na rijeci Dravi kao zaštićenom području prirode. Radom se nastoji utvrditi koji sve dionici imaju ključnu ulogu u sadašnjoj fazi razvoja turizma na rijeci Dravi i s kojim se sve problemima, izazovima i preprekama suočavaju. Temeljem dobivenih spoznaja dane su smjernice za uspostavu održivog riječnog turizma te prijedlog koordinacije između dionika u upravljanju turizmom na rijekama, uz uvažavanje zaštite prirodnih vrijednosti, ali i ostvarivanje društveno-ekonomske koristi za širu zajednicu.

2. RIJEČNI TURIZAM – IZAZOVI UPRAVLJANJA U ZAŠTIĆENIM PODRUČJIMA

2.1. Turistički potencijal rijeka i tipologija riječnog turizma

Turističkom potencijalu rijeka pridonosi ljepota krajolika, mogućnosti za rekreaciju na rijekama i uz njih, područja zaštićene prirode uz rijeke te kulturno-povijesne cjeline i spomenici (Steinbach, 1995). Doline rijeka pogodne su za različite oblike odmora, prije svega, zbog estetike riječnog krajolika koja kombinira prirodne vrijednosti i atrakcije poput vodopada, slapova, sedrenih barijera, meandara, poplavnih područja, raznovrsne flore i faune s izgrađenom kulturnom baštinom, ali i mogućih turističko-ugostiteljskih i sportsko-rekreacijskih sadržaja uz rijeke i na samoj rijeci, a koji zadovoljavaju specifične interese posjetitelja. Kao osnovni motivi koji privlače posjetitelje na rijeke mogu se izdvojiti prirodna ljepota riječnog krajolika, kulturna baština uz rijeke, istraživanje načina života lokalnog stanovništva te njihove jedinstvene kulture i tradicije, mogućnosti za sportsko-rekreativne aktivnosti, promatranje životinja (naročito ptica), istraživanje biljnog i životinjskog svijeta u

rijekama i na njihovom širem poplavnom području, edukacija, gastronomija, ali i vjerski motivi (Bosnić, 2015). Aktivnosti na rijekama u pravilu uključuju plovidbu raznim vrstama plovila, ovisno o obilježjima pojedine rijeke (riječni kruzer, kanu, kajak, raft, tradicionalna plovila, jedrenjaci, razne brodice), zatim ronjenje, ribolov, istraživanje biljnog i životinjskog svijeta u rijekama i pored njih. Uz same rijeke, turistički su značajne i pogodne za razne aktivnosti i obale rijeka sa svojim atraktivnim krajolicima. Sukladno navedenom, riječni turizam može se shvatiti kao oblik vodenog turizma koji se organizira na prirodnim slatkovodnim tokovima (rijeke, kanali) (Susanto i sur. 2022) i koji uključuje razne vrste turizma i rekreativne aktivnosti koje se odvijaju u blizini riječnih obala (Mousazade, Akbarzadeh i Mousazadeh, 2019). S tim u vezi, može se konstatirati da riječni turizam u svojoj biti obuhvaća „turističke aktivnosti koje se odvijaju na rijekama i s rijekama povezanim vodenim putevima te na njihovom obalnom području, a uključuju korištenje plovnih objekta, vlastitih ili iznajmljenih dok plovilo plovi rijekom ili se nalazi u sidrištu / na vezu te boravak u turističkim lukama ili izvan njih i ostalim objektima supra i infrastrukture uz rijeke zbog odmora, zabave, rekreacije, razonode, sporta, zadovoljenja kulturnih, obrazovnih, zdravstvenih i drugih motiva, ali i sve odnose proizašle iz odvijanja navedenih turističkih aktivnosti“ (Bosnić, 2015, str. 60).

Sukladno izrečenoj definiciji riječnog turizma moguće je razviti prateću tipologiju riječnog turizma. Josef Steinbach (1995) u svojim razmatranjima kao osnovne oblike riječnog turizma navodi krstarenje rijekama (uključujući tematska krstarenja), turizam na divljim vodama, *houseboat* turizam, ostala putovanja na vodi korištenjem manjih plovila (kajaka, kanua i raznih vrsta čamaca na napuhavanje) te biciklistički turizam koji se, za razliku od već navedenih oblika riječnog turizma, odvija pored rijeka. Navedenu podjelu riječnog turizma temelji na povezivanju pojedinih stilova odmora na rijekama i oblika odmora koji nastaju kao posljedica novonastalih motiva turističke potražnje te tome pridružuje prikladno prijevozno sredstvo i dijelove rijeke za odvijanje odgovarajuće aktivnosti, kao i karakteristike prirodnog i kulturnog okoliša koji se može doživjeti na izabranom odmoru na rijeci. Bosnić (2015) u raspravi o kriterijima za razvrstavanje riječnog turizma posebno ističe kriterij „značaja turističkih aktivnosti na rijekama i pored njih“ prema kojem se riječni turizam može podijeliti na (Bosnić, 2015, str. 66-68):

- „riječni turizam u užem smislu“ – obuhvaća temeljne pojavne oblike riječnog turizma s obzirom na karakteristike usluga koje se pružaju (krstarenje rijekama, pustolovne oblike riječnog turizma poput raftinga, kanuinga i kajakinga, jahting turizam, iznajmljivanje i korištenje vlastitih plovećih vila/hotela, ...)

- „riječni turizam u širem smislu“ – podrazumijeva sporedne turističke aktivnosti na vodi i na kopnu (kamping i kupališni turizam) te posebne oblike turizma koji nadopunjuju turističku ponudu riječnog turizma u užem smislu poput biciklizma, agroturizma, kulturnog turizma, aktivnosti na riječnim obalama.

Razvoj riječnog turizma omogućuje izravne i neizravne gospodarske, društvene i kulturne koristi za odredišta (Mousazade i sur. 2019). Hall i Page (kao što citiraju Susanto i sur. 2022) ističu da koncept razvoja riječnog turizma ovisi o kakvoći rijeka, fizičkim značajkama obalnih krajolika, riječnim krajobrazima, ali i o garanciji sigurnog okruženja za turiste, sigurnosti cestovnog prometa, dostupnosti za posjetitelje (turiste) te mogućnosti pružanja raznovrsnih aktivnosti. Vezano uz navedeno, riječni turizam moguće je povezati i s određenim dopunskim djelatnostima koje podupiru razvoj pojedinih oblika riječnog turizma, poput usluga turističkih agencija, servisnih usluga, male brodogradnje, škola vođenja brodova (*river boating courses*), a koje treba uvažiti prilikom istraživanja mogućnosti i/ili stupnja razvoja riječnog turizma u pojedinim područjima. Također, potrebno je istaknuti da se riječni turizam često odvija i na područjima koja su pod zaštitom što zahtijeva nužnost prilagodbe svih turističkih aktivnosti režimu zaštite i u pravilu predstavlja izazov za dionike uključene u razvoj turizma na takvim područjima.

2.2. Upravljanje zaštićenim područjima – identifikiranje izazova i uloge dionika u postizanju održivosti

S obzirom na to da se zaštićena područja razlikuju sukladno međunarodnoj klasifikaciji, IUCN²⁹⁵ je dao smjernice za upravljanje pojedinom kategorijom u skladu s definiranim ciljevima kategorija zaštićenih područja (Day i sur., 2019; Dudley, Shadie i Stolton, 2013). Unatoč definiranim smjericama svaka zemlja ima određenu slobodu u donošenju odluke o kategorizaciji zaštićenih područja te načinu njihova upravljanja. Graham, Amos i Plumtre (2003) navode da nacionalne vlasti raspoložu različitim alatima kojima upravljaju ili utječu na upravljanje pojedinim kategorijama nacionalne klasifikacije zaštićenih područja. U tom kontekstu nužno je istaknuti da se upravljanje zaštićenim područjima odvija na razini *governancea* i *managementa*, kao dvije različite upravljačke funkcije. Borrini-Feyerabend i sur. (2013) ističu da su osnovne

295 The International Union for Conservation of Nature (Međunarodna unija za zaštitu prirode)

razlike u tome što se *governance* tiče donositelja odluka, na primjer nadležno tijelo na nacionalnoj razini ili na razini autohtonih zajednica (kako se donose odluke, tko ih donosi i kako se planiraju postići zadani nacionalni ciljevi kroz pojedine kategorije zaštićenih područja), dok se menadžment promatra kao proces provedbe prethodno donesenih odluka, u okviru zadanih ciljeva na razini pojedinog/ih zaštićenih područja, na primjer javne ili privatne ustanove koje upravljaju zaštićenim područjem (alati i aktivnosti za postizanje definiranih ciljeva). Dudley i Stolton (2018) identificirali su deset kritičnih pitanja u okviru kojih su definirali glavne izazove i prilike, a za koje smatraju da su prioritetno važni za djelovanje upravitelja zaštićenih područja, kreatora politika i podupiratelja u kontekstu razvoja ciljeva za realizaciju u godinama nakon 2020., do kada su važeći brojni strateški dokumenti:

1. stvaranje robusnog sustava zaštićenih područja
2. prepoznavanje i maksimiziranje koristi od zaštićenih područja
3. usklađivanje lokalnih potreba s očuvanjem
4. povećanje profesionalizacije u upravljanju zaštićenim područjima
5. jačanje očuvanja i općih koristi za društvo
6. optimiziranje korištenja nove tehnologije
7. osiguravanje održivog financiranja
8. integracija različitih pristupa zaštite i očuvanja krajobraza sa zaštićenim područjima
9. uvođenje razmišljanja o budućnosti zaštićenih područja
10. program očuvanja nakon 2020. godine.

Većina navedenih kritičkih pitanja zaštićenih područja dio su izazova i prilika u kontekstu turizma u zaštićenim područjima. Iako je uspostavljanje zaštićenih područja jedan od najučinkovitijih načina zaštite resursa, društvo od njih očekuje sve više koristi (Dharmaratne, Sang i Walling, 2000), posebice u društveno-ekonomskom kontekstu. U takvim okolnostima razvoj turizma predstavlja jedan od poželjnih oblika ekonomskog korištenja zaštićenih područja. Sukladno tome, odnos između turizma i zaštićenih područja traje od samih početaka osnivanja, gdje se posjećivanje smatra ključnom komponentom njihovog osnivanja, upravljanja i održivog korištenja (Eagles, McCool i Haynes, 2002). Turizam pruža mogućnost i potiče povezivanje posjetitelja s vrijednostima zaštićenog područja, pri čemu se može pozitivno odraziti na stavove posjetitelja i samo očuvanje (Leung i sur., 2018). Također, turistički doživljaji posjetitelja mogu biti transformativni u kontekstu osobnog rasta i dobrobiti za pojedinca, uz istovremeno pobuđivanje povećanog osjećaja za očuvanjem

i podrške vrijednostima zaštićenih područja, odnosno podizanje razine ekološke svijesti. Međutim, razvoj turizma i razina posjećenosti svakog pojedinog zaštićenog područja uvelike ovisi o kategoriji, atraktivnosti resursa, pristupačnosti i prometnoj povezanosti, kao i dodatnoj ponudi i drugim jedinstvenim značajkama područja (Jaković, Tubić i Bakan, 2019). Mnoštvo mogućnosti rekreacije na otvorenom koje zaštićena područja pružaju, čine ih pogodnim mjestom za boravak, uživanje i aktivni odmor posjetitelja (Dumitraș i sur., 2012) te se posjećivanjem stvara društveno-ekonomska potpora parkovima, odnosno podupire se zaštita biološke i kulturne baštine te njihova ekonomska održivost (Bushell, Staif i Eagles, 2007). Jednako tako, posjećivanje zaštićenih područja predstavlja potencijal društveno-ekonomskog razvoja lokalne zajednice i regionalnog područja, kao i nacionalnih ekonomija (Wells, 1997), gdje se kao primjer mogu istaknuti Kostarika, Australija, brojne zemlje u Africi i sl. Stoga je održivo korištenje visoko vrijedna resursna osnova, kao i kvaliteta proizvoda i usluga, polazna osnova održivog turizma zaštićenih područja, pri čemu se mogu generirati veći prihodi od posjećivanja (Eagles, 2002) koji se posljedično mogu investirati u zaštitu i očuvanje područja (Oviedo-García i sur., 2019), životni standard lokalne zajednice (Pickering i sur., 2018) te ponudu koja može ispuniti očekivanja i zadovoljstvo posjetitelja (Schliephack, Moyle i Weiler, 2013).

Iako turizam može biti ključno sredstvo za zaštićena područja u ostvarenju svojih ciljeva i zadovoljenju brojnih potreba društva, na drugoj strani može nanijeti štetu zaštićenim područjima s ekološkog, ekonomskog i sociokulturnog aspekta (Bushell i sur., 2007; Scheppard i Steiner, 2007). Stoga su aktualni trendovi (povećana razina ekološke svijesti, briga o zdravlju, kao i povećana potražnja i interes za rekreacijom u prirodi) velike mogućnosti, ali i izazovi za svako zaštićeno područje u kontekstu privlačenja većeg broja posjetitelja te postizanja vlastitih, ali i ciljeva društva (lokalno, regionalno, nacionalno, pa i globalno). Generalno, postoje brojna pitanja i izazovi zaštićenih područja povezanih s turizmom kojima se treba pozabaviti kako bi se upravljalo zaštićenim područjima na održiv način (Jaković i sur., 2019). Najistaknutiji ekološki, društveni i ekonomski izazovi zaštićenih područja sumirani su i prikazani u sljedećoj tablici (tablica 1).

Tablica 1. Izazovi održivosti zaštićenih područja

Dimenzija održivosti	Glavni izazovi
ekološka održivost	održavanje zadovoljavajuće razine zaštite i očuvanja resursa (npr. biološke raznolikosti, kakvoće zraka, vode i dr.) u uvjetima nedovoljnog ulaganja u očuvanje biološke raznolikosti i sve većeg pritiska na prirodne resurse razvojem turizma i drugih djelatnosti promicanje zaštite prirode edukacijom posjetitelja u cilju povećanja ekološke svijesti (mnogi posjetitelji nisu uključeni u edukaciju te posjetitelji nisu prvenstveno motivirani za ekoturizam i sl.) prijetnje od ilegalnih upada, krivolova, požara itd.
sociokulturna održivost	usklađivanje zaštite s potrebama ljudi, posebno lokalnog stanovništva (koristi od turizma, poljoprivrede, šumarstva, ribarstva itd.) suočavanje s fenomenom „parkovi na papiru“ (zaštićena područja su određena, ali se zaštita nikada ne provodi) suradnja i umrežavanje s javnim i privatnim dionicima kako bi se postizale i održale dugoročne koristi itd.
ekonomska održivost	smanjenje prihoda iz državnog proračuna (sve veća usmjerenost na tržište – teško je balansirati sa zaštitom) nedostatna sredstva za bolju organizaciju razvoja i održivosti turizma (za stvaranje prihvatljive infrastrukture i suprastrukture i drugih potrebnih sadržaja) poboljšanje financijske administracije i učinkovitosti stvaranje poticajnog financijskog i gospodarskog okvira itd.

Izvor: Jaković i sur., (2019), str. 737

S obzirom na prethodno razmatranu problematiku, može se potvrditi konstatacija autora Jamal i Stronza (2009) da je okruženje turističke destinacije složeno i dinamično uslijed mnoštva veza i međuovisnosti između različitih čimbenika destinacije te mnogobrojnih dionika s različitim vrijednostima, stavovima i interesima. Wailago i sur. (2013) ističu da je upravo nedostatak i neučinkovito sudjelovanje dionika velika prepreka u implementaciji održivih praksi u turizmu jer svaki od dionika može doprinijeti održivom korištenju atributa zaštićenih područja te aktivnim sudjelovanjem doprinijeti povećanju održivih koristi, i sebi i drugima i društvu u konačnici (Jaković, 2023). Stoga je svaka skupina dionika sa svojim posebnostima i značajem od presudne važ-

nosti u održivom turizmu zaštićenih područja. U tablici 2 nalaze se glavne skupine dionika s pripadajućom ulogom u turizmu zaštićenih područja.

Tablica 2. Skupine dionika s pripadajućom ulogom u turizmu zaštićenih područja

Tip dionika	Uloga dionika
<i>governance</i> zaštićenih područja – političko-zakonodavna razina	definiiraju ciljeve zaštićenih područja, kako ih postići, kojim sredstvima (zakoni i propisi, standardi, strategije i politike zaštite i održivog korištenja kroz turizam) i tijelima (državne organizacije, multi institucionalni pristup) i sl.
menadžment zaštićenih područja – organizacije za upravljanje područjem	operativno upravljanje zaštitom, očuvanjem i obnavljanjem (raznolikost područja, otpornost ekosustava, ublažavanje klimatskih promjena) te održivim korištenjem vrijednosti zaštićenih područja (isporuka dobara i usluga) u skladu s ovlastima
lokalne i destinacijske uprave	lokalno strateško planiranje i provedba politike, planiranje, uspostavljanje i upravljanje lokalnom infrastrukturom te podržavanje uključivanja lokalnih dionika u razvojne programe
subjekti privatnog sektora	promicanje održivog korištenja resursa zaštićenih područja, stvaranje i isporuka proizvoda i usluga u turizmu i drugim prihvatljivim djelatnostima, povećanje koristi od zaštićenih područja za lokalno stanovništvo (radna mjesta, prihodi itd.)
nevladine organizacije	sudjelovanje i utjecaj na strateško planiranje i razvoj zaštićenih područja te usluga koje pružaju društvu te koordiniranje i zastupanje interesa dionika u području djelovanja organizacije
organizacije za obrazovanje	prikupljanje i diseminacija znanja, podržavanje i razvoj strategija, savjetovanje i obučavanje dionika itd.
lokalna zajednica	uključivanje u planiranje i donošenje odluka o važnim pitanjima zaštićenih područja, zastupanje interesa lokalne zajednice, provođenje pravične podjele koristi unutar zajednice, stjecanje prihoda od turizma i drugih djelatnosti itd.

Izvor: prilagođeno prema Jaković (2023)

3. RIJEKA DRAVA I TURISTIČKA VALORIZACIJA RESURSA

Drava je srednjoeuropska rijeka dužine 725 kilometara i s ukupnim slivom od 42,238 km². Izvire u južnom Tirolu (u blizini jezera Dobiaco) u Italiji, teče kroz austrijsku pokrajinu Kärnten (Koruška), Sloveniju te ulazi u Hrvatsku i čini hrvatsko-mađarsku granicu (Sommerwer, N. i sur., 2022). Riječ je o tipičnoj nizinskoj rijeci koju karakterizira neprestano mijenjanje korita, kreiranje krajolika rijeke s meandrima²⁹⁶, sedimentnim naslagama, odnosno sprudovima (najčešće od šljunka i pijeska), pješćanim plažama, rukavcima²⁹⁷, mrtvicama (močvarama) te poplavnim područjima (npr. Kopački rit) (Šafarek i Šolić, 2011), što ujedno definira njezin turistički potencijal i uvjetuje način turističke valorizacije resursa. Drava je jedna od posljednjih europskih nizinskih rijeka koja je očuvala prirodnu dinamiku, a time zadržala golemu biološku raznolikost (Rijeke Hrvatske, bez dat). Posebno su značajna vlažna staništa koja spadaju među najugroženija u Europi, a zaštićena su i na nacionalnoj razini: poplavne šume, vlažni travnjaci, mrtvi rukavci, napuštena korita i meandri, kao i strme odronjene obale u kojima se gnijezde strogo zaštićene vrste (Prirode Varaždinske županije, bez dat.). Drava je dom brojnim životinjskim vrstama, među kojima se posebno ističu ugrožene i zaštićene vrste ptica. U Dravi je i najveća bioraznolikost riba u Hrvatskoj, čak 70 zabilježenih vrsta riba od kojih su njih pet endemi dunavskog sliva (Gotal Dmitrović, 2023).

Slijedom navedenog, uz rijeku Dravu u Republici Hrvatskoj ističe se 12 zaštićenih područja u sljedećim kategorijama²⁹⁸:

1. posebni rezervat: Posebni ornitološki rezervat „Veliki Pažut“ u blizini ušća Mure u Dravu i Posebni ornitološki rezervat „Podpanj“ u blizini ušća Drave u Dunav
2. regionalni park: Regionalni park Mura – Drava obuhvaća 87 680, 52 ha
3. spomenik prirode – botanički: Skupina stabala bijelih topola u jugoistočnom dijelu Dravske park-šume u Varaždinu
4. spomenik prirode: Skupina stabala hrasta lužnjaka (*Quercus robur* L.) – nalaze se u parku koji okružuje zgradu šumarije Repaš
5. pet značajnih krajolika: Čambina, Širinski otok, Vir, Križnica, Jelkuš

296 meandar – krivudav dio riječnog toka

297 Rukavci su među najvažnijim staništima nizinskih rijeka i često su indikator žive rijeke, odvajaju se od glavne rijeke i teku zasebno, sve dok se opet ne spoje s matičnom rijekom.

298 Prema podacima Javne ustanove Agencije za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima na području Osječko-baranjske županije, Javne ustanove za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode na području Koprivničko-križevačke županije, Javne ustanove za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode i ekološkom mrežom Virovitičko-podravske županije, Prirode Varaždinske županije, JU za upravljanje zaštićenim dijelovima i Parkovima Hrvatske (bez dat.).

6. park-šuma: Dravska park-šuma – najatraktivnije šumsko područje i prirodno izletišta uz Dravu u Varaždinskoj županiji i u gornjem dijelu dravskog ekosustava u Hrvatskoj, karakteristično po svojoj izuzetnoj biološkoj raznolikosti (evidentirano je 185 biljnih i 109 životinjskih vrsta)
7. park prirode: Kopački rit – poplavno područje nastalo djelovanjem rijeke Drave i Dunava, površine 23 100 ha u kojem se nalazi preko 2300 bioloških vrsta (najveće je mrijestilište slatkovodne ribe u Podunavlju te se svake godine gnijezdi oko 140 vrsta ptica).

Područje rijeke Drave također je dio europske ekološke mreže Natura 2000, ali i okosnica UNESCO-ovog prekograničnog rezervata biosfere Mura – Drava – Dunav koji je najveće europsko zaštićeno riječno područje (700 km) i prvi svjetski pentalateralni UNESCO-ov rezervat biosfere (Hrvatska, Austrija, Mađarska, Slovenija i Srbija) (Prirode Varaždinske županije, bez dat.). Analizirajući karakteristike toka rijeke može se zaključiti da rijeka Drava, većim dijelom svoga korita, nije uređena za plovidbu. Od 198,6 km rijeke Drave koje je plovno, potrebno je istaknuti dionicu u dužini od 22 km, od ušća Drave u Dunav do grada Osijeka, koja odgovara zahtjevima IV klase plovnosti (Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, bez dat.). Upravo se na toj dionici odvija međunarodni riječni krizing koji ima značajne stope rasta zadnjih desetak godina. Na ostatku plovnog puta rijeka Drava pogodna je samo za dnevnu plovidbu manjim plovilima što ne umanjuje njezin turistički značaj. Upravo rafting i kanuing ture na rijeci Dravi postaju sve popularnija aktivnost koja se ujedno može povezati i s aktivnosti promatranja ptica uz rijeku i/ili kušanja tradicijske gastronomije na lokalnim agroturističkim gospodarstvima. S tim u vezi, može se konstatirati da je na rijeci Dravi, uvažavajući resursno-atraksijsku osnovu, moguće razvijati pustolovne oblike riječnog turizma (rafting i kanuing ture), krizing turizam (riječna krstarenja), jahting turizam te u širem kontekstu oblike turizma temeljene na prirodi, agroturizam, kamping i kupališni turizam.

4. METODOLOGIJA I PODATCI ISTRAŽIVANJA

4.1. Metodologija istraživanja i opis uzorka

Poradi dobivanja primarnih podataka provedeno je kvalitativno empirijsko istraživanje u cilju utvrđivanja izazova i specifičnosti organizacije i provedbe turističkih aktivnosti na rijekama u zaštićenim područjima, uključujući aktiv-

nosti koje se neposredno odvijaju na i uz rijeke. Temeljni ciljevi predmetnog istraživanja su:

- identificirati ključne dionike koji utječu na organizaciju i provedbu turističkih aktivnosti na rijeci Dravi
- utvrditi ulogu pojedinih dionika u upravljanju aktivnostima na rijeci Dravi kao području pod zaštitom
- identificirati i utvrditi glavne izazove u upravljanju turističkim aktivnostima na rijeci Dravi kao području pod zaštitom.

Uvažavajući ciljeve predmetnog istraživanja, ali i manjak dosadašnjih istraživanja i spoznaja o navedenoj problematici, empirijsko istraživanje provedeno je metodom intervjuiranja. Kako bi se dobili kvalitetniji, opširniji i dublji odgovori o problemu istraživanja, proveden je individualni, dubinski intervju s pitanjima otvorenog tipa. Empirijsko istraživanje provedeno je na prigodnom uzorku ispitanika koji djeluju na području rijeke Drave u kontekstu dionika koji upravljaju zaštićenim dijelovima prirode (u okviru Regionalnog parka Mura – Drava) i prirodnim vrijednostima na i uz rijeku Dravu (Ekološka mreža Natura 2000) te dionika koji posreduju u isporuci turističkih usluga na i uz rijeku Dravu. U tablici 3 nalazi se prikaz dionika koji su obuhvaćeni u empirijskom istraživanju uz naznaku dionika koji su sudjelovali u intervjuu.

Tablica 3. Prikaz obuhvaćenih dionika u empirijskom istraživanju te sudionika intervjua

Dionik	Funkcija ispitanika	Sudjelovanje ispitanika u intervjuu
Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode na području Koprivničko-križevačke županije	ravnateljica	
Javna ustanova Agencija za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima na području Osječko-baranjske županije	ravnatelj	
Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode Varaždinske županije	ravnateljica	
Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode i ekološkom mrežom Virovitičko-podravske županije	ravnateljica	-

Međimurska priroda – Javna ustanova za zaštitu prirode	ravnatelj	
Drava rafting	direktor	
Rafting klub Koprivnica	predsjednik	
Turistička agencija Cetratour d.o.o.	direktor	-
Turistička agencija Draft	direktor	
Turistička agencija Marbis d.o.o.	direktor	-
Turistička agencija More Adventure j.d.o.o.	direktor	-

Izvor: izrada autora

Empirijskim istraživanjem obuhvaćeno je ukupno 11 dionika, dok je uzorak u konačnici sačinjavalo sedam ispitanika. Ispitanici su intervjuirani u razdoblju od 1. 6. 2023. do 30. 6. 2023. godine. Intervjuirani su ravnatelji četiri Javne ustanove za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode (svaka djeluje na razini jedne od županija – Međimurska, Varaždinska, Koprivničko-križevačka i Osječko-baranjska županija) te direktori dviju turističkih agencija (Drava rafting i Turistička agencija Draft) i predsjednik Rafting kluba Koprivnica. Na sudjelovanje u istraživanju nije se odazvala Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode i ekološkom mrežom Virovitičko-podravske županije te još tri kontaktirane turističke agencije koje u svojoj ponudi imaju neki vid turističke aktivnosti na rijeci Dravi. Teme intervjuja obuhvatile su pitanja vezana uz oblike aktivnosti koji se organiziraju na rijeci Dravi, potrebne dionike koji moraju biti uključeni u organizaciju i/ili provedbu navedenih aktivnosti, izazove i probleme u organizaciji i provedbi aktivnosti (s aspekta zakonske regulative i s aspekta zaštite okoliša) te nužne korake koje je potrebno poduzeti kako bi se omogućio održivi razvoj riječnog turizma na rijeci Dravi. U nastavku rada prikazuju se rezultati provedenih intervjuja i zaključci.

4.2. *Rezultati i rasprava*

Turističke agencije, kao i Rafting klub Koprivnica fokusirani su na organizaciju pustolovnih oblika riječnog turizma koji se prvenstveno odvijaju na vodi. Najzastupljenije aktivnosti su rafting, kanuing i kajaking (uključujući i spust starim tokom rijeke Drave). Pored uobičajenog komercijalnog raftinga na rijeci Dravi, jednom godišnje organizira se veliki Rafting hrvatskom Amazonom koji uključuje scenski prikaz Dravazonki na otoku Dravazona. S dru-

ge strane, intervjuirane Javne ustanove za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode²⁹⁹ naglasak stavljaju na edukativne aktivnosti za škole, vrtiće i ostale dionike, a vezano uz teme zaštite prirode (primjerice škola u prirodi, radionice za djecu, obilazak izgrađenih poučnih staza, zimsko prebrojavanje ptica i slično). Dio JU-a tijekom zimskog i proljetnog perioda organizira promatranja ptica otvorena za javnost na koja se mogu odazvati svi građani, izletnici i prolaznici. Cilj je organizacije takvog tipa događaja upoznavanje posjetitelja s vrijednom ornitofaunom koja tijekom zimskog i proljetnog perioda boravi na akumulacijama rijeke Drave. Pored navedenog, uz rijeku Dravu organiziraju se razna događanja poput obilježavanja Međunarodnog dana rijeke Drave u rujnu i Dana Europske Amazone u srpnju.

Turističkim je agencijama za potrebe organizacije aktivnosti na rijeci Dravi ključno uključiti skipere i/ili članove rafting kluba i pojedina agroturistička gospodarstva koja se nalaze u neposrednoj blizini rijeke Drave kako bi kreirali jedinstvene paket-aranžmane. Također, ističu nužnost uspostave suradnje s nadležnim JU-om, s turističkim zajednicama, Hrvatskim vodama (ispostava Varaždin), lučkom kapetanijom i lučkom upravom Osijek te Hrvatskom gospodarskom komorom. Pored navedenog, JU-ovi kao ključne dionike za provedbu svojih aktivnosti navode i odgojno-obrazovne i znanstvene institucije, lokalnu i/ili regionalnu samoupravu i institucije, nevladine organizacije koje su uključene u zaštitu prirode, lokalne udruge (ribolovna društva, lovačka društva), udruge koje se bave promicanjem tradicijske baštine i zaštite prirode te Centar izvrsnosti za biologiju Varaždinske županije.

Izazovi s kojima se susreću svi ispitanici odnose se na one financijske prirode, a uključuju nedostatna financijska sredstva bilo za održavanje infrastrukture, bilo za održavanje samog zaštićenog područja. S aspekta poslovanja turističkih agencija, kao organizatora i pružatelja turističkih usluga i sadržaja na rijeci Dravi, jedan je od ključnih izazova sigurnost svih sudionika kako bi se neometano i uspješno realizirao bilo kakav vid usluge povezan s rijekom Dravom. Veliki problem u organiziranju kvalitetnih događaja na rijeci predstavlja i nedovoljan broj mjesta za pristan (uređene obale, pristaništa), što uvelike otežava organizaciju sadržaja, kao i prijeko potrebnu sigurnost. Uz pristaništa, vidljiv je i nedostatak osnovne sanitarne infrastrukture na frekventnim lokacijama, ali i problem neuređenih pristupnih puteva. Vandalizam, devastacija posjetiteljske infrastrukture i divlje odlaganje otpada također su neki od izazova i problema s kojima se učestalo susreće. Pored navedenog, svakako je jedan od izazova nerazvijenost ove vrste turizma općenito, manja posjećenost organiziranih aktivnosti ako se ne odvijaju na frekventnom mjestu i u najpogodnijem

299 U nastavku rada koristit će se kratica JU

terminu, neinformiranost posjetitelja o cjelokupnoj ponudi područja (poučnim stazama, promatračnicama za ptice i sl.), ali i izražen utjecaj vremenskih uvjeta na odvijanja aktivnosti na rijeci Dravi te klimatske promjene koje utječu na stanje šumskog eko-sustava. Kao jedan od značajnih izazova s aspekta zakonske regulative ističe se ispreplitanje nadležnosti u pojedinim zakonskim propisima i problem usklađivanja svih potreba i želja onih koji provode aktivnosti na rijeci Dravi da za to ishode, odnosno dobiju, sve potrebne dozvole/dopuštenja/ suglasnosti u skladu sa zakonskim propisima. Turističke agencije posebice naglašavaju poteškoće kod dobivanja suglasnosti za korištenje voda u svrhu organiziranja raftinga, zatim neupućenost državnih tijela u razvoj ove vrste turizma te izdavanje dozvola u valjanosti od godinu dana (praktičnije bi bilo izdavanje na dulji rok), odnosno općenito administrativne zahtjeve pojedinih ureda koji jednostavno ne uvažavaju tempo i dinamiku karakteristične za turistički sektor i organizaciju turističkih aktivnosti. S aspekta zaštite okoliša nameće se problem zabrane uređivanja i čišćenja korita rijeke što dovodi do veće količine naplavnog materijala u rijeci čime se otežava siguran plov i mogućnosti širenja turističke ponude riječnog turizma. Predstavnici turističkih agencija naglašavaju kako su turisti uglavnom dosta ekološki osviješteni te da ih i dodatno educiraju o pravilima ponašanja na pojedinim dijelovima riječnog toka, naročito na riječnim obalama i sprudovima gdje postoji opasnost od uznemiravanja ptica riječnih sprudova (kulik sljepčić, mala prutka, čigra itd.). JU-ovi ističu nužnost rješavanja pitanja divlje izgradnje na rijeci Dravi, rješavanje problema divljih odlagališta, poboljšanje kakvoće vode, ublažavanje klimatskih promjena i smanjivanje pritiska od korisnika prostora. Prilikom organizacije događaja potrebno je obratiti pozornost na održivost kako se ne bi stvarao nikakav otpad, događaji trebaju biti organizirani za visokomotivirane posjetitelje (ne mase), a sam događaj na mjestu koje ne narušava prirodne vrijednosti. Dodatni izazov s aspekta zaštite okoliša nastaje kada se organiziraju aktivnosti u zaštićenom području, a prethodno se ne provjeri, ne pročita i ne konzultira s JU-om i drugim nadležnim institucijama. Nerijetko, u tim slučajevima dolazi do paljenja vatre na nedozvoljenim mjestima, ostavljanja otpada u okolišu, branja i uništavanja zaštićenih vrsta biljaka i sl.

Vežano uz nužna unapređenja koja će omogućiti razvoj održivog riječnog turizma na rijeci Dravi ispitanici su istaknuli nužne korake koji se, uvažavajući ostale rezultate istraživanja, mogu formulirati u svojevrsne smjernice za uspostavu održivog riječnog turizma:

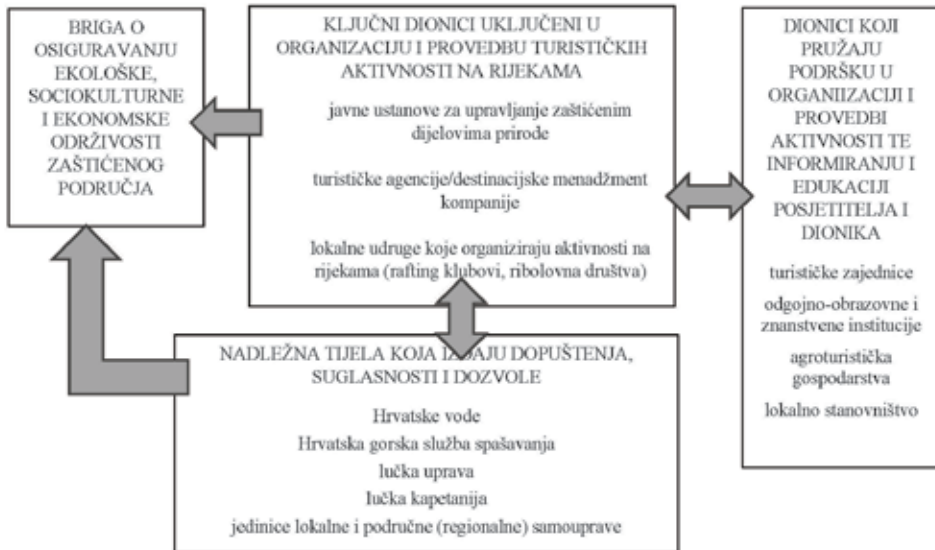
- održivo gospodariti resursima u uvjetima nedovoljnog ulaganja u očuvanje biološke raznolikosti i sve većeg pritiska na prirodne resurse razvojem turizma
- poticati subjekte iz privatnog sektora (primjerice turističke agencije i

destinacijske menadžment kompanije) na kreiranje i isporuku novih atraktivnih sadržaja, proizvoda i usluga uz promicanje održivog korištenja resursa zaštićenih područja

- poboljšati infrastrukturu za posjetitelje, urediti pristupne putove, osigurati dovoljan broj pristaništa i omogućiti korištenje javnih površina uz rijeku uspostavom javno-privatnih partnerstva
- održavati savjetovanja i edukacije usmjerene prema svim korisnicima prostora, posjetiteljima, organizatorima raznih aktivnosti, lokalnom stanovništvu, ali i široj javnosti, kako bi se upoznali s pravilima ponašanja na rijeci Dravi, odnosno pravilima i normama u zaštiti prirode i okoliša
- promovirati rijeku, važnost očuvanja prirode i dostupne sadržaje u svrhu popularizacije riječnog turizma i povećanja koristi od zaštićenih područja za lokalno stanovništvo
- uspostaviti učinkovit sustav upravljanja posjetiteljima
- regulirati posjećivanje koncesijskim odobrenjima za organizatore turističkih sadržaja na samom toku rijeke Drave
- povećati financijsku podršku udrugama i nevladinim organizacijama koje se bave razvojem i organizacijom turističkih sadržaja na rijekama
- potaknuti angažman lokalne i područne (regionalne) samouprave u rješavanju problema oko organizacije i dobivanja svih potrebnih dozvola
- operacionalizirati administrativne zahtjeve pojedinih ureda kako bi mogli pratiti dinamiku karakterističnu za turističku djelatnost i organizaciju turističkih aktivnosti
- uspostaviti bolju komunikaciju i povezivanje svih dionika (naročito između privatnog sektora koji organizira i pruža određene turističke sadržaje u okviru riječnog turizma, JU-a te nadležnih tijela poput lučke kapetanije, lučke uprave te lokalne i područne (regionalne) samouprave).

Temeljem rezultata istraživanja moguće je predložiti i pristup za učinkovitiju koordinaciju i komunikaciju između dionika u upravljanju turizmom na rijekama u zaštićenim područjima (slika 1).

Slika 1. Prijedlog koordinacije između dionika u upravljanju turizmom na rijekama u zaštićenim područjima



Izvor: izrada autora prema rezultatima istraživanja

Riječni turizam na rijeci Dravi, u svim pojavnim oblicima, ima perspektivu rasta te ga svakako treba pratiti sva potrebna infrastruktura kojom će se utjecati na veću sigurnost i sadržajnost ponude, poštovanje pravila i normi zaštite okoliša te edukacija svih dionika o dozvoljenim aktivnostima u zaštićenom području. Ključna pretpostavka za ostvarivanje održivog razvoja riječnog turizma proizlazi upravo iz koordinacije i komunikacije svih uključenih dionika sukladno danom prijedlogu. Naglasak je na dvosmjernoj komunikaciji između pojedinih skupina dionika, ali i unutar njih, kako bi se zajedničkim naporima svladali izazovi vezani uz osiguravanje ekološke, ekonomske i sociokulturne održivosti.

5. ZAKLJUČAK

Rijeka Drava ima izražen turistički potencijal, naročito zbog svoje očuvane prirodne dinamike i biološke raznolikosti. Također, kao dio UNESCO-ovog prekograničnog rezervata biosfere Mura – Drava – Dunav koji je najveće europsko zaštićeno riječno područje (700 km), rijeka Drava stekla je prepoznatljivost i

na međunarodnoj razini te je u budućnosti opravdano očekivati povećan broj posjetitelja u ovo područje. Održivo korištenje vrijedne resursne osnove rijeke Drave, kao i kvaliteta proizvoda i usluga, mogu biti polazna osnova održivog riječnog turizma te generirati odgovarajuće prihode i koristi svima uključenima. Presudnu ulogu u stvaranju konkurentnog položaja riječnog turizma na rijeci Dravi imat će upravo uspostava učinkovite suradnje, koordinacije i komunikacije svih uključenih dionika, od turističkih agencija, JU-ova, nadležnih institucija poput lučkih uprava, lučke kapetanije i Hrvatskih voda pa do korisnika usluga, odnosno posjetitelja. Ovaj rad i proizašle spoznaje predstavljaju svojevrsni temelj za buduća istraživanja i kreiranje konkretnog modela za upravljanje turizmom na rijekama u zaštićenim područjima. Buduća istraživanja trebaju obuhvatiti veći broj ispitanika (općenito, i obuhvatom većeg broja različitih interesnih skupina dionika) kako bi se dobila potpunija slika predmetne tematike. Jednako tako, buduća istraživanja mogu obuhvatiti i veći broj rijeka koje su pod zaštitom unutar i izvan jedne zemlje, pri čemu se također mogu identificirati sličnosti i razlike u upravljanju turističkim aktivnostima na pojedinim rijekama kao zaštićenim područjima, ali i između pojedine skupine dionika.

LITERATURA

1. Borrini-Feyerabend, G., Dudley, N., Jaeger, T., Lassen, B., Neema, P., Phillips, A., i Sandwith, T. (2013). *Governance of protected areas: from understanding to action. Best practice protected area guidelines series (20)*. International Union for Conservation of Nature.
2. Bosnić, I. (2015). *Marketing riječnog turizma* (Doktorska disertacija). Ekonomski fakultet, Osijek, Sveučilište Josipa Juraja Strossmayera u Osijeku.
3. Bushell, R, Staif, R., i Eagles, P. F. J. (2007). Tourism and protected areas: Benefits beyond boundaries. U R. Bushell i P. F. J. Eagles (ur.), *Tourism and protected areas: Benefits beyond boundaries. The Vth IUCN World Parks Congress* (str. 1-11). Cabi. doi: 10.1079/9780851990224.032
4. Day, J., Dudley, N., Hockings, M., Holmes, G., Laffoley, D., Stolton, S., Wells, S., i Wenzel, L. (2019). *Guidelines for applying the IUCN protected area management categories to marine protected areas, second edition*. International Union for Conservation of Nature. doi: 10.25607/OBP-694
5. Dharmaratne, G. S., Sang, F. Y., i Walling, L. J. (2000). Tourism potentials for financing protected areas. *Annals of tourism research*, 27(3), 590-610. doi: 10.1016/S0160-7383(99)00109-7

6. Dudley, N., i Stolton, S. (2018). Protected Areas: Challenges and responses for the coming decade. *Equilibrium research dialogue*, 1. Equilibrium Research.
7. Dudley, N., Shadie, P., i Stolton, S. (2013). *Guidelines for Applying Protected Area Management Categories including IUCN WCPA Best Practice Guidance on Recognising Protected Areas and Assigning Management Categories and Governance Types*. Best Practice Protected Area Guidelines Series No. 21. International Union for Conservation of Nature. doi: 10.2305/IUCN.CH.2008.PAPS.2.en
8. Dumitraș, D. E., Ilea, M., Arion, F. H., i Jitea, I. M. (2012). Tourists' preferences for outdoor recreation and nature tourism in Romania. *Agricultural Management/Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol*, 14(4), 59-64.
9. Eagles, P. F., McCool, S. F., i Haynes, C. D. (2002). *Sustainable tourism in protected areas: Guidelines for planning and management* (No. 8). IUCN. doi: 10.2305/IUCN.CH.2002.PAG.8.en
10. Eagles, P. F. (2002). Trends in park tourism: Economics, finance and management. *Journal of sustainable tourism*, 10 (2), 132-153. doi: 10.1080/09669580208667158
11. Gotal Dmitrovic, L. (2023). The Amazon of Central Europe—the Drava River. U Z. Yang (ur.) *Environmental Science and Technology: Sustainable Development. ICEST 2022. Environmental Science and Engineering* (str. 35–46). Springer, Cham.
https://doi.org/10.1007/978-3-031-27431-2_3
12. Graham, J., Amos, B., i Plumptre, T. (2003). *Governance principles for protected areas in the 21st century*. Institute on Governance.
13. Jaković, B. (2023). *Održivost turizma parkova prirode optimalnim korištenjem i umrežavanjem resursa* (Doctoral dissertation). Faculty of Tourism and Hospitality Management, Opatija, University of Rijeka.
14. Jaković, B., Tubić, D., i Bakan, R. (2019). Tourism challenges of protected areas in Croatia. U Leko Šimić, M. i Crnković, B. (ur.), *8th International scientific symposium economy of eastern Croatia – vision and growth* (str. 733-748). Osijek: Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek.
15. Jamal, T. i Stronza, A. (2009). Collaboration theory and tourism practice in protected areas: Stakeholders, structuring and sustainability. *Journal of Sustainable tourism*, 17(2), 169-189. doi: 10.1080/09669580802495741
16. Javna ustanova Agencija za upravljanje zaštićenim prirodnim vrijednostima na području Osječko-baranjske županije (bez dat.) *Zaštićena područja*. Preuzeto 15. lipnja 2023. s

<https://www.obz-zastita-prirode.hr/index.php/zasticena-podrucja>

17. Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode na području Koprivničko – križevačke županije (bez dat.) *Zaštićena područja u Koprivničko-križevačkoj županiji*. Preuzeto 15. lipnja 2023. s <https://zastita-prirode-kckzz.hr/zasticena-podrucja-u-kkz/>
18. Javna ustanova za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode i ekološkom mrežom Virovitičko-podravske županije (bez dat.) *Zaštićeni dijelovi prirode*. Preuzeto 15. lipnja 2023. s <https://virovitica-nature.hr/zasticene-prirodne-vrijednosti/>
19. Leung, Y. F., Spenceley, A., Hvenegaard, G., i Buckley, R. (2018). *Tourism and visitor management in protected areas: Guidelines for sustainability*. IUCN. doi: 10.2305/IUCN.CH.2018.PAG.27.en
20. Mousazade, H., Akbarzadeh, F. i Mousazadeh, H. (2019). Investigating the Impacts of River Tourism on the Quality of Life of Citizens (Case study: Gohar rood River of Rasht City, Iran). *Journal of Tourism & Hospitality Research*, 6(2), 69–80.
21. Oviedo-García, M. Á., Vega-Vázquez, M., Castellanos-Verdugo, M., i Orgaz-Agüera, F. (2019). Tourism in protected areas and the impact of servicescape on tourist satisfaction, key in sustainability. *Journal of Destination Marketing & Management*, 12, 74-83. doi: 10.1016/j.jdmm.2019.02.005
22. Parkovi Hrvatske, (bez dat.) *Park prirode Kopački rit*. Preuzeto 15. lipnja 2023. s <https://www.parkovihrvatske.hr/park-prirode-kopacki-rit>
23. Pickering, C., Rossi, S. D., Hernando, A., i Barros, A. (2018). Current knowledge and future research directions for the monitoring and management of visitors in recreational and protected areas. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 21, 10-18. doi: 10.1016/j.jort.2017.11.002
24. Prideaux, B., Timothy, D. J., i Cooper, M. (2009). Introducing River Tourism: Physical, Ecological and Human Aspects. U B. Prideaux i M. Cooper (ur.), *River Tourism* (str. 1-23). CAB International.
25. Priroda Varaždinske županije, JU za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode (bez dat.) *Prekogranični rezervat biosfere Mura-Drava-Dunav*. Preuzeto 27. lipnja 2023. s <https://priroda-vz.hr/podrucja/prekogranicni-rezervat-biosfere-mura-drava-dunav/>
26. Priroda Varaždinske županije, JU za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode (bez dat.) *Zaštićena područja*. Preuzeto 15. lipnja 2023. s <https://priroda-vz.hr/zasticena-podrucja/>
27. Priroda Varaždinske županije, JU za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode (bez dat.) *Regionalni park Mura – Drava*. Preuzeto 15. lipnja 2023. s <https://priroda-vz.hr/podrucja/regionalni-park-mura-drava/>

28. Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture (bez dat.) *Plovni putevi*. Preuzeto 29. lipnja 2023. s <https://mmpi.gov.hr/more-86/unutarnja-plovidba-rijecni-promet/plovni-putovi/8646>
29. Rijeke Hrvatske (bez dat.) *Drava*. Preuzeto 15. lipnja 2023. s <https://crorivers.com/drava/>
30. Scheppard, D., i Steiner, A. (2007). Foreword. U R. Bushell i P. F. J. Eagles, (ur.), *Tourism and protected areas: Benefits beyond boundaries: The Vth IUCN World Parks Congress* (str. xii-xiii). Cabi.
31. Schliephack, J., Moyle, B., i Weiler, B. (2013). Visitor expectations of contact with staff at a protected site. *Annals of Leisure Research*, 16(2), 160-174. doi: 10.1080/11745398.2013.796908
32. Sommerwer, N. i sur. (2022). The Danube River Basin. U: K. Tockner, Ch. Zarfl, Ch. T. Robinson, (ur.). *Rivers of Europe* (drugo izdanje) (str.81-180). Elsevier.
33. Steinbach, J. (1995). River Related Tourism in Europa – An Overview. *GeoJurnal*, 35 (4), 443-458.
34. Susanto, E., Prawira, M.F.A., Raharso, S. i Sumardi, V. (2022). Strategic Environmental Analysis of River-Based Special Interest Tourism Development in Sukabumi City. *International Journal of Social Science Research and Review*, 5 (3), 212-225. DOI: 10.47814/ijssrr.v5i3.227
35. Waligo, V. M., Clarke, J., i Hawkins, R. (2013). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism management*, 36, 342-353. doi: 10.1016/j.tourman.2012.10.008
36. Šafarek, G. i Šolić, T. (2011). *Rijeke Hrvatske*. Križevci: Veda d.o.o.
37. Wells, M. P. (1997). *Economic perspectives on nature tourism, conservation and development*, 55. Environment Department, World Bank.

KORIŠTENJE *HASHTAGOVA* U TURISTIČKOJ PROMOCIJI NA PRIMJERU TURISTIČKOG KLASTERA SLAVONIJA

Prethodno priopćenje

Dejan Gluvačević

Veleučilište Edward Bernays
Ulica Grada Vukovara 23
10000 Zagreb
dejan.gluvacevic@bernays.hr

Sažetak

Turistička promocija destinacije sve se više oslanja na *online* alate komuniciranja kao što su društvene mreže. Društvene mreže kao takve omogućavaju turističkim zajednicama i ostalim dionicima u destinaciji da efikasno prenesu poruke svojim ciljanim skupinama ne bi li tako povećali svoju vidljivost, direktno komunicirali s potencijalnim posjetiteljima, pratili i stvarali nove trendove itd. Prisutnost na društvenim mrežama postala je ključna za turističke destinacije koje žele ne samo povećati svoju vidljivost, već i stvoriti zajednicu lojalnih posjetitelja te se prilagoditi trendovima unutar turističke industrije. Kao jedan od *online* kanala komunikacije u turističkoj promociji svakako treba istaknuti Instagram, kao jednu od najkorištenijih i najpopularnijih društvenih mreža u svijetu jer omogućava objavljivanje fotografija, videa i kratkih priča koje privlače pozornost korisnika i inspiriraju posjetitelje da posjete određenu destinaciju. Osim objavljivanja različitog sadržaja, kao jedan od načina kako uspješno koristiti Instagram jest i pravilna upotreba korištenja *hashtagova* koji korisnicima Instagrama omogućuju da pregledavaju sve objave koje se odnose na određeni *hashtag*. Osim raznovrsnih i pozivajućih sadržaja, turističke zajednice trebaju imati usuglašene poruke u komunikaciji kako bi sustavno stvarale prepoznatljivu destinaciju i jačale njezinu konkurentnost na tržištu. Posljednjih godina sve više dolazi do stvaranja turističkih klastera unutar kojih se turističke zajednice okupljaju ne bi li tako u sinergiji jačale regionalni razvoj. Jedan je od takvih turističkih klastera u Hrvatskoj i klaster Slavonija koji okuplja pet županijskih turističkih zajednica s područja Slavonije i Baranje.

Stoga je cilj ovoga rada istražiti na koji način turističke zajednice unutar klastera Slavonija koriste *hashtagove* na Instagramu u turističkoj promociji te u kolikoj su sinergiji poruke koje komuniciraju putem analiziranih profila. Istraživanje koje je provedeno metodom analize sadržaja pokazalo je da turističke zajednice klastera Slavonija koriste *hashtagove* koji promoviraju glavne atribute jedinstvenog brenda Slavonija, ali da u određenoj mjeri poruke nisu usklađene između analiziranih županijskih turističkih zajednica, ni *hashtagovima* i ključnim riječima ni po pitanju forme objava.

Ključne riječi: društvene mreže, Instagram, *hashtag*, turistički klaster, Slavonija

THE USE OF HASHTAGS IN TOURISM PROMOTION ON THE EXAMPLE OF THE TOURISM CLUSTER IN SLAVONIA

Abstract

Tourism promotion of destinations increasingly relies on online communication tools such as social networks. Social networks allow tourist boards and other destination stakeholders to effectively communicate messages to their target audiences, in order to increase their visibility, communicate directly with potential visitors, as well as follow and create new trends, etc. Social media presence has become crucial for tourist destinations that not only want to increase their visibility but also build a community of loyal visitors and adapt to trends in the tourism industry. As one of the online communication channels in tourism advertising, Instagram should definitely be highlighted as one of the most used and popular social networks in the world, because it allows posting photos, videos, and reels that attract users' attention and inspire visitors to visit a specific destination. In addition to publishing diverse content, one of the ways to use Instagram successfully is the proper use of hashtags, which allow Instagram users to see all posts related to a specific hashtag. In addition to diverse and inviting content, tourist boards should have coordinated messages in their communication to systematically create a recognizable destination and strengthen its competitiveness in the market. In recent years, more and more tourism clusters have emerged, in which tourist communities join to synergistically strengthen regional development. One of these tourism clusters in Croatia is the Slavonia cluster, which brings tourist boards from five Slavonia and Baranja counties have joined together. The aim of this paper is therefore to investigate how tourism communities within the Slavonia cluster use hashtags on Instagram in tourism promotion and to what extent the messages communicated through the analyzed profiles are synergistic. The research, conducted using the content analysis method, showed that tourist boards of the Slavonia cluster use hashtags that promote the main qualities of the unique Slavonia brand, but that the messages between the analyzed tourist boards in the county are not consistent to a certain extent, both in terms of hashtags and keywords and in terms of the form of the posts.

Keywords: social networks, Instagram, hashtag, tourism cluster, Slavonia

1. UVOD

Turizam je jedna od najvećih i najvažnijih globalnih industrija u svijetu koja je do izbijanja pandemije bolesti COVID-19 svrstana kao treća najveća industrija s međunarodnim kretanjima s vrijednošću od 1,7 bilijuna USD (UNWTO, 2019). Da turističko tržište karakterizira izrazita konkurentnost, možemo zaključiti i iz njegovog ubrzanog oporavka tijekom i po službenom završetku pandemije. Velike zasluge tome mogu se pripisati i komunikaciji koja ima veliku ulogu. Pojavom pandemije promijenili su se načini komuniciranja u raznim djelatnostima, pa tako i u turizmu. Osim što je dominacija *online* komunikacijskih kanala postala sve snažnija i prisutnija, čak i u manjim destinacijama koje su do pandemije uglavnom slabo ili nikako komunicirale preko društvenih mreža, zbog same promjene u komunikacijskoj paradigmi došlo je do promjena.

Uloga komunikacija u tom kontekstu je u tome što su brojne destinacije, čak i pod najstrožim mjerama, i dalje komunicirale svojim ciljanim tržištima kako bi zadržale i/ili privukle interes za destinacijom po završetku pandemije. Sama pandemija, kao i djelomična promjena u komunikaciji koja se dominantno odvijala preko društvenih mreža, rezultirala je time da su brojne destinacije u Hrvatskoj, ali i šire, odlučile ubrzati trend koji se počeo sve češće javljati netom prije pojave pandemije. Riječ je o trendu održivosti te otkrivanju manje razvijenih turističkih destinacija koje ne karakterizira sezonalnost i masovnost. Jedna od takvih destinacija svakako je i područje Slavonije u koje se ubraja pet županijskih turističkih zajednica (Požeško-slavonska, Brodsko-posavska, Osječko-baranjska, Virovitičko-podravsko, te Vukovarsko-srijemska).

Komunikacija u turizmu preko društvenih mreža važna je jer priopćene informacije mogu utjecati na odluku pratitelja hoće li posjetiti pojedinu destinaciju ili ne. Instagram, kao društvena mreža koja svoju esenciju temelji na vizualnom sadržaju, u turizmu može biti idealan alat za promociju turističkih destinacija. U svakom slučaju, društvene mreže olakšavaju kontakte i komunikaciju, a time i vidljivost i dostupnost informacija (Bebić, 2018, 34), što turistička djelatnost svakako prepoznaje kao jedan od važnih komunikacijskih alata. Kako je komunikacija na društvenim mrežama preuzela sve veći značaj u komunikaciji turističkih destinacija, za potrebe ovoga rada analizirat će se komunikacija klastera Slavonija i njegove tri odabrane županijske turističke zajednice (TZ Brodsko-posavska, TZ Osječko-baranjska te TZ Virovitičko-podravsko), i to analizom korištenja ključnih riječi, odnosno korištenja *hashtagova* u komunikaciji na Instagramu. S obzirom na to da se komunikacija u turizmu odvija u više horizontalnih i vertikalnih pravaca, komunikacijski proces u turizmu nastoji postići sinergiju između onih koji traže i onih koji nude turističku uslugu formiranjem određene slike koja je dostupna javnosti i tom

slikom turističku destinaciju prikazati poželjnijom (Bebić, 2018).

Stoga je cilj rada utvrditi u kolikoj je mjeri ta komunikacija ujednačena između županijskih turističkih zajednica, ali i u kojoj je mjeri ujednačena sa *Strateškim marketinškim planom turizma Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019. – 2025.*, koji predstavlja središnji strateški dokument razvoja destinacije turističkog klastera Slavonija.

2. TEORIJSKI OKVIR

2.1. Turizam i komunikacija na društvenim mrežama

Brendiranje turističkih destinacija prestalo je već odavno biti dodatna vrijednost za destinacije te se pretvorilo u nužnost. Ako destinacija želi biti uspješno pozicionirana na nacionalnoj, regionalnoj ili globalnoj mapi, a kako naglašavaju Heras-Pedrosa i sur. (2020, 1), onda to podrazumijeva ulaganje u promociju kako bi destinacija postala neizbježna. To između ostalog podrazumijeva strateško komuniciranje koje se sve više oslanja na komunikaciju preko digitalnih platformi, a društvene su mreže svakako jedne od njih.

Društvene mreže, kako navode Grbavac i Grbavac (2014, 207), predstavljaju najpopularniji komunikacijski fenomen koji je prisutan u cijelom svijetu, zato što komunikacijom povezuje kreatore i korisnike sadržaja. Takvo što nije zaobišlo ni turističku industriju koja prepoznaje prednosti društvenih mreža u odnosu na tradicionalne medije (Anđelić i Grmuša, 2017, 190).

Društvene mreže prisutne su u svakodnevici ne samo pojedinaca nego i u svakodnevici kompanija i organizacija. S obzirom na globalizacijske procese, korištenje društvenih mreža postalo je nužnost koja se koristi u različite svrhe, od predstavljanja drugima, sudjelovanjima u zajednici pa sve do praćenja trendova. Takav fenomen nije zaobišao ni turistički sektor, koji zapravo predstavlja jedan od najdominantnijih promotivnih, ali i informativnih kanala komunikacije.

S obzirom na to da su društvene mreže vrlo bitan kanal promocije turističkih destinacija jer omogućavaju destinacijama da objavljenim sadržajem ispričaju priču o sebi koja tako nastoji izazvati emocije i pobuditi interes korisnika da posjete određenu turističku destinaciju (Lund i sur., 2017, 274). S druge strane, društvene mreže ujedno su i dominantna platforma koja služi za dijeljenje iskustva što korisnicima omogućava da se pobliže upoznaju s destinacijom i prije samog posjeta na temelju iskustava drugih (Molnillo i sur., prema: Benedek, 2018, 45). Stoga je za turističke destinacije od iznimne važnosti da budu prisutne na društvenim mrežama kako bi povećale svoju vidljivost i

predstavile se ciljanoj javnosti, ali i što komunikacija preko društvenih mreža destinacijama omogućava direktnu komunikaciju s postojećim i potencijalnim posjetiteljima. Također, prisutnošću na društvenim mrežama destinacije mogu stvarati zajednicu vjernih posjetitelja koji se rado vraćaju u destinaciju i preporučuju je drugima. Upotrebu društvenih mreža treba promatrati i kroz marketinške kampanje u kontekstu da destinacije mogu pratiti trendove u turizmu te ih prilagoditi vlastitim strategijama, ali isto tako mogu pratiti što se događa u (in)direktnom okruženju, odnosno u konkurentnim destinacijama pa samim time mogu pokušati održati konkurentnost na tržištu. S obzirom na to da je za uspješnu komunikaciju potreban kvalitetan i relevantan sadržaj, na društvenim mrežama brojnih destinacija fotografija ili video sadržaj predstavljaju glavni sadržaj koji se koristi u svrhu promoviranja i/ili informiranja o destinaciji.

Kako bi destinacije uspješno komunicirale na društvenim mrežama, potrebno je pridržavati se osnovnih načela digitalnog marketinga, a Gunelius (2011, prema: Shao i sur., 2012, 91) navodi da su to:

- osluškiavanje javnosti i praćenje što je javnosti zanimljivo i relevantno na društvenim mrežama
- odabrati adekvatne društvene mreže kako bi se postigli optimalni ciljevi u komunikaciji prema ciljanim javnostima
- komunikacija mora biti kvalitetna u kontekstu da je pravilna komunikacija manjoj skupini ljudi efikasnija od lošije komunikacije širim masama
- stvarati zanimljiv sadržaj koji će korisnike potaknuti da isti sadržaj i podijele
- njegovati otvorenu komunikaciju prema korisnicima.

Društveni mediji koji se dominantno koriste u promociji turističkih destinacija već su tradicionalno Instagram i Facebook, a sve je veći utjecaj TikToka. Štoviše, koliko su navedeni mediji dominantni kao vizualni medij govori i podatak da primjerice Instagram na mjesečnoj razini aktivno koristi oko dvije milijarde ljudi te da se svake sekunde učitaju 1074 fotografije (InVideo, 2022). Zbog čega je prisutnost turističkih destinacija na društvenim mrežama bitna može se tumačiti prijenosom emocija. Kako bi nešto ili netko postao brend, ključno je da sadrži emocionalnu komponentu koju postiže komunikacijskim posredstvom s korisnikom. Emocije jače doživljavamo vizualnim putem, a upravo Morrison (2019, 564) naglašava da se zbog vizualnog sadržaja na društvenim mrežama turistima može snažnije dočarati sama destinacija i njezina emotivna komponenta. Naravno, da bi vizualni sadržaj na društvenim mrežama

ma pronašao svoju ciljanu javnost, turističke destinacije koriste i nevizualne elemente kao što je *hashtag* koji osim što približava sadržaj korisnicima, ujedno služi i za prenošenje poruka preko ključnih riječi.

2.2. Uloga *hashtagova* u turističkoj komunikaciji

Skoro svaki druga objava (48 %) sadrži emotikone, nešto više od trećine objava (36 %) koristi preko 300 znakova u objavi, a same objave u prosjeku sadrže 10,7 *hashtagova* (InVideo, 2022). Korištenje *hashtagova* na društvenim mrežama nije novina i pojavilo se relativno brzo nakon osnivanja Facebooka (2004.) i Twittera (2006.). Prvi *hashtag* objavljen je 23. kolovoza 2007. godine na Twitteru što se smatra početkom prilaganja meta podataka (Bates, 2013, prema: Watson, 2020, 42). *Hashtag* se koristi kako bi se olakšalo pretraživanje sadržaja na društvenim mrežama i omogućilo korisnicima da pregledavaju sve objave koje se odnose na određeni *hashtag*. Odnosno, kako ističu brojni autori (Fedushko i Kolos, 2019, Watson, 2020, Ta'amneh i Al-Ghazo, 2021), *hashtagovi* predstavljaju najbolje sredstvo za privlačenje pozornosti na objavljeni sadržaj.

Hashtag se može definirati kao označavanje teme koju skup korisnika nije unaprijed odredio, već sam sustav *hashtagova* predstavlja decentralizirani sustav označavanja, organiziranja i klasifikacije koji generiraju korisnici (Saxton i sur., 2015, 157). Pojednostavljeno, riječ je o označavanju riječi ili fraze koja ispred samog naziva navodi simbol za „ljestvice“ (#) te za svrhu ima kategorizirati teme i poticati okupljanje korisnika oko istih tema i ideja. Štoviše, efikasniji *hashtagovi* poboljšavaju dojmove, podižu svijest o brendu i pomažu doseći širu publiku (Doktoralina i sur., 2020, prema: Celuch, 2021, 967), odnosno oni kao takvi mogu unutar društvenih zajednica stvoriti i održati angažman korisnika (Leonhardt, 2015).

Hashtagovi u turizmu koriste se po gotovo istim obrascima, a sa svrhom da se olakša pretraživanje tema i ostalih sadržaja koji se odnose na razne turističke destinacije, aktivnosti, događaje i ostale turističke proizvode. Turističke destinacije često koriste *hashtagove* kako bi objavile fotografije, videa i druge vrste sadržaja koji promoviraju njihove atrakcije i događaje, a upravo korištenjem *hashtagova* direktnije komuniciraju prema ciljanoj publici.

Tako *hashtagovi* predstavljaju važan alat u komunikaciji turističkih destinacija nastojeći povećati vidljivost sadržaja, olakšati praćenje aktivnosti u destinaciji, potaknuti interakciju i angažman s korisnicima, tj. posjetiteljima, te izgraditi brend destinacije. U cijelom ovom komunikacijskom procesu korištenja *hashtagova* interaktivnost je ključna jer tako su korisnici uključeni u proces planiranja i razvoja destinacije tako da im se pristupa personalizirano,

što u konačnici utječe pozitivno na proces odluke turista da posjeti određenu destinaciju, ali i na njihovo zadovoljstvo te stvaranje dugotrajnih odnosa s njima (Walther i Jang, 2012, prema: Huertas i Marine-Roig, 2016, 296).

Pravilno i sustavno korištenje *hashtagova* može se smatrati i razumijevanjem strateške komunikacije koja je važna organizacijama da efikasno prenesu sadržaj, odnosno poruku, svojim ciljanim javnostima. Tako objavljeni sadržaj na društvenim mrežama u stvari usuglašava poruke koje su u turističkoj komunikaciji važne jer pomažu stvaranju dosljedne i jasne slike o određenoj turističkoj destinaciji. Tako se stvara prepoznatljivost destinacije te se jača reputacija destinacije, što u konačnici rezultira povećanju efikasnosti u komunikaciji i jačanju konkurentnosti destinacije. Kao konačan rezultat stvorene reputacije i konkurentnosti destinacije kao posljedicu između ostalog ima i u sve većem broju turista te povećanom turističkom prometu.

2.3. *Dosadašnji znanstveni i stručni radovi na temu korištenja hashtagova kao alata online komunikacije*

Od pojave prvih *hashtagova* pa sve do danas prošlo je jedno i pol desetljeće, ali znanstvena i stručna literatura koja se bavi korištenjem *hashtagova* s razine strateške komunikacije, a posebice s razine komunikacije u području turizma, može se okarakterizirati prije svega kao oskudna. Ipak, postoji nekolicina znanstvenih radova koji se bave ovom temom i koji su poslužili kao teorijska podloga za ovaj rad.

István Benedek autor je rada *Instagram as a Tool for Destination Branding – Case Study on the Major Cities of Romania* (2018) u kojem autor analizira tri rumunjska grada i njihov način korištenja Instagrama u svrhu promocije destinacije, a poseban naglasak u radu upravo ima na način korištenja *hashtagova* kao bitnog alata za lakše dopiranje do ciljane javnosti.

Sljedeći je rad znanstveni rad Solomiije Fedushko i Sofije Kolos na temu *Effective Strategies for Using Hashtags in Online Communication* (2019) u kojem autorice promatraju *hashtag* kao alat efektivne *online* komunikacije tvrdeći kako objave s barem jednim *hashtagom* generiraju prosječno 12,6 % veći angažman nego objave bez *hashtagova* (Fedushko i Kolos, 2019, 82).

De las Heras-Perdosa i sur. (2020) autori su rada *Importance of Social Media in the Image Formation of Tourist Destinations from the Stakeholders' Perspective* u kojem su se bavili pozicioniranjem turističkih destinacija korištenjem društvenih mreža pa su tako analizirali koje *hashtagove* najčešće koriste i koliki je angažman u španjolskim regijama poput Andaluzije, Katalonije i

Valencije. Ovim radom dan je uvid na koji su način društvene mreže, ali i sami *hashtagovi*, bili korišteni kao strateška propozicija za jačanje brenda spomenutih regija.

Nadalje, rad Krzysztofa Celucha *Hashtag usage and user engagement on Instagram: The case of #foodfestivals* (2021) recentan je rad poljskog sveučilišnog profesora koji se bavio angažmanom konkretnog *hashtaga* (*#foodfestival*) na Instagramu te je iznio spoznaje vezano uz koje je sadržaje analizirani *hashtag* imao najveći korisnički angažman te je doveo u relaciju broj objavljenih *hashtagova* s korisničkim angažmanom dokazavši da veći broj *hashtagova* ne znači nužno i veći angažman.

James Leonhard (2015) autor je rada *Tweets, hashtags and virality: Marketing the Affordable Care Act in social media* u kojem autor iznosi saznanja o korištenju *hashtagova* u političkim kampanjama, ali koji svoj doprinos prije svega ima u činjenici da objašnjava način na koji *hashtagovi* ostvaruju angažman kod ciljane javnosti što je u konačnici njihova svrha kao alata komunikacije, bez obzira koriste li se u politici, turizmu ili nekom trećem području.

Rad Saxtona i sur. (2015) *#AdvocatingForChange: The Strategic Use of Hashtags in Social Media Advocacy* poput prethodnog navedenog rada ne bavi se korištenjem *hashtagova* u turizmu već je fokusiran na to kako članovi Nacionalnog zdravstvenog vijeća iz SAD-a (The National Health Council) koriste *hashtagove*. Rad, osim što se bavi načinima korištenja *hashtagova*, donosi spoznaje o tome koliko oni kao alat *online* komunikacije mogu biti efikasni, naglašavajući kako je riječ o alatu koji na društvenim mrežama još uvijek nije dovoljno proučen (Saxton i sur., 2015, 154).

Ta'amneh i Al-Ghazo (2021) autori su rada *The Importance of Using Hashtags on Raising Awareness about Social Issues* u kojem istražuju važnost i snagu *hashtagova* u povećanju svjesnosti o socijalnim problemima, tj. temama. Autori su pomoću anketnog upitnika na uzorku od 252 ispitanika zaključili kako korištenje *hashtagova* u velikoj mjeri utječe na razinu svjesnosti o određenim temama kod ispitanika (Ta'amneh i Al-Ghazo, 2021, 10).

3. METODOLOGIJA I REZULTATI ISTRAŽIVANJA

3.1. Metodološki okvir

Razlog provođenja ovog istraživanja koje se referira na *Strateški marketinški plan turizma Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019. – 2025.* jest činjenica što u spomenutom strateškom marketinškom planu stoji kako

je upravo zbog važnosti društvenih mreža u brendiranju Slavonije, potrebno Slavoniju predstaviti na Facebooku, Instagramu, Twitteru te YouTubeu, uz kontinuirano dodavanje i ažuriranje zanimljivih novih sadržaja (TZ Vukovarsko-srijemske županije, 2018, 89).

Cilj je ovoga rada istražiti kako odabrane turističke zajednice unutar klastera Slavonija koriste *hashtagove* u promociji te koliko su poruke koje su odaslane *hashtagovima* u sinergiji na razini analiziranih županijskih turističkih zajednica, sukladno *Strateškom marketinškom planu*. U tu svrhu korištena je metoda analize sadržaja Instagram profila triju od pet županijskih turističkih zajednica koje su sastavnica klastera Slavonija, a riječ je o najposjećenijoj, srednje i najmanje posjećenoj županiji, odnosno o Brodsko-posavskoj, Osječko-baranjskoj te Virovitičko-podravskoj županiji (detaljnije u tablici 1).

Tablica 1. Dolasci turista u 2022. na primjeru klastera Slavonija

Županija	Broj dolazaka ukupno	Broj dolazaka domaći gosti	Broj dolazaka strani gosti
Osječko-baranjska	107 945	68 175	39 770
Vukovarsko-srijemska	75 513	59 669	15 844
Brodsko-posavska	36 754	13 469	23 285
Požeško-slavonska	22 763	16 931	5 832
Virovitičko-podravka	15 359	10 903	4 456

Izvor: autorski prikaz prema Državni zavod za statistiku (2023). Dolasci i noćenja turista u 2022. <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29506>. Pristupljeno 6. svibnja 2023.

Odabrana istraživačka metoda omogućit će detaljniji uvid i analizu sadržaja *hashtagova* koje pošiljatelji (županijske turističke zajednice obuhvaćene uzorkom) objavljuju svojim korisnicima. Analiza obuhvaća sve objave na Instagramu tijekom cijele 2022. godine te je analizirano ukupno 249 objava, što ujedno predstavlja uzorak ovog istraživanja. Prema Tkalac Verčić i sur. (2014, 92), prikupljeni podatci analize sadržaja mogu se promatrati kao kvalitativni te kvantitativni podatci jer se analiziraju obilježja sadržaja, ali i frekvencija, odnosno obujam sadržaja. Interpretacija dobivenih rezultata prikazat će se statistički jer je statistička metoda najčešća prilikom analize sadržaja zbog svoje preglednosti koja tako olakšava otkrivanje povezanosti između analiziranih subjekata ili uzoraka (Zelenika, 2000, 341-345).

Kako bi postigao cilj, autor postavlja sljedeća tri istraživačka pitanja:

- Komuniciraju li najkorišteniji *hashtagovi* glavne atribute jedinstvenog brenda Slavonija koji je naveden u *Strateškom marketinškom planu turizma Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019. – 2025.?*
- U kolikoj se mjeri najčešće korišteni *hashtagovi* podudaraju u komunikaciji turističkih zajednica klastera Slavonija na Instagramu?
- U kolikoj se mjeri forme objave na Instagram profilu analiziranih turističkih zajednica međusobno podudaraju?

Razlog postavljanja navedenih istraživačkih pitanja počiva u tome što će odgovori na ova pitanja dati odgovor u kolikoj se mjeri komunikacija na društvenim mrežama, točnije Instagramu, u skladu s aktualnim strateškim marketinškim planom jer je ujednačena komunikacija na svim razinama nužna kako bi se odaslala jasna i jedinstvena poruka prema ciljanim javnostima. Za dobivanje odgovora na prvo istraživačko pitanje potrebno je navesti glavne atribute jedinstvenog brenda Slavonije, a to su redom:

- čista i očuvana priroda – bogatstvo rijeka, vizure ravnica i gora
- kontinuitet života i znanja, njegovanje tradicije i običaja
- srednjoeuropska građanska/plemićka tradicija
- tradicionalna slavonska gostoljubivost
- slavonska ruralna arhitektura
- bogata gastronomija i tradicija vinarstva (TZ Vukovarsko-srijemske županije, 2018, 57).

3.2. Prikaz i interpretacija rezultata istraživanja

Od ukupno 249 analiziranih objava tijekom 2022. godine najviše ih je bilo zabilježeno na Instagram profilu TZ-a Osječko-baranjske županije (@visit.slavonija.baranja) i to 179 objava, odnosno 71,9 % analiziranih objava. Preostali Instagram profili TZ-a Brodsko-posavske županije (@tzbpz) i TZ-a Virovitičko-podravske županije (@discover_podravina_slavonija) objavili su po 34, odnosno 36 postova u istom razdoblju, odnosno imaju udio po 13,7 %, tj. 14,5 %. Zanimljivo je primijetiti kako je TZ Virovitičko-podravske županije objavljivala prosječno po objavi znatno više *hashtagova* (9,9) u odnosu na preostale dvije turističke zajednice, što isto tako ukazuje na neujednačenost u formi objavljivanja sadržaja.

Nadalje, TZ Osječko-baranjske županije ostvaruje nešto snažniji angažman od drugih dviju turističkih zajednica, što je vidljivo ne samo po broju prati-

telja, koji su s jedne strane preduvjet, već i po drugim parametrima, poput uključenosti posjetitelja profila. Tako navedena turistička zajednica ostvaruje prosječno 161,4 oznaku sviđanja po objavi, što je 4 – 5 puta više od preostalih dviju turističkih zajednica te pritom bilježi jednu objavu koja ima skoro 6 000 oznaka sviđanja, što je u stvari skoro dvostruko više od ukupnog broja oznaka sviđanja preostalih dviju turističkih zajednica zajedno. Također, treba primijetiti kako posjetitelji Instagram profila TZ-a Osječko-baranjske županije pišu svoje komentare na skoro svakoj drugoj objavi na profilu, za razliku od korisnika drugih dvaju profila gdje se objavljuju komentari prosječno na svakoj četvrtoj objavi. Pritom treba obratiti pozornost da je, unatoč tomu što posjetitelji Instagram profila TZ-a Osječko-baranjske županije pišu češće komentare u objavama, približno sličan prosječan broj komentara po objavi zabilježen kod korisnika profila TZ-a Brodsko-posavske županije. Detaljniji prikaz analize Instagram profila i objava naveden je u tablici 2.

Tablica 2. Analiza Instagram profila i objava

	TZ Brodsko-posavske županije	TZ Osječko-baranjske županije	TZ Virovitičko-podravske županije
	56# u 34 objave	286# u 179 objava	358# u 36 objava
prosjeak # po objavi	1,7	1,6	9,9
broj pratitelja	500	5 081	1 384
broj oznaka sviđanja	1 150	28 896	1 486
prosjeak oznaka sviđanja po objavi	33,8	161,4	41,3
objava s najviše (najmanje) oznaka sviđanja	219 (1)	5 963 (22)	194 (9)
broj komentara (objave s komentarima)	20 (8)	271 (95)	10 (9)
prosjeak broja komentara po objavi	2,5	2,85	1,11
prosjeak objava s komentarima	23,5 %	53,1 %	25,0 %

Izvor: autorski prikaz prema stanju Instagram profila @tzbpz, @visit.slavonija.baranja, @discover_podravina_slavonija na dan 6. svibnja 2023. godine

Odgovor na istraživačko pitanje *Komuniciraju li najkorišteniji hashtagovi glavne attribute jedinstvenog brenda Slavonija koji je naveden u Strateškom marketinškom planu turizma Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019. – 2025.?* donosi prikaz sljedeća tablica i tri grafikona koji prikazuju deset najkorištenijih *hashtagova* po analiziranim profilima.

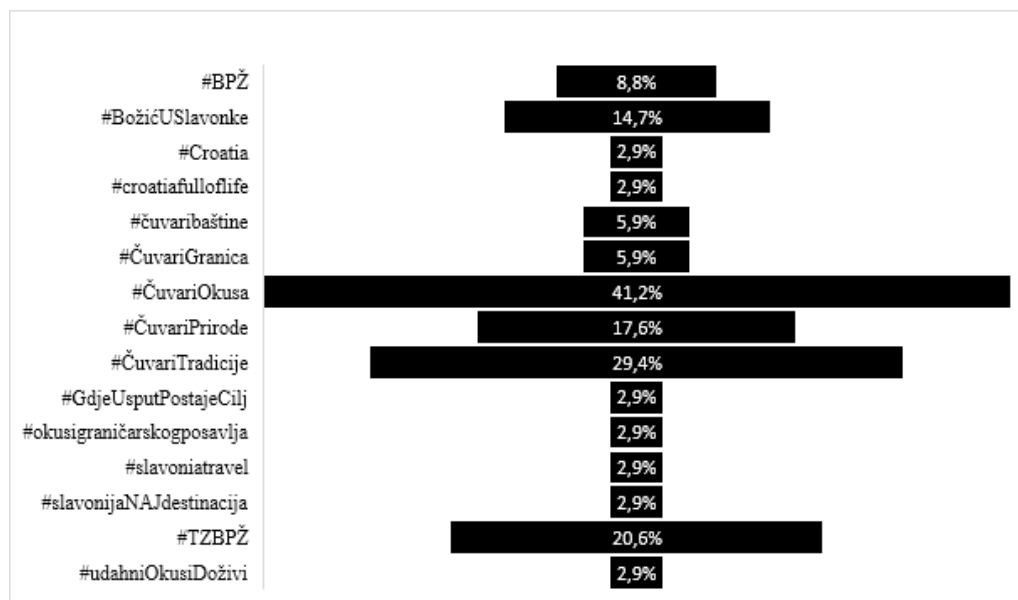
Tablica 3. Glavni atributi jedinstvenog brenda Slavonija i najčešće korišteni *hashtagovi* na Instagram profilima

	TZ Brodsko- posavske županije	TZ Osječko- baranjske županije	TZ Virovitičko- podravske županije
čista i očuvana priroda – bogatstvo rijeka, vizure ravnica i gora	#ČuvariPrirode #slavonijaNAJdestinacija #UdahniOkusiDoživi	#HeadOnEast #VisitSlavonijaBaranja	#drava #dravskaprica #papuk #parkprirodepapuk #peaceandquiet #slavoniatravel #slavonijaipodravina
kontinuitet života i znanja, njegovanje tradicije i običaja	#BožićUSlavonke #čuvaribaštine #ČuvariTradicije	#HeadOnEast #VisitSlavonijaBaranja	#unesco #slavoniatravel #slavonijaipodravina
srednjoeuropska građanska/ plemićka tradicija	#ČuvariTradicije	#HeadOnEast #VisitSlavonijaBaranja	#slavoniatravel #slavonijaipodravina
tradicionalna slavonska gostoljubivost	#ČuvariTradicije	#HeadOnEast #VisitSlavonijaBaranja	#slavoniatravel #slavonijaipodravina
slavonska ruralna arhitektura		#HeadOnEast #VisitSlavonijaBaranja	#slavoniatravel #slavonijaipodravina
bogata gastronomija i tradicija vinarstva	#BožićUSlavonke #ČuvariOkusa #okusigraničarskogposavlja #udahniOkusiDoživi	#HeadOnEast #VisitSlavonijaBaranja	#slavoniatravel #slavonijaipodravina

Izvor: istraživanje autora

Turistička zajednica Brodsko-posavske županije ukupno je koristila 15 različitih *hashtagova* (grafikon 1), od čega je sedam *hashtagova* bilo objavljeno samo jednom, čime su pridonosili udjelom od 2,9 % te se svega dva *hashtaga* iz ove skupine (*#okusigraničarskogposavlja* i *#UdahniOkusiDoživi*) mogu povezati s glavnim atributima (bogata gastronomija i tradicija vinarstva) iz Strategije. Od preostalih *hashtagova*, koji se mogu povezati s glavnim atributima navedenim u Strategiji, najčešće korišteni *hashtag* *#ČuvariOkusa* (41,2 %) također pripada atributu vezanom uz gastronomiju, kao i *hashtag* *#BožićUSlavonke* (14,7 %) koji se isto tako može povezati s atributom očuvanja tradicije i običaja, a koji je obuhvatio još dva često korištena *hashtaga* (*#ČuvariTradicije*; 29,4 % i *#čuvaribaštine*; 5,9 %). Štoviše, *#ČuvariTradicije* često se mogao povezivati kao objava koja je komunicirala attribute vezano uz srednjoeuropsku tradiciju te tradicionalnu slavonsku gostoljubivost. Prema navedenoj analizi prikazanoj u tablici 3 i grafikonu 1 vidljivo je kako je TZ Brodsko-posavske županije svoje najčešće *hashtagove* koristila u komunikaciji atributa koji su vezani uz čistu i očuvanu prirodu, njegovanje tradicije i običaja, srednjoeuropsku tradiciju, slavonsku gostoljubivost te bogatu gastronomiju i tradiciju vinarstva.

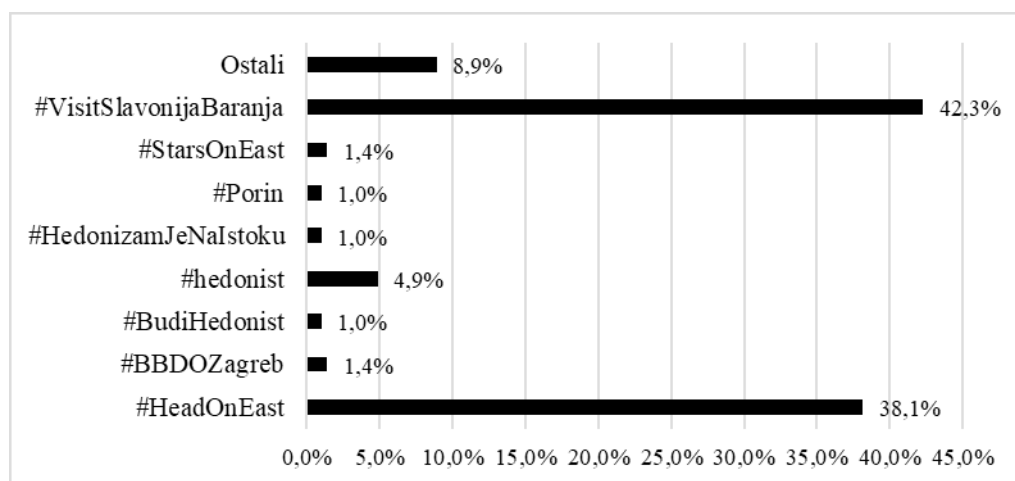
Grafikon 1. Najkorišteniji *hashtagovi* TZ-a Brodsko-posavske županije



Izvor: istraživanje autora

Nadalje, TZ Osječko-baranjske županije koristila je 31 različit *hashtag*, ali njih čak 23 ostvaruju udio manji od 1 % objava, čime je samo osam *hashtagova* ostvarilo više od 1 % objava (grafikon 2). Promatramo li samo *hashtagove* s većom frekvencijom objava (više od 1 %), onda dva *hashtaga* prednjače te se mogu povezati sa svim glavnim atributima brenda navedenim u Strategiji, a riječ je o *hashtagovima* #VisitSlavonijaBaranja (42,3 %) i #HeadOnEast (38,1%).

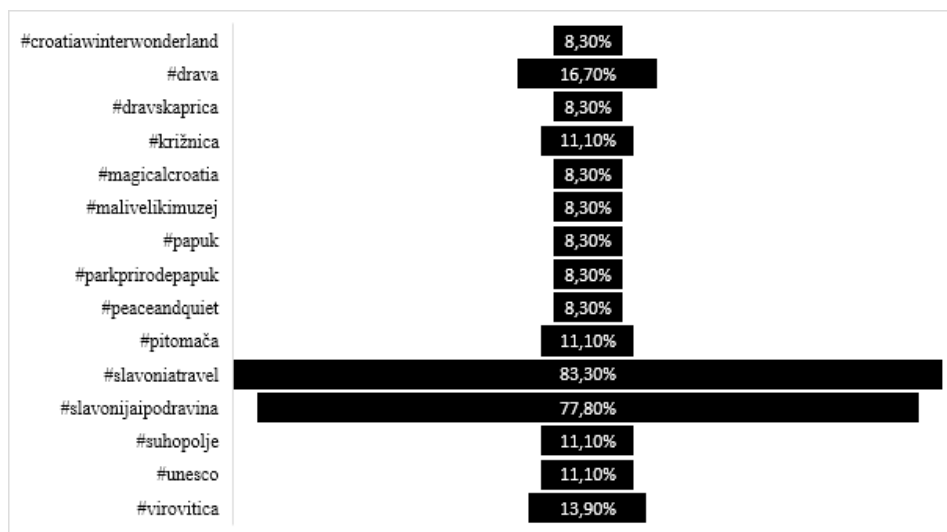
Grafikon 2. Najkorišteniji *hashtagovi* TZ-a Osječko-baranjske županije



Izvor: istraživanje autora

TZ Virovitičko-podravske županije na svom Instagram profilu tijekom 2022. godine koristila je 245 različitih *hashtagova* od čega dominiraju dva *hashtaga* koji se mogu povezati sa svih šest atributa navedenih u Strategiji, a riječ je o *hashtagovima* #slavoniatravel (83,3 %) i #slavoniaipodravina (77,8 %). Ista turistička zajednica frekventno je koristila još šest drugih *hashtagova* koji komuniciraju poruke vezano uz attribute čiste i očuvane prirode (#drava, #dravska-prica, #papuk, #parkprirodepapuk, #peaceandquiet) te njegovanja tradicije (#unesco).

Grafikon 3. Najkorišteniji *hashtagovi* TZ-a Virovitičko-podravske županije



Izvor: istraživanje autora

Stoga se može zaključiti kako su županijske turističke zajednice u svojoj komunikaciji koristile *hashtagove* kako bi promovirale glavne atribute brenda Slavonija, uz izuzetak TZ-a Brodsko-posavske županije koja nije imala ni jednu objavu, odnosno *hashtag* koji bi se odnosio na slavonsku ruralnu arhitekturu.

Sljedeće istraživačko pitanje glasilo je *U kolikoj se mjeri najčešće korišteni hashtagovi podudaraju u komunikaciji turističkih zajednica klastera Slavonija putem Instagrama?* Analizom je utvrđeno kako među najčešće korištenim *hashtagovima* turističke zajednice zapravo ne koriste iste *hashtagove*. Štoviše, među najkorištenijim *hashtagovima* samo se *hashtag* #slavoniatravel koristi u više turističkih zajednica, odnosno u objavama TZ-a Virovitičko-podravske županije (77,8 %) i TZ-a Brodsko-posavske županije (2,9 %).

Treće istraživačko pitanje *U kolikoj se mjeri forme objave na Instagram profilu analiziranih turističkih zajednica međusobno podudaraju?* pokazuju kao i kod prethodnog istraživačkog pitanja da postoje razlike u samim objavama, pa su tako TZ Brodsko-posavske županije i TZ Osječko-baranjske županije gotovo u potpunosti objavljuvale do pet *hashtagova* po objavi. S druge strane, TZ Virovitičko-podravske županije ima nešto više od pola objava (52,8 %) sa 6 – 10 *hashtagova* te nešto više od trećine objava s 11 – 15 *hashtagova* (detaljnije u tablici 4).

Tablica 4. Broj *hashtagova* po objavi

	TZ Brodsko-posavske županije	TZ Osječko-baranjske županije	TZ Virovitičko-podravske županije
0 #	14,70 %	29,60 %	5,6 %
1 – 5 #	85,30 %	69,80 %	0,0 %
6 – 10 #	0,0 %	0,06 %	52,8 %
11 – 15 #	0,0 %	0,0 %	36,1 %
15+ #	0,0 %	0,0 %	5,6 %

Izvor: istraživanje autora

Nadalje, s obzirom na to da je ranije spomenuto kako je Instagram prije svega digitalni vizualni medij, treba navesti kako kod svih turističkih zajednica fotografija dominira kao vizualni sadržaj objave, dok se *reelsi* (kratki video) posebno ističu u objavama TZ-a Brodsko-posavske županije te čine nešto više od 20 % objava. Treća je moguća forma tzv. *carousel* koji je zapravo objava od maksimalno 10 fotografija te je ova forma objave najzastupljenija bila u objavama TZ-a Virovitičko-podravske županije jer je svaka treća objava bila *carousel* (detaljnije u tablici 5).

Tablica 5. Udio vizualnih sadržaja u odnosu na njihovu formu

	TZ Brodsko-posavske županije	TZ Osječko-baranjske županije	TZ Virovitičko-podravske županije
fotografija	70,6 %	90,5 %	63,9 %
reels	20,6 %	3,4 %	2,8 %
carousel	8,8 %	6,1 %	33,3 %

Izvor: istraživanje autora

Štoviše, promatramo li kako su formirane *carousel* objave kod turističkih zajednica onda se primjećuje kako TZ Brodsko-posavske županije i TZ Osječko-baranjske županije *carousele* objavljuju uglavnom s dvije, tri ili deset fotografija. S druge strane, TZ Virovitičko-podravske županije ima razne oblike *carousel* objava pa osim što one ponekad sadrže dvije, zabilježene su i objave s četiri, pet, šest, sedam i deset fotografija (detaljnije u tablici 6).

Tablica 6. Broj fotografija u objavama

	TZ Brodsko- posavske županije	TZ Osječko- baranjske županije	TZ Virovitičko- podravske županije
0 fotografija	35,3 %	3,9 %	2,8 %
1 fotografija	47,1 %	89,9 %	61,1 %
2 fotografije	2,9 %	2,8 %	5,6 %
3 fotografije	8,8 %	0,6 %	0,0 %
4 fotografije	0,0 %	0,6 %	8,3 %
5 fotografija	0,0 %	0,0 %	2,8 %
6 fotografija	0,0 %	0,0 %	5,6 %
7 fotografija	0,0 %	0,0 %	8,3 %
8 fotografija	0,0 %	0,0 %	0,0 %
9 fotografija	0,0 %	0,0 %	0,0 %
10 fotografija	5,9 %	2,2 %	5,6 %

Izvor: istraživanje autora

Da se forma objava razlikuje između turističkih zajednica obuhvaćenih analizom potvrđuje i podatak kako oko dvije trećine objava TZ-a Brodsko-posavske županije (64,7 %) i TZ-a Osječko-baranjske županije (62,6 %) sadrže emotikone, dok su s druge strane sve objave TZ-a Virovitičko-podravske županije sadržavale neki oblik emotikona u svojim objavama.

Nadalje, s obzirom na to da je Strategija između ostalog napravljena kako bi se jačao brend Slavonije i na inozemna tržišta, zanimljivo je primijetiti kako jedino TZ Osječko-baranjske županije ima bilingvalne objave na hrvatskom i engleskom jeziku (58,1 %), dok su druge dvije turističke zajednice komunicirale isključivo na hrvatskom jeziku. Da su razlike u formi objava jasne iz prikazanih rezultata, prikazuje i podatak u kolikoj su mjeri turističke zajednice pozivale posjetitelje svojim objavama da posjete njihovu destinaciju, odnosno koliko je snažno bio izražen *offline* angažman, pa se može vidjeti kako je on bio najzastupljeniji kod TZ-a Virovitičko-podravske županije (55,6 %), a potom i u TZ-u Osječko-baranjske (41,9 %). Najslabiji *offline* angažman bio je zabilježen u komunikaciji TZ-a Brodsko-posavske županije sa svega 32,4 % objava (detaljnije u tablici 7).

Tablica 7. *Offline* angažman turističkih zajednica

	TZ Brodsko-posavske županije	TZ Osječko-baranjske županije	TZ Virovitičko-podravske županije
da	32,4 %	41,9 %	55,6 %
ne	67,6 %	58,1 %	44,4 %

Izvor: istraživanje autora

4. ZAKLJUČAK

Korištenje *hashtagova* na društvenim mrežama danas niti predstavlja novinu niti više predstavlja dodatnu vrijednost već nužnost u *online* komunikaciji. Žele li oni koji objavljuju imati veći angažman na društvenim mrežama, nužno moraju koristiti *hashtagove*. Osim što će povećati vidljivost objave, *hashtagovi* kao koristan alat u *online* komunikaciji preciznije ciljaju prema onim skupinama koje bi teme objavljenog sadržaja mogle zanimati. Dosadašnji radovi i istraživanja na ovu temu, od kojih su neki navedeni u ovom radu, potvrđuju navedenu tvrdnju. Štoviše, *hashtag* se kao takav može promatrati strateškim alatom *online* komunikacije.

Osim što se *hashtagovima* preciznije može doći do ciljane publike, oni su kao ključne riječi u stvari i poruke koje okupljaju oko neke teme te se šire dalje. Tko god je želio prije nekoliko godina upozoriti na koronavirus i važnost smanjenog kretanja tijekom pandemije koristio je *hashtagove* poput #ostanidoma, #straysafe i sl. Također, u turizmu se korištenjem *hashtagova* mogu, osim direktnog komuniciranja destinacije (pr. #croatia), komunicirati poruke ili vrijednosti destinacije (pr. #croatiafulloflife).

Samo korištenje *hashtagova* stoga nije stihijsko, već traži proaktivno i strateško djelovanje, a takvo djelovanje podrazumijeva sustavnu komunikaciju koja ne komunicira višestruke „zbunjujuće“ poruke.

Iz tog razloga provedeno je istraživanje na razini Turističkog klastera Slavonija gdje su uključene tri od pet pripadajućih županijskih turističkih zajednica kako bi se preispitali načini korištenja *hashtagova* u *online* komunikaciji klastera. Za potrebe rada metoda analize sadržaja bila je najprikladnija za prikupljanje podataka. Zbog velike heurističke vrijednosti koju ima (Tkalac Verčić i sur., 2014, 94), ova metoda bila je najprikladniji način za prikupljanje podataka. Analiza sadržaja Instagram objava triju županijskih turističkih zajednica tijekom 2022. godine, koja je uključivala uzorak od ukupno 249 objava, pokazala

je kako su se *hashtagovi* koristili sustavno u promociji destinacija jer su oni komunicirali glavne atribute jedinstvenog brenda Slavonija koji se navodi u ključnom strateškom dokumentu turističkog razvoja destinacije, odnosno u *Strateškom marketinškom planu turizma Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019. – 2025.*

Također, istraživanje je pokazalo da se, unatoč tomu što su turističke županije obuhvaćene istraživanjem proaktivno i sustavno koriste *hashtagove* u *online* komunikaciji, ipak primjećuje izostanak, odnosno sinergija između analiziranih turističkih zajednica. To se prije svega očituje u tome što one pripadaju istom turističkom klasteru te komuniciraju jednake atribute brenda, ali istovremeno ne koriste jednake *hashtagove* već u najboljoj mjeri oni mogu biti vrlo slični. Stoga, jedini najčešće korišteni *hashtag*, koji se koristio u dvije od tri turističke zajednice, bio je #slavoniatravel kojeg su koristile TZ Brodsko-posavske županije i TZ Virovitičko-podravske županije, ali isto tako s vrlo različitom frekvencijom korištenja. Također, izostanak sinergije može se očitovati i u tome što je sama forma objava na Instagramu poprilično različita između analiziranih turističkih zajednica, od frekvencije objava i frekvencije korištenja *hashtagova* do broja korištenja fotografija, jezika komunikacije te ostalih elemenata objave koji vrlo jasno ukazuju na razlikovnost u *online* komunikaciji. Stoga, ako destinacija sa svojim mikrodestinacijama želi postati prepoznatljivija, njezine poruke moraju biti ne samo pravilno korištene *hashtagovima* već i ujednačenije jer će upravo komunikacijskom sinergijom jačati svoj brend. U izostanku toga, komunicirajući iste poruke i vrijednosti, ali korištenjem različitih *hashtagova*, komuniciraju iste poruke različitim porukama što u konačnici može dovesti do „razvodnjavanja“ poruke.

LITERATURA

1. Anđelić, V., Grmuša, T. (2017). Društvene mreže kao medij promocije turističkih odredišta kod mladih. *Media, Culture and Public Relations*, 8(2), 182-193.
2. Bebić, D. (2018). *Cyberturist - Novi mediji u turizmu*. Institut za nove medije i e-demokraciju.
3. Benedek, I. (2018). Instagram as a Tool for Destination Branding – Case Study on the Major Cities of Romania. *Journal of Media Research*, 11(2), 43-53. DOI:10.24193/jmr.31.3.
4. Celuch, K. (2021). Hashtag usage and user engagement on Instagram: The case of #foodfestivals. *Journal of Physical Education and Sport*, 21(2), 966-973. DOI:10.7752/jpes.2021.s2120.

5. Državni zavod za statistiku (2023). *Dolasci i noćenja turista u 2022*. <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29506>. Pristupljeno 6. svibnja 2023.
6. Fedushko, S., Kolos, S. (2019). Effective Strategies for Using Hashtags in Online Communication. *International Journal of Computing and Related Technologies*, 2(2), 82-90. DOI:10.48550/arXiv.1909.01474.
7. Grbavac, J., Grbavac, V. (2014). Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena. *Media, culture and public relations*, 5(2), 206-219.
8. Heras-Pedrosa, C., Millan-Cdelis, E., Iglesias-Sánchez, P., Jambrino-Maldonado, C. (2020). Importance of Social Media in the Image Formation of Tourist Destinations from the Stakeholders' Perspective. *Sustainability* 2020, 12(10), 1-27. DOI:10.3390/su12104092.
9. Holsti, O. (1968). *Contenty Analysis*. University of Manchester.
10. Huertas, A. i Marine-Roig, E. (2016). User reactions to destination brand contents in social media. *Information Technology & Tourism*, 15(4), 291-315. DOI: 10.1007/s40558-015-0045-9.
11. InVideo (2022). *113 Instagram statistics you must know*. <https://invideo.io/blog/instagram-statistics/#top-instagram-statistics>. Preuzeto 8. svibnja 2023.
12. Lund, Niels F., Cohen, S., Scarles, C. (2017). The power of social media storytelling in destination marketing. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8(1), 1-31. DOI:10.1016/j.jdmm.2017.05.003.
13. Leonhardt, J. (2015). Tweets, hashtags and virality: Marketing the Affordable Care Act in social media. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 16 (3), 172-180.
14. Morrison, A. (2019). *Marketing and Managing Tourism Destinations*. Routledge.
15. Ta'amneh, Issam Mostafa & Al-Ghazo, Abeer (2021). The Importance of Using Hashtags on Raising Awareness about Social Issues. *International Journal of Learning and Development*, 11 (4), 10-24. DOI:10.5296/ijld.v11i4.19139.
16. UNWTO (2019). *Exports from international tourism hit USD 1.7 trillion*. <https://www.unwto.org/global/press-release/2019-06-06/exports-international-tourism-hit-usd-17-trillion#:~:text=Total%20exports%20from%20international%20tourism,in%20international%20passenger%20transport%20services>. Pristupljeno 7. lipnja 2023.
17. Saxton, G., Niyirora, J., Guo, C., Water, R., (2015). #AdvocatingForChange: The Strategic Use of Hashtags in Social Media Advocacy. *Advances in Social Work*, 16 (1), 154-169.

18. Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D., Pološki Vokić, N. (2014). *Priručnik za metodologiju istraživanja u društvenim djelatnostima*. M.E.P.
19. TZ Vukovarsko-srijemske županije, u ime Turističkog klastera Slavonija (2018). *Strateški marketinški plan Slavonije s planom brendiranja za razdoblje 2019.-2025*. Institut za turizam. https://turizamvukovar.hr/wp-content/uploads/pristup_inf/Strate%C5%A1ki-marketin%C5%A1ki-plan-turizma-Slavonije-s-planom-brendiranja-za-razdoblje-2019.-2025-1.pdf. Pristupljeno 24. travnja 2023.
20. Shao, J., Davila Rodriguez, M.A., Gretzel, U. (2012). Riding the Social Media Wave: Strategies of DMOs Who Successfully Engage in Social Media Marketing. U: Sigala, Marianna i dr. (ur.). *Social Media in Travel, Tourism and Hospitality: Theory, Practice and Cases*. 87-97. Ashgate Publishing Limited.
21. Zelenika, R. (2000). *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela*. Ekonomski fakultet u Rijeci.
22. Watson, E. (2020). #Education: The Potential Impact of Social Media and Hashtag Ideology on the Classroom. *Research in Social Sciences and Technology*, 5(2), 40-56, DOI: 10.46303/ressat.05.02.3.

DOPRINOS KULTURNO-POVIJESNE BAŠTINE RAZVOJU TURIZMA NA RURALNOM PODRUČJU

Prethodno priopćenje

Barbara Golub

Veleučilište u Virovitici
Matije Gupca 78, 33 000 Virovitica
barbara.golub@vuv.hr

Božidar Jaković

Veleučilište u Virovitici
Matije Gupca 78, 33 000 Virovitica
bozidar.jakovic@vuv.hr

Marina Gregorić

Sveučilište Sjever
Trg dr. Žarka Dolinara 1, 48 000 Koprivnica
mgregoric5@gmail.com

Sažetak³⁰⁰

Materijalna i nematerijalna baština predstavljaju neizostavnu komponentu turizma na ruralnom području, gdje ljudi, njihov način života, stvaralaštvo, kulturni izričaj i običaji privlače turiste u jednakoj mjeri kao i njezine prirodne ljepote. Aktualni turistički trendovi ukazuju na porast putovanja u ruralne turističke destinacije, a što se osobito zamijetilo za vrijeme trajanja pandemije COVID-19 kada su turisti dominantno posjećivali nenapučene destinacije. S obzirom na to da ruralna područja karakteriziraju depopulacija i napuštanje tradicionalnih djelatnosti, razvoj kulturnog turizma može ublažiti negativne trendove te doprinijeti ekonomskoj i društvenoj revitalizaciji ruralnih područja, uz paralelno očuvanje tradicionalnog načina života od zaborava i poticanje mlađih generacija na obnavljanje mnogih starih zanata i znanja. Sukladno iznesenom, relevantno je detaljnije proučiti teoriju i empirijski istražiti predmetnu materiju. Glavni je cilj rada utvrditi važnost kulturno-povijesne baštine u razvoju turizma na ispitanim ruralnim područjima

300 Rad je nastao kao rezultat istraživanja za diplomski rad studentice Barbare Golub u sklopu sveučilišnog diplomskog studija Poslovna ekonomija na Sveučilištu Sjever koji je obranjen u listopadu 2021. godine.

iz perspektive predstavnika turističkih zajednica te kako turističke zajednice promoviraju kulturni turizam u njima. Empirijsko istraživanje provedeno je u odabranim ruralnim turističkim destinacijama u Koprivničko-križevačkoj županiji, metodom intervjua u kojem su sudjelovali predstavnici dviju turističkih zajednica (TZ Dravski Peski i TZ Središnja Podravina) koje obuhvaćaju veći broj jedinica lokalne samouprave u predmetnoj županiji. Dobiveni rezultati prikazuju različite pristupe intervjuiranih turističkih zajednica pri korištenju kulturnih elemenata u razvoju turizma ruralnog područja, što se posljedično odražava na razinu očuvanja, odnosno zapostavljanja kulturnih resursa, a koji su perspektivni faktori društvenog i ekonomskog razvoja ruralnih područja. S obzirom na to da je provedeno istraživanje eksplorativnog karaktera, buduća istraživanja primarno trebaju uključiti veći broj ispitanika u istraživanju, iz različitih sfera (predstavnici TZ-a, lokalne uprave, lokalnog stanovništva, turističkih subjekata i sl.) i ruralnih područja s različitim stupnjem turističkog razvoja, a koje bi bilo poželjno usporediti s obzirom na uključene dionike i ruralna područja.

Ključne riječi: kulturna baština, kulturni turizam, ruralno područje, ruralna turistička destinacija, Podravina

CONTRIBUTION OF CULTURAL AND HISTORICAL HERITAGE TO THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN RURAL AREAS

Abstract³⁰¹

Tangible and intangible heritage is an indispensable component of tourism in rural areas, where the people, their way of life, creativity, cultural expressions, and customs are as attractive to tourists as the beauty of the landscape. Current tourism trends show an increase in travel to rural areas, which was particularly evident during the COVID-19 pandemic when tourists primarily visited less frequented destinations. Given that rural areas are characterized by depopulation and abandonment of traditional activities, the development of cultural tourism can mitigate negative trends and contribute to the economic and social revitalization of rural areas, while preserving traditional ways of life from oblivion and encouraging younger generations to renew many ancient crafts and skills. In this sense, it is important to deepen the theory and study the topic empirically. The main objective of the paper is to determine the importance of cultural and historical heritage for the development of tourism in the rural areas observed from the point of view of representatives of tourist boards and to determine how tourist boards promote cultural tourism in these areas. The empirical research was conducted in selected rural tourist destinations in Koprivnica-Križevci County. The survey method was used, with the participation of representatives of two tourist boards (Dravski Peski and Središnja Podravina), which include many local self-government units in the county in question. The results show that the surveyed tourist boards have different approaches to the use of cultural elements for the development of tourism in rural areas, which is consequently reflected in the degree of preservation or neglect of cultural resources, which are perspective factors of the social and economic development of rural areas. As this was an exploratory study, future research should primarily involve a larger number of respondents, from different sectors (representatives of tourist boards, local government, local people, tourism industry, etc.) and rural areas with different levels of tourism development. It would be desirable to compare the stakeholders and rural areas involved.

Keywords: cultural heritage, cultural tourism, rural area, rural tourist destination, Podravina

301 The work was created as a result of research for the graduation thesis of student Barbara Golub as part of the university's graduate study Business Economics at the University of the North, defended in October 2021.

1. UVOD

S obzirom na kontinuirane promjene ponašanja te motiva i potreba suvremenih turista, dolazi do pojave različitih oblika turizma sa specifičnim uslugama, a turistička ponuda i proizvod postaju prilagođeni svakom pojedincu (Geić, 2011). Ako se k tome nadoda i činjenica da turisti učestalo putuju tijekom godine, oblici turizma na ruralnom području, kao što je i kulturni turizam, bilježe sve veći porast međunarodnih turističkih dolazaka. Promatrajući nacionalni okvir, kulturni turizam nije bio prepoznat kao turistički proizvod sve do početka 2000. godine, a od 2002. godine u neprestanom je porastu (Institut za turizam, 2011). Kada je riječ o kulturnim turistima u Hrvatskoj, TOMAS istraživanjem utvrđeno je da prevladavaju inozemni turisti, srednje i mlađe dobi, fakultetski obrazovani ili sa završenom višom školom. Motivirani su željom za učenjem, a najviše ih privlače događanja (Institut za turizam, 2008). Međutim, kulturne znamenitosti i događanja najčešće nisu primarni motivi za posjet Republici Hrvatskoj, već usputne atrakcije na putovanju u destinaciju (Institut za turizam, 2019).

Ruralna područja smatraju se jednim od najizazovnijih područja za razvoj turizma. Razlog je tome činjenica da su takva područja najčešće udaljena od velikih naselja, bez veće prometne infrastrukture i turističkih natruha, a danas postoji velik broj specifičnih oblika i turističkih niša na koje mogu zadovoljavajuće odgovoriti samo pojedina ruralna područja (Baćac, Katica, Kušen, Sudarić i Tubić, 2021). Pojmovi „kultura“, „ruralno“ i „turizam“ višedimenzionalni su i međusobno povezani (MacDonald i Jolliffe, 2003). Materijalna kulturna baština, kao i nematerijalni kulturni elementi jedinstvene su turističke atrakcije koje mogu generirati gospodarske koristi. Kulturne i tradicionalne vrijednosti, poput običaja i duhovnih uvjerenja, mogu poboljšati sposobnost ljudi da postanu nositelji promjena, ojačati njihovu prilagodljivost te im pomoći da usvoje nove životne vještine kojima se poboljšava i unaprjeđuje životni standard (Ma, Wang, Dai i Ou, 2020). Iz tog razloga kulturni turizam na ruralnom području ima velik izbor često neuobičajenih sadržaja, ali i značajan broj ograničenja (Baćac i sur., 2021). Kao odgovor na postmodernističke duhovne vrijednosti i promjene u turističkoj potrošnji, tradicionalni način života i običaji na selu postali su jezgra iskustva turizma na ruralnom području (Kastenholz, Davis i Paul, 1999). Tradicionalna kultura u ruralnim područjima prikaz je duhovnih uvjerenja ljudi, estetike, međuljudskih odnosa i životnih navika. Korištenje kulture kao takve postao je ključan čimbenik u razvoju ruralnog turizma jer je lokalna kultura često izvor šarmantnih i osebnih elemenata ruralne turističke destinacije (Garau, 2015).

Cilj je rada utvrditi važnost kulturno-povijesne baštine u razvoju turizma na ispitanim ruralnim područjima iz perspektive predstavnika turističkih zajednica te kako turističke zajednice promoviraju kulturni turizam u njima. Provedena je studija slučaja koja obuhvaća dva ispitanika, a što se može promatrati kao svojevrsno preliminarno istraživanje. Dobivenim rezultatima prikazani su različiti pristupi turističkih zajednica kod korištenja kulturnih elemenata u razvoju turizma ruralnog područja, a što ima utjecaj na razinu očuvanja, odnosno zapostavljanja kulturnih resursa.

2. TEORIJA KULTURNOG TURIZMA NA RURALNOM PODRUČJU

Kulturni turizam jedan je od najstarijih specifičnih oblika turizma. Ljudi su putovali iz razloga koje danas nazivamo kulturnim motivima još od vremena starih Rimljana koji su posjećivali Grčku i Egipat (Perrottet, 2002). Međutim, mjesta i aktivnosti koje danas označavamo kao proizvode kulturnog turizma donedavno nisu bili identificirani kao takvi. Posjećivanje povijesnih i kulturnih znamenitosti, događaja i festivala, gledanje uličnih predstava ili posjeti muzejima smatrani su aktivnostima koje su činile dio ukupnog turističkog iskustva (Du Cros i McKercher, 2015).

Richards (2018) kulturni turizam smatra vrstom turističke aktivnosti u kojoj je posjetiteljeva osnovna motivacija naučiti, otkriti, doživjeti i konzumirati materijalne i nematerijalne kulturne atrakcije i/ili proizvode u turističkoj destinaciji. Stalno povećanje interesa posjetitelja za jedinstvenim i autentičnim iskustvima doprinosi turističkom razvoju ruralnih područja koja posjeduju specifičnu materijalnu i nematerijalnu kulturnu baštinu. Važno je prepoznati, razvijati i na odgovarajući način organizirati kulturne resurse kako bi se stvorilo posebno iskustvo za posjetitelje, ali i osiguralo njegovo očuvanje za buduće generacije (Đurkin, Perić i Kljaić Šebrek, 2017). Cole (2005) stavlja naglasak na činjenicu da je lokalna kultura u ruralnim područjima od posebne važnosti za lokalno stanovništvo jer predstavlja njihov identitet. Stoga očuvanje lokalnih mjesta i tradicije nije uvijek motivirano turizmom. Sukladno tome, ključni faktor uspjeha u razvoju kulturnog turizma na ruralnom području često leži u uključivanju lokalne zajednice.

Kulturni turizam i drugi oblici turizma na ruralnom području u velikoj su mjeri vezani uz prostor na kojem se razvijaju. Samim time, vezani su uz resurse lokacije na kojoj nastaju, a na čemu temelje svoj daljnji razvoj. Kulturni turizam specifičan je za mjesta koja odišu lokalnim koloritom, a njihove građevine, parkovi i ulice ozračjem prošlih vremena. On ne znači samo putovanje u prošlost, već i upoznavanje sa suvremenim životom nekog područja (Weber i

Mikačić, 2007). Kulturni turizam na ruralnom području, između ostalog, može se promatrati kao oblik turizma koji povezuje posjetitelje s tradicijskim vrijednostima, kulturom i prirodom ruralnog kraja te kao takav doprinosi očuvanju i revitalizaciji kulturne i prirodne ruralne baštine. Promatrajući ga kao dio ruralnog turizma, njegova je namjera pružiti mogućnost za opstanak stanovništva na ruralnom području novim prilikama za dodatni prihod (Demonja i Baćac, 2012).

Turizam temeljen na kulturi i kulturnim atrakcijama na ruralnom području uključuje različite aspekte poput spomenika kulture, narodne kulture, stanovanja i hrane, etničkih pučkih praksi, narodne materijalne kulture starih zanata, proizvoda, suvenira, kulturnih ustanova i događaja te zabavnih, sportskih i komercijalnih događaja. Spomenici kulture važan su čimbenik svake atraktivne turističke destinacije (pokretni i nepokretni objekti sačuvani od prošlosti do određenog razdoblja društvenog razvoja). Narodna kultura igra važnu ulogu u ruralnom području, osobito pučka kultura koja je očuvana u folkloru seoskog stanovništva, a uključuje odijevanje, ples, pjevanje, glazbu, drevne tradicije, zanate i način života (Grgić, Hadelan, Krznar i Zrakić, 2017).

Često se za turizam koji se zasniva na spomenutoj kulturi ruralnog područja koristi termin kulturno ruralni turizam. Autori MacDonald i Jolliffe (2003) u svom radu navode četiri stupnja razvoja kulturnog turizma na ruralnom području (kulturno-ruralnog turizma). Prva faza predstavlja početnu evoluciju kada ruralna regija u svoj gospodarski razvoj uključuje koncept turizma, odnosno integraciju kulturnih i ruralnih resursa. Kada počinju pristizati turisti, neki stanovnici u tome prepoznaju priliku iz čega dolazi do razvoja druge faze. To je faza planiranja i provedbe strategija koje počinju donositi korist cijelom području, a planovi se temelje na suradnji između stanovnika zajednice, organizacija i poduzeća. U ruralnim područjima to može uključivati partnerstva između lokalnih i regionalnih skupina, kao i nacionalnih organizacija te različitih razina vlasti. U ovoj fazi primjeri mogu uključivati festivale i kulturne događaje kojima je cilj privući veći broj turista. U trećoj se fazi planovi razvijaju u napredniju i formalniju kulturnu ponudu ruralnog turizma koja kratkoročno koristi lokalnoj zajednici, ali dugoročno čuva resurse. Učinkovitost je povećana, djelotvorniji je razvoj atrakcija, aktivnosti, povijesnih mjesta i kulturnih iskustava. Kontrolu nad cjelokupnim procesom preuzima lokalna i/ili regionalna turistička zajednica ili organizacija kako bi osigurala koherentniji i integriraniji marketing. Posljednja, četvrta faza odnosi se na potpuno centralizirano planiranje i provedbu turizma u ruralnoj regiji. Planiranje treba biti odgovorno i primjereno te ostvarivati kratkoročne i dugoročne dobrobiti za zajednicu uz očuvanje resursa (MacDonald i Jolliffe, 2003). U očuvanju dugoročnog kulturno-ruralnog turizma glavnu ulogu imaju pet načela: autentič-

nost i kvaliteta, obrazovanje i tumačenje, očuvanje i zaštita, lokalni prioriteti i kapaciteti te partnerstva (Prohaska, 1995).

Kulturno-ruralni turizam jest turizam u ruralnim područjima gdje su temeljni turistički motivi, osim kulturno-povijesne baštine, i prirodni resursi. Neke su aktivnosti usmjerene na ekološki ili poljoprivredni razvoj, gastronomiju ili kulturne krajolike koji su obogaćeni poviješću (Dujmović, 2014). Povezivanje ruralnog turizma s kulturnim može dovesti do integracije i diverzifikacije turističkih mogućnosti te podići konkurentnost turističke destinacije. Također, kombinacija kulturne i ruralne ponude podržava političke i institucionalne odluke za nove turističke proizvode te predstavlja jedinstveno iskustvo, ne samo za turiste koji traže autentičnost, već i sve ostale dionike koji su uključeni u turistički razvoj na tom prostoru (lokalne zajednice, institucije, neprofitne organizacije i udruge, mala i srednja poduzeća i sl.) (Garau, 2015).

Razvoj kulturno-ruralnog turizma donosi i mnoge probleme vezane uz nepravilno tumačenje kulture i njezino uključivanje u turističke proizvode i usluge, kao i pitanja vlasništva i upravljanja baštinom (Đurkin i sur., 2017). Problem se može javiti i kod komodifikacije kulture za turizam. U tom slučaju kultura neke zajednice koja je razvijena u prošlosti postaje objekt razmjene vrijednosti u turističkoj potrošnji, a takav potrošački sustav može iskriviti izvornu kulturu i pretvoriti je u umjetno stvorenu kulturu (George, Mair, Reide, 2009). Bez adekvatnog i pravovremenog organiziranja, planiranja i upravljanja razvojem kulturnog turizma, ali i turizma općenito, može doći do konflikata i nesporazuma između pojedinih kultura, osjećaja eksploatacije i podređenosti lokalnog stanovništva, prostorne prenapučenosti i stvaranja turističkih enklava, do toga da lokalno stanovništvo imitira ponašanja turista čime se gube mnoge tradicijske vrijednosti (tzv. demonstracijski učinak), do erozije društvene strukture, pretjerane komercijalizacije kulture te gubitka autentičnosti (Dujmović, 2014).

Razvoj kulturnog turizma čest je oblik razvoja turističke djelatnosti na ruralnim područjima. Međutim, u literaturi to područje nije dovoljno istraženo. Autori MacDonald i Jolliffe (2003) u svom radu istražuju kulturni ruralni turizam u Kanadi povezujući koncepte ruralnog i kulturnog u jednu cjelinu te primjenjujući teorijska saznanja na odabranu kanadsku regiju koja je po njihovom mišljenju idealna za razvoj takvog oblika turizma. Autorica Garau (2015) na temelju talijanske Sardinije istražuje mogućnost unaprjeđivanja ruralnog turizma pomoću kulturne baštine. Naime, spomenuta autorica navodi, iako istraživano područje posjeduje sve potrebne resurse, nedostatak jasne strategije i planiranja uvelike smanjuje integrirani kulturno-ruralni razvoj. Nadalje, Titalina (2015) istražuje kulturni potencijal ruralnog prostora sjeveroistočne

Rumunjske analizirajući karakteristike ruralnog i kulturnog turizma i njihovog utjecaja na povećanje broja turista u toj regiji. Kulturni turizam na ruralnom području kao strategija očuvanja kulturne baštine istražuje se i u novijoj literaturi. Autori Sánchez-Martín, Gurría-Gascón i García-Berzosa (2020) ističu kompleksnost kulturne baštine, ali i njezinu važnost u uključivanju u turistički razvoj na ruralnom području regije Extremadura u Španjolskoj. Sličnom se temom bave i Chen, Ren i Zhang (2021) koji u svom istraživanju, koje obuhvaća kinesko ruralno područje, kulturnu baštinu razmatraju kao sredstvo ruralnog ekonomskog razvoja.

3. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

Za potrebe izrade rada provedeno je empirijsko istraživanje kako bi se na temelju primarnih podataka ispitao doprinos kulturne baštine razvoju turizma ruralnog područja. Cilj je rada utvrditi važnost kulturno-povijesne baštine u razvoju turizma na ispitanim ruralnim područjima iz perspektive predstavnika turističkih zajednica te kako turističke zajednice promoviraju kulturni turizam u njima.

Područje primjene istraživanja obuhvaća prostor na kojem djeluju dvije turističke zajednice (u nastavku TZ), TZ Središnja Podravina i TZ Dravski Peski, koje se nalaze na području Koprivničko-križevačke županije. Razvoj kulturnog turizma na području županije najviše se oslanja na odvijanje manifestacija i događanja. Dakle, na ovom je području najrazvijeniji manifestacijski turizam u okviru kulturnog turizma. Manifestacije i događanja kulturnog karaktera dobar su način za očuvanje kulturne baštine, posebno kada je riječ o ruralnim područjima.

Navedene turističke zajednice odabrane su zbog svojih izrazito sličnih karakteristika, odnosno kulturnih potencijala čime je stvoren temelj za usporedbu strategija i planova razvoja kulturnog turizma na ruralnom području. Područje TZ-a Dravski Peski obuhvaća prostor četiriju općina u Koprivničko-križevačkoj županiji: Ferdinandovac, Kalinovac, Kloštar Podravski i Podravske Sesvete. Navedeno područje karakteriziraju guste šume, rijeka Drava, pjeskovita pustinja, umjetnički ateljei, tradicijska domaća hrana te obronci Bilogore, a glavni kulturni resursi su muzeji, galerije i zbirke: Etno kuće obitelji Karlovčan, Etnografska zbirka Josipa Cugovčana, Galerija Ivana Lackovića Croate i Zavičajni muzej Kalinovac (Turistička zajednica Dravski Peski, 2023). Područje TZ-a Središnja Podravina obuhvaća prostor šest općina u Koprivničko-križevačkoj županiji: Golu, Hlebine, Legrad, Molve, Novigrad Podravski i Virje. Turistička

ponuda temelji se na kulturno-povijesnoj baštini, gastronomiji i enologiji. Područje obiluje muzejima, galerijama i ateljeima, a neki od njih su: Etno kuća Večenaj, Etno galerija Josip Turković, Zavičajni muzej Virje, Galerija Večenaj, Galerija Josipa Generalića, Galerija naivne umjetnosti Hlebine, Galerija Stara Škola itd. (Turistička zajednica Središnja Podravina, 2023). Uzorak istraživanja obuhvaća direktora TZ-a Dravski Peski Alena Jančija te zamjenicu direktora TZ-a Središnja Podravina Ivonu Šimunić.

Instrument korišten za potrebe istraživanja je dubinski, polustrukturirani intervju koji je odabran zbog dobivanja detaljnijih i jasnijih podataka. Intervju je proveden u kolovozu 2021. godine, a sastojao se od dvaju dijelova. U prvom dijelu ispitanici su detaljnim odgovorima pružili uvid u kulturne potencijale, razvoj kulturnog turizma, uključivanje lokalnog stanovništva u razvoj turizma, najznačajnija emitivna tržišta, kao i izazove i prepreke turističkog razvoja na području njihovog djelovanja. Drugi dio obuhvaćao je isticanje najznačajnijih aktivnosti vezanih uz kulturu i kulturni turizam na ruralnom području te isticanje prioriteta pojedinih aktivnosti u cilju očuvanja kulturne baštine na ruralnom području. Dobiveni podaci analizirani su metodom deskriptivne statistike.

3.1. Rezultati istraživanja

S obzirom na to da je za potrebe provedbe empirijskog istraživanja korišten polustrukturirani intervju, pri analizi podataka primijenjen je kvalitativni pristup. Rezultati istraživanja organizirani su, analizirani i prezentirani prema istraživačkim pitanjima. Autori Cohen, Manion i Morrison (2018) ovakav način organiziranja smatraju korisnim jer vraća čitatelja na glavne probleme istraživanja te se stvara koherentnost prikazanih rezultata.

Intervju je podijeljen na dva glavna dijela, a u nastavku rada daje se pregled odgovora ispitanika po cjelinama, sukladno redosljedu postavljanja pitanja. Prvi dio intervjuja obuhvaćao je pitanja vezana uz postojeće kulturne potencijale, razvoj kulturnog turizma, uključivanje lokalnog stanovništva u razvoj turizma, najznačajnija emitivna tržišta, kao i izazove i prepreke turističkog razvoja na području njihovog djelovanja. Drugi dio odnosi se na konkretne aktivnosti koje poduzimaju intervjuirane turističke zajednice u cilju promicanja i podržavanja razvoja kulturnog turizma.

Potencijali za razvoj kulturnog turizma

Područja na kojem djeluju TZ Dravski Peski i TZ Središnja Podravina nalaze se u istoj županiji te posjeduju relativno slične turističke resurse. Kada je riječ

o kulturnim resursima, sličnosti se ogledaju u umjetnosti, galerijama i muzejima, kao i posvećenosti tradicionalnim elementima svakodnevnog života, gastronomiji te običajima i zanatima. Međutim, kulturni turizam i srodni oblici turizma nisu glavni turistički proizvod na području TZ-a Dravski Peski, čiji su turistički napori usmjereni na prirodne potencijale, što se može prepoznati iz samog naziva TZ-a. S druge strane, TZ Središnja Podravina kulturni turizam smatra svojim glavnim turističkim proizvodom te svojom najvećom snagom za pozicioniranje na turističkom tržištu. Kada je riječ o najistaknutijim kulturnim i kulturi srodnim turističkim resursima, područje TZ-a Središnja Podravina ističe naivnu umjetnost (Hlebinska slikarska škola), nematerijalnu kulturnu baštinu (Podravska mazanica i prkači), stare zanate (ispiranje zlata na rijeci Dravi, pranje rublja i platna, čehanje perja), galerije i etno kuće. TZ Dravski Peski kao glavne turističke resurse ističe tradicijske nošnje, plesove, galerije, muzeje i privatne zbirke te poznate osobe iz umjetnosti i glazbe (Blaž Lenger, Ivan Lacković Croata itd.).

Uključenost lokalnog stanovništva u promociju i razvoj kulturnog turizma

Lokalno stanovništvo važan je dionik u razvoju turizma na ruralnom području. Bez njihove potpore gotovo je nemoguće razviti perspektivan turistički proizvod. Ista situacija je i kod razvoja kulturnog turizma na ruralnom području. Povijesno gledano, nijedna kulturna turistička destinacija ne bi posjedovala postojeće kulturno-povijesne resurse da lokalno stanovništvo u određenom trenutku u prošlosti nije sudjelovalo u izgradnji i stvaranju takvih dobara. Način života, znanja, tradicija i običaji stanovništva u velikoj mjeri obogaćuju turističku ponudu stvarajući autentično i jedinstveno iskustvo za svakog posjetitelja. Stoga je ispitanicima bilo postavljeno pitanje vezano uz poticanje lokalnog stanovništva u sudjelovanju u promociji kulturnog, ali i turizma općenito. Na području TZ-a Središnja Podravina lokalno je stanovništvo uključeno u turistički razvoj preko raznih projekata i događanja. Navode kako je lokalno stanovništvo izrazito ponosno na svoju baštinu i tradiciju te da su aktivni zaljubljenici u kulturni turizam često uključeni u aktivnosti vezane uz to područje. Potiče ih se i prezentacijom lokalne tradicije posjetiteljima. TZ Dravski Peski lokalno stanovništvo potiče radionicama i primjerima iz prakse. Istaknuta je i činjenica kako jedan od budućih planova uključuje i studijsko putovanje svih turističkih dionika s prostora navedene turističke zajednice te kako su svi oni uključeni u izlete i manifestacije koliko god je to moguće.

Očuvanje kulturnih resursa održavanjem događanja i manifestacija

Događanja i manifestacije važan su dio turističke ponude svake destinacije.

Osim prezentacije pojedinih potencijala i vrijednosti nekog područja, interakcijom i aktivnim sudjelovanjem moguće je povezati lokalno stanovništvo i sve važne dionike u turizmu i povezanim djelatnostima. Obje turističke zajednice podržavaju očuvanje kulturno-povijesnih i tradicijskih resursa održavanjem događanja i manifestacija. Na području TZ-a Središnja Podravina održava se nekoliko događanja i manifestacija vezanih uz kulturu, umjetnost, povijest, gastronomiju, tradiciju i sl. Primjerice, „Virovska prkačijada“ je međunarodni festival izvornih kolača, „Šetnja kroz naivu u Hlebinama“ interaktivna je i edukativna manifestacija na kojoj je moguće saznati više o hrvatskoj naivnoj umjetnosti, bogatoj nematerijalnoj kulturnoj baštini, umjetničkoj baštini, starim zanatima i povijesnim legendama. Za vrijeme trajanja manifestacije otvorene su sve galerije i ateljei umjetnika, a mještani cijelom glavnom ulicom postavljaju svoje vrijedne zbirke. „Dani rakije“, manifestacija koja za cilj ima prikazati tradicionalan način pečenja rakije te degustaciju domaćih, tradicionalnih jela poput čurki sa zeljem, kobasica, čvaraka i sl., još je jedno važno događanje na području TZ-a Središnja Podravina koje doprinosi očuvanju bogatih običaja starih Podravaca. Područje TZ-a Dravski Peski obiluje prirodnim resursima, a aktivan odmor te boravak u čistoj i očuvanoj prirodi predstavljaju glavne turističke snage ovoga kraja. Međutim, turistička ponuda je proširena stvaranjem i kreiranjem nove aktivnosti koja je prirodnu baštinu povezala s povijesnim i tradicijskim elementima. Projekt naziva „Istraži povijest područja Dravski Peski“ za glavnu temu ima povijest i kulturu destinacije, a kao takav je iskorišten za tematizaciju biciklističkih i pješačkih ruta. Glavna emitivna tržišta područja TZ-a Središnja Podravina su Slovenija, Mađarska i Njemačka, dok područje TZ-a Dravski Peski u kontekstu kulturnih motiva najčešće posjećuju isključivo domaći turisti.

Izazovi i prepreke razvoja kulturnog turizma na ruralnim područjima

Nadalje, istraživanjem je bilo važno utvrditi i što ispitanici smatraju glavnim izazovima i preprekama razvoja kulturnog turizma na ruralnom području. Izdvojeno je pet glavnih problema s kojima se suočavaju turističke zajednice, ali i ostali dionici te lokalno stanovništvo. Ispitanici smatraju da je kulturni turizam nedovoljno zastupljen i istaknut kao važan oblik turizma, posebno kada je riječ o kontinentalnoj Hrvatskoj. Iako taj prostor obiluje kulturno-povijesnim resursima, još uvijek nije stavljen dovoljan naglasak na razvoj takvog oblika turizma, kao ni što nisu iskorištene sve mogućnosti njegove promocije na važnim emitivnim tržištima. Nedostatak financijskih sredstava stvara veliki problem kada je riječ o razvoju novih turističkih proizvoda, a sporom turističkom razvoju doprinosi i činjenica da lokalno stanovništvo ne prepozna-

je potencijal koji njihovo područje ima, a što izravno dovodi i do nedovoljnog prepoznavanja mogućnosti razvoja kulturnog turizma na ruralnom području. Ruralna područja Republike Hrvatske, pa tako i Podravine, u zadnjih se dvadesetak godina suočavaju s iseljavanjem stanovništva. Posebno je riječ o mladom stanovništvu koje nakon školovanja ostaje u većim gradovima ili odlazi u inozemstvo. U selima većinom prevladava starija populacija koja svoja znanja o starim zanatima, tradiciji i običajima nema kome prenijeti. Mlađe generacije koje ipak odluče ostati u ruralnim područjima većinom nisu zainteresirane za aktivno uključivanje u turističku djelatnost. Sve navedeno dovodi do izumiranja mnogih tradicijskih vrijednosti i važnih kulturno-povijesnih elemenata.

Povezivanje i integriranje kulturnog turizma u turistički proizvod destinacije

Kako bi se neka destinacija bolje plasirala na turističkom tržištu važno je stvarati integrirani turistički proizvod. Spajanjem nekoliko oblika turizma kreira se privlačan i zanimljiv sadržaj kojim je moguće objediniti nekoliko motiva zbog kojih posjetitelji žele posjetiti određeno mjesto. Područje TZ-a Središnja Podravina kulturni turizam spaja s avanturističkim i vjerskim turizmom. Na tom području postoji veliki broj vrijednih sakralnih objekata i svetišta uz koja su vezane brojne predaje i legende. Najpoznatiji je takav objekt župna crkva Uznesenja Blažene Djevice Marije u Molvama i čudotvorni kip Majke Božje Molvarske. Ističu se i župna crkva svetog Martina u Virju, župna crkva svete Katarine u Hlebinama, kip svetog Ambrozija, crkva Rastanka svetih apostola u Novigradu Podravskom, crkva Sveta tri kralja u Goli itd. S druge strane, na području TZ-a Dravski Peski kulturni je turizam povezan s eno-gastronomskim turizmom.

Ostvarivanje suradnje i partnerstva

Kako bi se kulturni turizam mogao neometano razvijati, a samim time i zaštitila sva kulturna dobra i resursi koje neko područje posjeduje, važno je ostvarivati dobru suradnju i partnerstvo s ostalim dionicima u turizmu. TZ Središnja Podravina suradnju u području kulturnog turizma ostvaruje s TZ-om grada Koprivnice. Osim što navedene turističke zajednice graniče, povezuje ih i slična kulturna turistička ponuda koja obuhvaća umjetnost, bogatu povijest i privlačne kulturne manifestacije. TZ Dravski Peski svoju suradnju ostvaruje s TZ-om grada Đurđevca te Kućom Petra Preradovića koja se nalazi u Grabrovnicu, mjestu na području Općine Pitomača i rodnom mjestu pisca Petra Preradovića.

Aktivnosti TZ-a u promicanju i podržavanju razvoja kulturnog turizma

U nastavku su prikazani rezultati istraživanja drugog dijela intervjua koji se odnose na aktivnosti koje turističke zajednice poduzimaju na području svog djelovanja. Ispitanicima je ponuđeno 11 aktivnosti, a pomoću Likertove ljestvice s pet stupnjeva intenziteta ocijenjeno je u kojoj mjeri rade na navedenim aktivnostima, u odnosu na sve ostale aktivnosti koje poduzimaju na području svog djelovanja te njihovu prioritetnost u cilju očuvanja kulturne baštine na ruralnom području. Ocjenom pet označene su aktivnosti koje su izraziti prioritet te koje se poduzimaju više od svih drugih aktivnosti.

Tablica 1. Stupanj poduzimanja aktivnosti i njihova prioritetnost na prostoru ispitanih turističkih zajednica

Aktivnost	TZ Središnja Podravina	TZ Dravski Peski
Projekti fokusirani na zaštitu autohtonih proizvoda (poljoprivredni proizvodi, vina i sl.)	4	4
Projekti fokusirani na očuvanje tradicionalnih obrta i djelatnosti	5	4
Razvijanje tematskih kulturnih itinerera	4	4
Stvaranje jedinstvenosti i konkurentske prednosti područja na temelju kulturno-turističke ponude	4	5
Poticanje privatnog poduzetništva u razvijanju proizvoda koji će nadopuniti postojeću kulturnu ponudu	3	5
Uspostavljanje partnerstva za marketing kulturno-turističkih atrakcija	5	5
Obrazovanje kulturnih poduzetnika za turizam	4	5
Poticanje lokalnog stanovništva u prezentaciji starih zanata, znanja i običaja	5	5
Unaprjeđenje sustava promocije i distribucije kulturno-turističkog proizvoda	4	5
Ulaganja u restauraciju objekata materijalne kulturne baštine	4	5
Izgradnja centara za posjetitelje i/ili suvremenih muzeja, kao i ulaganja u postojeće muzeje i galerije	4	5

Izvor: izrada autora prema provedenom istraživanju

TZ Središnja Podravina svoje napore najviše ulaže u projekte fokusirane na očuvanje tradicionalnih obrta i djelatnosti. Budući da je kulturni turizam njihov glavni turistički proizvod, konstantna ulaganja u ovom području nužna su jer bez takvih resursa nije moguće stvoriti interesantnu turističku ponudu koja će privlačiti veći broj turista. Nadalje, važnim smatraju i uspostavljanje partnerstva za marketing kulturno-turističkih atrakcija. Budući da je prethodno spomenuto kako navedena turistička zajednica ostvaruje dobru suradnju s TZ-om grada Koprivnice, moguće je zaključiti kako se najveći dio suradnje ostvaruje na području umjetnosti i povijesti. Navedena aktivnost istaknuta je kao prioritetna i kod TZ-a Dravski Peski.

Objektive turističke zajednice smatraju izrazito važnim poticanje lokalnog stanovništva u prezentaciji starih zanata, znanja i običaja. Pojam lokalnog stanovništva provlači se tijekom cijelog istraživanja, iako je naglasak isključivo na kulturnoj baštini. Međutim, osim što bez suradnje lokalnog stanovništva nije moguće razvijati turizam na ruralnom području, svi materijalni i nematerijalni potencijali nekog ruralnog kraja nemaju toliku vrijednost ako ih turistima nisu izravno prezentirali i predstavili oni koji su ih stvorili i koji ih koriste u svakodnevnom životu – lokalno stanovništvo. TZ Dravski Peski pokušava stvoriti i jedinstvenost i konkurentsku prednost na temelju kulturno-turističke ponude te potiče privatno poduzetništvo u razvijanju proizvoda kako bi se nadopunila kulturna turistička ponuda. Prioritet je i obrazovanje kulturnih poduzetnika za turizam, unaprjeđenje sustava promocije i distribucije kulturno-turističkog proizvoda, ulaganja u restauraciju objekata materijalne kulturne baštine, kao i izgradnja centara za posjetitelje i/ili suvremenih muzeja, kao i ulaganja u postojeće muzeje i galerije.

4. ZAKLJUČAK

Očuvana kulturna baština vrijedan je resurs za razvoj turizma na ruralnom području. Bez obzira je li riječ o materijalnoj ili nematerijalnoj kulturnoj baštini, takve turističke atrakcije mogu generirati gospodarske koristi. Iako su ruralna područja jedna od najizazovnijih za razvoj turizma, mnogi specifični oblici turizma podržavaju njihovu udaljenost od većih naselja i moguću prometnu izoliranost. Takva pozicija turističke destinacije također može pogodovati kulturno-ruralnom turizmu jer su narodna kultura, običaji i tradicija bolje sačuvani kada je mjesto izoliranije. Potražnja posjetitelja za jedinstvenim i autentičnim iskustvima u stalnom je porastu, stoga je važno prepoznati, razvijati i na odgovarajući način organizirati kulturne resurse.

Temeljem dobivenih rezultata provedenog empirijskog istraživanja, mogu-

će je zaključiti da se na području TZ-a Središnja Podravina i TZ-a Dravski Peski razvija kulturni turizam kojim se izravno štiti i čuva materijalna i nematerijalna kulturna baština ovog ruralnog kraja. Iako su kulturni resursi ispitanih područja relativno slični, TZ Središnja Podravina više je fokusirana na takav turistički razvoj, dok se TZ Dravski Peski više usmjerava na razvoj specifičnih oblika turizma temeljenih na prirodnim resursima. Tu je činjenicu bilo važno utvrditi na samom početku istraživanja kako bi se daljnji rezultati mogli usporediti u tom kontekstu.

Lokalno stanovništvo njeguje svoje običaje, tradicionalna jela, narodne nošnje, plesove i pjesme, ali ova područja karakterizira i svjetski poznata hrvatska naivna umjetnost. Muzeji i galerije primarni su način očuvanja takvih vrijednosti, a ljudima se približavaju i pomoću različitih radionica. Manifestacije i događanja također su jedan od načina na koje se može sačuvati kulturna baština, posebno nematerijalna, na ruralnom području. Međutim, najvažnija je spoznaja lokalnog stanovništva o vrijednostima i bogatstvu kulturnih potencijala njihovog kraja te stalnim naporima i ulaganjima u postojeće resurse, aktivnom i dobrom suradnjom s važnim dionicima i podržavanju lokalnog stanovništva da se aktivno uključi u turističku djelatnost jer je bez njihove podrške i odobravanja razvoj turizma na ruralnom području gotovo nemoguć.

Provedeno istraživanje eksplorativnog je karaktera, stoga bi buduća istraživanja primarno trebala uključiti veći broj ispitanika u istraživanju, iz različitih sfera (predstavnici TZ-a, lokalne uprave, lokalnog stanovništva, turističkih subjekata i sl.) i ruralnih područja s različitim stupnjem turističkog razvoja, a koje bi bilo poželjno usporediti s obzirom na uključene dionike i ruralna područja.

LITERATURA:

1. Baćac, R., Katica, D., Kušen, E., Sudarić, T., Tubić, D. (2021). Istraživanje: Kulturne rute – inovativni alat u razvoju i povećavanju atraktivnosti ruralnih područja, https://klubselo.hr/images/uploads/142/istrazivanje_kulturne_rute_-_tur_kultur.pdf
2. Chen, Z., Ren, X., Zhang, Z.: Cultural heritage as rural economic development: Batik production amongst China's Miao, *Journal of Rural Studies*, 81, 2021., 182.-193.
3. Cohen, L., Manion, L., Morrison, K. (2018). *Research Methods in Education*. Routledge
4. Cole, S. (2005). Cultural Tourism, Community Participation and Empowerment. U: M. Smith i M. Robinson (Eds.) *Cultural Tourism in a*

Changing World: Politics, Participation and (Re)presentation, Channel View Publications: Clevedon, <https://doi.org/10.21832/9781845410452-008>

5. Demonja, D., Baćac, R. (2012). Baština i tradicija u oblikovanju turističke ponude na ruralnom prostoru Hrvatske. *Podravina: časopis za multidisciplinarna istraživanja*, 11(21), 205-218.
6. Du Cros, H., McKercher, B. (2015). *Cultural Tourism, second edition*. Routledge: New York
7. Dujmović, M. (2014). *Kultura turizma*. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli: Pula
8. Đurkin, J., Perić, M., Kljaić Šebrek, J. (2017). Addressing organisational challenges of cultural
9. tourism in rural areas through community-based tourism model. *ToSEE – Tourism in Southern and Eastern Europe*, 4, 145-157, <https://doi.org/10.20867/tosee.04.29>
10. Garau, C. (2015). Perspectives on cultural and sustainable rural tourism in a smart region: the case study of Marmilla in Sardinia (Italy). *Sustainability*, 7 (6), 6412-6434., <https://doi.org/10.3390/su7066412>
11. Geić, S. (2011). *Menadžment selektivnih oblika turizma*. Sveučilište u Splitu: Split
12. George, E. W., Mair, H., Reid, D. G. (2009). *Rural Tourism Development: Localism and Cultural Change*. Channel View Publications: Toronto
13. Grgić, I., Hadelan, L., Krznar, S., Zrakić, M. (2017). Could rural tourism revitalize rural areas in Croatia?. *Agroeconomia Croatica*, 7(11), 98-108., <https://doi.org/10.22004/ag.econ.265809>
14. Institut za turizam (2008). TOMAS Kulturni turizam 2008 - Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Zagreb
15. Institut za turizam (2011). TOMAS ljetno 2010 – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Zagreb
16. Institut za turizam (2019). TOMAS Hrvatska 2019 – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Zagreb
17. Ma, X., Wang, R., Dai, M., Ou, Y. (2020). The influence of culture on the sustainable livelihoods of households in rural tourism destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 29 (8), 1235-1252., <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1826497>
18. MacDonald, R. M., Jolliffe, L. (2003). Cultural rural tourism: Evidence from Canada, *Annals of Tourism Research*, 30 (2), 307-322., [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00061-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00061-0)
19. Sánchez-Martín, J. M., Gurría-Gascón, J. L., García-Berzosa, M. J.: The Cultural Heritage and the Shaping of Tourist Itineraries in Rural Areas: The

- Case of Historical Ensembles of Extremadura, Spain, *International Journal of Geo-Information*, 9 (4), 2021., str. 1-29.
20. Perrottel, T. (2002). *Route 66 AD: On the Trail of Ancient Roman Tourists*. Random House: Sidney
 21. Prohaska, S. (1995). Trends in Cultural Tourism. U: M. Conlin, T. Baum (eds.) *Island Tourism: Management Principles and Practice*, Wiley: London
 22. Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21., <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
 23. Titilina, F. D.: Cultural Tourism Potential, as Part of Rural Tourism Development in the North-East of Romania, *Procedia Economics and Finance*, 23, 2015., str. 453-460.
 24. Turistička zajednica Dravski Peski, 2023., dostupno na: <https://dravskipeski.hr/> (17.4.2023.)
 25. Turistička zajednica Središnja Podravina, 2023., dostupno na: <https://tzp-sredisnja-podravina.hr/> (17.4.2023.)
 26. Weber, S., Mikačić, V. (2007). *Osnove turizma*. Školska knjiga: Zagreb

ULOGA MALIH OBITELJSKIH HOTELA U ODRŽIVOM RAZVOJU RURALNIH PODRUČJA

Izvorni znanstveni rad

Sanela Grujo Vrkljan

Institut za turizam
Vrhovec 5
Zagreb
sanela.grujo.vrkljan@iztztg.hr

Marcela Galeković

Veleučilište Aspira
Hainzelova 62
Zagreb
mgalekovic1@gmail.com

Sažetak

Mali obiteljski hoteli zrcala su autentičnosti ponude turističkih destinacija u kojima se nalaze te mogu biti jedan od ključnih pokretača i nositelja revitalizacije i održivosti ruralnih područja. Mogu u svoje lance nabave uključiti lokalne, regionalne i nacionalne proizvode i usluge, doprinijeti očuvanju primarnih prehrambenih proizvodnji, kulturno-povijesne baštine, a time posljedično utjecati na viši životni standard, sprečavanje odljeva stanovništva iz ruralnih područja, povećanje multiplicirajućih čimbenika ekonomskih učinaka turizma te skraćivanjem lanaca nabave doprinijeti smanjenju negativnog utjecaja turizma i prometa na okoliš. Sve su to uvjeti održivosti. Razvoj i održivost ruralnih područja i poljoprivredne djelatnosti neka su od ključnih područja razvojnih politika Europske unije te se i ovim znanstvenim radom nastojalo doprinijeti tome. Za potrebe ovoga rada, ruralna područja u Republici Hrvatskoj identificirana su temeljem OECD-ove klasifikacije koja se temelji na gustoći naseljenosti stanovništva i udjelu stanovnika koji žive u ruralnim sredinama u ukupnom broju stanovnika regije te je obuhvaćeno 16 županija klasificiranih kao ruralne u kojima preko 50 % stanovnika živi u ruralnim područjima. Mali obiteljski hoteli određeni su brojem smještajnih jedinica, 5 do 50 smještajnih jedinica te uključenosti članova obitelji u vlasništvo ili upravljanje ili poslovanje. Iako bi po svojoj prirodi mogli raditi cijelu godinu, manje od 60 % hotela koji su se odazvali istraživanju tako radi, a gotovo 90 % ih nudi

samo uslugu noćenja s doručkom. Ovi rezultati ne idu u prilog vođenju strateške, održive politike razvoja ruralnih područja. Rad se primarno bavi analizom čimbenika koji kao prepreke utječu na održivost i uspješnost njihovog poslovanja. Istraživanje je provedeno *online* anketnim upitnikom. Ukupno je prikupljeno 34 odgovora vlasnika, odnosno voditelja malih obiteljskih hotela smještenih u hrvatskim ruralnim područjima. Kao najveće prepreke njihovoj održivosti i uspješnijem poslovanju identificirani su: nedostatak radne snage, nedostatak podrške lokalne zajednice / turističke zajednice i lokalne samouprave, nedostatnost financijskih sredstava za održavanje i podizanje kvalitete ponude, fiskalna i parafiskalna davanja, nedostatak turističke ponude izvan hotela i drugo.

Ključne riječi: mali obiteljski hoteli, uspješnost poslovanja, ruralna područja, ruralni turizam, održivost

THE ROLE OF SMALL FAMILY HOTELS IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RURAL AREAS

Abstract

Small family hotels reflect the authenticity of the tourist offer and can be one of the key drivers for the revitalization and sustainability of rural areas. They can incorporate local, regional, and national products and services into their supply chains, contribute to the preservation of primary food production and cultural and historical heritage, thus influencing higher standards of living, prevent population out-migration from rural areas, increase the economic multiplier effects of tourism and, by shortening supply chains, help reduce the negative impact of tourism and transport on the environment. These are all conditions for sustainability. The development and sustainability of rural areas and agricultural activities are some of the key areas of the European Union's development policies. This scientific paper also tries to contribute to them. For this paper, rural areas in the Republic of Croatia were identified based on the OECD classification, population density, and the share of residents living in rural areas in the total number of residents of the region and include 16 regions classified as rural, where more than 50% of the population lives in rural areas. Small family hotels are determined by the number of rooms (five to 50) and the involvement of family members in ownership, management, or operation. Although they could work all year round, less than 60% of the hotels that responded to the survey do so, and nearly 90% of them offer only bed and breakfast services. These results do not speak in favor of strategic, sustainable rural development. The paper primarily analyzes the factors that are obstacles that affect sustainability and business performance. The research was conducted using an online questionnaire. A total of 34 responses were collected from owners or managers of small family hotels located in rural areas of Croatia. Lack of employees, support from the local community – tourist board and local government, insufficient financial resources to maintain and improve the quality of the offer, tax and parafiscal burdens, lack of tourist offer outside the hotel, and other factors were identified as the biggest obstacles to sustainability and business performance of small family hotels.

Keywords: small family hotels, business performance, rural areas, rural tourism, sustainability

1. UVOD – RURALNI TURIZAM KAO OKOSNICA ODRŽIVOSTI RURALNIH PODRUČJA

Gregory i sur. (2009.) navode da ruralna područja obuhvaćaju područja gdje dominiraju poljoprivreda i šumarstvo, mala naselja manje centralizacije s izraženom povezanosti pejzaža kojeg većina percipira kao ruralna, područja koja potiču stil življenja koji uvažava okoliš i vlastiti život. Tubić (2019.) u određenje pojma ruralnog područja uključuje i običaje i seoski identitet, odnosno kulturno-društvena obilježja. Koščak (2020.) opisuje ruralni prostor kao izvor hrane, zaliha vode, energije, šume, metala, minerala i ostalih resursa koji omogućuju život te prostor s izuzetnim, netaknutim prirodnim i životinjskim bogatstvima, kulturnom baštinom te tzv. živom baštinom, u obliku načina svakidašnjeg života ljudi tijekom stoljeća te navodi kako je ruralni prostor strateški važan i zbog promocije vlastite poljoprivredne i ekološke proizvodnje, kvalitetne i autentične gastronomije, različitih i inovativnih smještajnih kapaciteta, brojnih iskustava koje nudi prirodno okruženje te žive baštine, odnosno onoga što leži u svakodnevici ljudi, njihovoj kulturi i svakidašnjem životu. Katalog „Ruralni turizam Hrvatske“ (2015.) ističe kako je ruralni turizam utemeljen na prirodnim resursima: nacionalnim parkovima, parkovima prirode, krajolicima suhozida, vinograda, maslinika te narodnoj kulturi: tradicijskom graditeljstvu, obrtima, kulinarnstvu, rukotvorstvu, folkloru i legendama. Krajinović, Čičin-Šain i Predovan (2011.) kao ključni čimbenik uspjeha ruralnog turizma, između ostalih, ističu multidisciplinarni pristup uključivanjem ekonomskih, ekoloških, socijalnih i kulturoloških čimbenika. Iz navedenog bismo mogli zaključiti da ruralni turizam postaje odgovor na pitanje razvoja i održivosti ruralnih područja.

Eurofoundova (2020.) analiza kvalitete života u ruralnoj Europi pokazuje da u Bugarskoj, Hrvatskoj i Rumunjskoj 40 % ruralnih stanovnika prijavljuje financijske poteškoće. Analiza razlike kvalitete života u ruralnim i urbanim područjima iz 2014. godine (Eurofound) pokazuje da je u nekim državama Europske unije (Hrvatska, Cipar, Danska, Finska, Mađarska) kvaliteta života niža u ruralnim područjima, dok neke druge države (Francuska, Austrija, Njemačka, Irska) ocjenjuju nižom kvalitetu života u urbanim područjima. Budući da je više od 90 % teritorija Europske unije ruralno područje, ne čudi da je u različitim politikama, programima i vezanim financijskim potporama Europske unije naglašena važnost koncepta teritorijalne kohezije i uloge koju strateški sektor poput turizma može imati u provedbi tog koncepta (Camatti i sur., 2022.).

Iako se u administrativne svrhe podjela na urbana i ruralna područja određuje primarno postojanjem gradova kao urbanih cjelina, a općina kao ruralnih cjelina, odnosno područja (Miljenović, Kokorić i Berc, 2016.), a da u Republi-

ci Hrvatskoj neke općine imaju više stanovnika od nekih gradova, za potrebe ovoga rada uzeta je klasifikacija OECD-a (engl. *Organization for Economic Cooperation and Development*). Metodologija OECD-a (2011.) sastoji se od tri glavna koraka:

1. Prvi korak sastoji se u klasificiranju „lokalnih jedinica“ (administrativnih jedinica na geografskoj razini nižoj od TL3) kao ruralnih ako je njihova gustoća naseljenosti ispod 150 stanovnika po kvadratnom kilometru.

2. Drugi korak sastoji se od združivanja ove niže razine (lokalnih jedinica) u TL3 regije i klasificiranja kao „pretežno urbano“, „srednje“ i „pretežno ruralno“ koristeći postotak stanovništva koje živi u ruralnim lokalnim jedinicama. Regije TL3 klasificiraju se kao:

- pretežno urbane – udio stanovništva u ruralnim lokalnim jedinicama ispod 15 %
- srednje – udio stanovništva koje žive u ruralnim lokalnim jedinicama između 15 % i 50 %
- pretežno ruralne – udio stanovništva u ruralnim lokalnim jedinicama veći od 50 %.

3. Treći korak uzima u obzir veličinu urbanih centara sadržanih u regijama TL3 i prilagođava klasifikaciju. Regija klasificirana kao „pretežno ruralna“ prema 1. i 2. koraku postaje srednja ako sadrži urbano središte s više od 200 000 stanovnika koji predstavljaju najmanje 25 % regionalnog stanovništva. Regija klasificirana kao „srednja“ prema 1. i 2. koraku postaje „pretežno urbana“ ako sadrži urbano središte s više od 500 000 stanovnika koji predstavljaju najmanje 25 % regionalnog stanovništva.

Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine Republike Hrvatske navodi kako je ruralni turizam nisko percipiran i nedovoljno profiliran, dominantno vezan za kontinentalnu Hrvatsku i zaleđe u primorskim županijama te da je ponuda ruralnog turizma na razini Hrvatske slabo razvijena. S obzirom na potencijal ruralni se turizam navodi kao jedan od oblika diversificirane ponude turizma, pri čemu se ističe potrebitost veće kohezije ekonomskih politika kako bi se iskoristili ukupni pozitivni učinci turizma na ukupno gospodarstvo. Ruralni turizam često ima primarno uporište i početni razvoj u obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima (dalje: OPG), odnosno agroturizmu kao užem pojmu. Iako se ruralni prostori uglavnom vežu uz poljoprivredne djelatnosti i poljoprivredna gospodarstva, poput farmi i nasada, da bi mogli odgovoriti na zahtjeve turističkog tržišta, oni moraju ponuditi više od same poljoprivredne djelatnosti. Mogu ponuditi:

- uslugu smještaja u malim obiteljskim hotelima, oživljenim dvorima i tvrđavama, obiteljskom smještaju, kampovima, glamovima i slično
- gastronomski doživljaj baziran na lokalnoj i sezonskoj hrani, ponudi vina, rakija i drugih lokalnih napitaka iz kućnih radinosti OPG-a
- različite aktivnosti poput jahanja (konjički klub), biciklizma (najam i čuvanje opreme, servis, biciklističke staze i dr.), hodanja po prirodi (staze, mape i dr.), penjanja po stijenama, planinarenja, ribolova, lova, raftinga i kanuinga, promatranja ptica i slično
- sudjelovanje u aktivnostima domaćina poput sadnje i berbe, preradi vačkih procesa, pripreme jela i pića od ubranih namirnica i slično
- upoznavanja tradicijskih obrta i sudjelovanje u radionicama
- wellness i fitness sadržaja i drugo.

Svrha je ovakvih sadržaja privući turiste i osigurati njihovo višednevno zadržavanje obogaćivanjem njihovog doživljaja. Osim ruralnog turizma da bi se ruralna područja mogla razvijati i rasti, nužno je osigurati spremnost infrastrukture, primarno prometne povezanosti, javni prijevoz, turističku signalizaciju, uređenje cesta, biciklističkih i pješačkih staza, zatim izradu destinacijske ponude kulturno-povijesne baštine, eno-gastro ponude, izleta i kružnih putovanja koja će biti prezentirana odgovarajućim digitalnim medijima i kartama. Da bi se to realiziralo, ključna je suradnja svih dionika nekog ruralnog područja i šire, od lokalnog stanovništva i OPG-a kao polazišta do lokalnih obrtnika i poduzetnika, lokalne samouprave, lokalnih turističkih zajednica i drugih dionika.

Prednosti razvoja ruralnog turizma su: ravnomjerniji regionalni razvoj države, samozapošljavanje i zapošljavanje lokalnog stanovništva, podizanje razine životnog standarda lokalnog stanovništva, sprječavanje odljeva lokalnog stanovništva i pozitivan utjecaj na natalitetnu politiku, obnova objekata, područja i manifestacija značajnih povijesnih, kulturnih, prirodnih vrijednosti, poštovanje plasmana autohtonih i tradicijskih proizvoda hrvatskog sela, prije svega svježih i sezonskih poljoprivrednih proizvoda u ugostiteljstvu, uz kratke lance nabave i drugo. S druge strane, slabosti i prijetnje razvoja ruralnog turizma su: nedostatak zajedničke vizije turističkog ruralnog razvoja potencijalnih ruralnih destinacija, nedostatak prepoznatljivosti turističkog ruralnog identiteta Hrvatske ili pojedinih regija, nedovoljno snažna percepcija ruralnog turizma kao pokretača razvoja i održivosti ruralnih područja, neadekvatna valorizacija ruralnih resursa i potencijala u turističke svrhe, nedostatak suradnje javnog i privatnog sektora u pružanju zaokruženog ruralnog doživljaja turistima te suradnje na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini te isprepletenost ingerencija pojedinih ministarstava čija je uključenost nužna za razvoj ruralnog turizma, nedostatak hotela s ponudom više od noćenja s doručkom,

spa/wellness sadržaja, nedostatak znanja i kompetentnih pojedinaca koji bi inicirali i upravljali turističkim razvojem, nedovoljno poticajno financijsko tržište za razvoj ruralno-turističkih projekata i drugo.

Konkurentnost i održivost ruralne destinacije u konačnici se mjeri konkurentnošću i održivošću poslovnih subjekata na njezinom području te životnim standardom lokalnog stanovništva. Ovaj rad analizira je li primjena ekonomskih, društvenih i okolišnih čimbenika na nužnoj razini za održivost poslovanja malih obiteljskih hotela u ruralnim područjima i samih ruralnih područja s obzirom na potencijal razvoja ruralnog turizma u Republici Hrvatskoj te identificira glavne prepreke uspješnijem poslovanju malih obiteljskih hotela. Ciljevi rada su:

- identificirati glavne prepreke uspješnijem poslovanju malih hotela
- identificirati postoji li i u kojim dijelovima prostor za unapređenje ekonomske, društvene i prirodne održivosti malih obiteljskih hotela i ruralnih područja u kojima se nalaze
- dati smjernice rasta i razvoja malih obiteljskih hotela u ruralnim sredinama.

2. MALI OBITELJSKI HOTELI U RURALNIM PODRUČJIMA

Ruralni turizam potiče rast manjih smještajnih objekata (Ye, Xiao i Zhou, 2019.) i manjih tvrtki i obrta drugih djelatnosti. Mali smještajni objekti čine temeljnu uslugu i glavninu smještajnih kapaciteta u većini ruralnih destinacija, igrajući centralnu ulogu u razvoju ruralnog turizma, smanjenju siromaštva i ruralnoj revitalizaciji (Komppula, 2014.). Njihov rast karakterističan je u ranim fazama razvoja ruralnih destinacija, pri čemu se domovi pretvaraju u komercijalne objekte, najčešće kao privatni smještaj ili pansion, s tendencijom rasta i razvoja prema malim hotelima. Malim smještajnim objektima pristupa se kao malim obiteljskim poslovima i poslovima karakteriziranim poduzetničkom inicijativom (Lynch, 2005.). Obiteljski posao podrazumijeva obiteljsko vlasništvo, upravljanje ili uključenost članova obitelji u poslovanje hotela. S tog gledišta mali se hoteli mogu smatrati poduzetničkom inicijativom te će ovisiti o entuzijazmu, znanju i vještinama vlasnika, odnosno voditelja. Poseban standard „mali obiteljski hotel“ nije prepoznat u hrvatskom zakonodavstvu te je pojmovnom određenju najbliži standardu „mali i prijateljski hotel“, a određen je brojem smještajnih jedinica, 5 do 50 smještajnih jedinica. Iako bi po svojoj prirodi mogli raditi cijelu godinu, manje od 60 % hotela koji su se odazvali istraživanju tako radi, a gotovo 90 % ih nudi samo uslugu noćenja s doručkom. Ovi rezultati ne idu u prilog vođenju strateške, održive politike

razvoja ruralnih područja. Strateški bi cilj trebao biti rast malih obiteljskih hotela u ruralnim sredinama, ali i pametno osmišljavanje središta ruralnih mjesta oko ovakvih hotela, suradnje i umreženosti svih zainteresiranih dionika, direktno ili indirektno kreirajući tako niz multiplikativnih učinaka turizma.

Mali hoteli ogledala su lokalnih sredina u kojima se nalaze te su izvrstan medij za prenošenje autentičnosti turističke ponude individualiziranim, diferenciranim i fleksibilnim pristupom, što su zahtjevi modernih gostiju (Vrkljan, 2014.). Na globalnom tržištu usluge manjih tvrtki, paradoksalno, sve su cjenjenije i traženije (Vrkljan, 2013.). Cjelogodišnji su turistički proizvod i idealan odgovor na zahtjeve turista koji traže autohton doživljaj, individualnu uslugu, bijeg iz svakodnevice i suživot s domaćinom. Turisti danas u bijegu iz urbanih sredina, užurbanog života i u potrazi za digitalnom „detoksikacijom“ biraju ruralne sredine tragajući za autohtonim vrijednostima, prirodnim ljepotama, bogatom gastronomijom, upoznavanjem kulture drukčije od vlastite. Sve to zahtijeva određeni stupanj kontakta i bliskosti s domaćinom u prirodnom, društvenom i kulturnom kontekstu čime se gostoljubivost potvrđuje u pravom smislu riječi. Prema istraživanju stavova i potrošnje turista TOMAS Hrvatska 2019. udio gostiju koji su motivirani posjetom ruralnim područjima visoko je obrazovan i ima primanja kućanstva iznad tri tisuće eura.

Iako mali obiteljski hoteli u ruralnim sredinama svoje poslovanje temelje na danom blagostanju, primarno prirodnim ljepotama područja u kojem se nalaze, rezultat poslovanja zahtijeva i poznavanje potražnje te snaga i slabosti konkurencije te načina na koje konkurencija ostvaruje svoje poslovne rezultate. U usporedbi s ostalim malim tvrtkama u drugim industrijama čije je tržište nerijetko lokalno, tržište malih hotela je međunarodno (Vrkljan, 2014.). Konkurentnost u hotelijerstvu određena je vanjskim čimbenicima koji čine okvir u kojem hotel djeluje i u pravilu ne može utjecati na njih već im se mora prilagođavati te unutarnjim čimbenicima koji su u nadležnosti i pod kontrolom hotela i moguće je na njih utjecati. Na uspješnost poslovanja i konkurentnost poduzeća u turizmu u velikoj mjeri utječu ekonomske politike koje provode vlade država i lokalne vlasti, aktivnim mjerama monetarne i fiskalne politike, investicijske politike, tržištem rada i drugim mjerama (Vlahov, 2013.). Jednaku važnost za konkurentnost ima stanje i kvaliteta okoliša. U tom smislu, mali i obiteljski hoteli predstavljaju važnog dionika u promoviranju i zaštiti prirodnih i kulturnih vrijednosti. Nadalje, sam hotel mogao bi se smatrati mrtvim kapitalom koji se pokreće radom zaposlenika, odnosno pružanjem usluge. Dostatnost kvalitetnih zaposlenika jedan je od ključnih čimbenika uspješnosti i održivosti poslovanja hotela. Izrazito važan je i odnos sa sudionicima lokalne zajednice, odnosno viđenje i stvarna nazočnost hotela u lokalnoj zajednici. U manjem će gradu hotel pune usluge biti središnje mjesto u kojem se održava-

vaju važni lokalni događaji, skupovi i proslave (Hayes i Ninemeier, 2005.), a kvalitetni međusobni odnosi i podrška osigurat će hotelu kontinuitet većeg broja zaposlenika i veće profitabilnosti na godišnjoj razini. Wanhill (1997.) navodi određene slabosti povezane s malim i srednjim turističkim poduzećima (SME) općenito poput nedostatka poduzetničkog poleta zbog neekonomskih motiva poslovanja, ograničenih vještina prodaje i marketinga, kontrole troškova, manjka financijskih sredstava i drugo. Neki od izazova poslovanja su i neusklađenost strategija razvoja malih hotela i strategija razvoja turističkih destinacija, snažna međuovisnost imidža hotela i imidža destinacije, ovisnosti popunjenosti hotela o ponudi okruženja, nedovoljno proaktivne i harmonične suradnje s lokalnom zajednicom u kreiranju dodatne ponude i drugo (Vrkljan, 2013).

Mali hoteli zbog veličine i većeg stupnja fleksibilnosti imaju brojne prednosti koji veliki hoteli ne mogu iskoristiti, poput različitih tržišnih niša okruženja temeljenih na specifičnim interesima i hobijima turista. Prednost je malih hotela pred velikim hotelima i u individualiziranom marketingu koji se provodi za vrijeme boravka gosta u hotelu, a koji vodi do izgradnje dugoročnih odnosa, povećanja udjela stalnih i lojalnih gostiju te nižih troškova ukupne marketinške komunikacije (Vrkljan, 2014.). S druge strane, upravo zbog veličine mali hoteli suočeni su s financijskim i drugim ograničenjima nemogućnosti snažnog marketinškog nastupa na tržištu za što jedno od rješenja može biti u interesnom udruživanju prema proizvodnom profiliranju, primjerice udruživanje malih hotela u ruralnim područjima kako bi zajedničkim znanjem i vještinama stekli jaču lobističku i marketinšku snagu. Povećanje broja malih (obiteljskih) hotela i povećanje njihovog udjela u ukupnoj strukturi smještajnih kapaciteta Hrvatske moglo bi se pozitivno odraziti na produljenje turističke sezone, a budući da imaju predispozicije rada tijekom cijele kalendarske godine, i na održivost destinacija, pogotovo ruralnih. Nadalje, postojanje ruralne destinacije ne određuje postojanje pojedinačnog restorana ili hotela nego suživot u istoj ideji i suradnja svih dionika, a mali su obiteljski hoteli samo jedan od dionika koji može biti pokretač i nositelj razvoja i održivosti ruralnog područja.

3. METODOLOGIJA I REZULTATI

Prema OECD-ovoj klasifikaciji na ruralne, srednje i urbane:

- Kao regije analizirane su županije Republike Hrvatske.
- U prvom koraku izuzet je Grad Zagreb kao županija jer je gustoća naseljenosti u Gradu Zagrebu preko 150 stanovnika/km² (1 197 stanovnika/km²) i jer je stanovništvo isključivo urbano čime su mali obiteljski hoteli

na području Grada Zagreba isključeni iz istraživanja. Grad Zagreb ujedno je i jedini grad koji ima preko 200 001 stanovnika u Hrvatskoj (767 131 stanovnika, 27,61 % ukupnog broja stanovnika Hrvatske).

- U sljedećem su koraku iz ukupnog broja stanovnika svake županije izuzeti brojevi stanovnika naselja (gradova i općina) s brojem stanovnika većim od 10 000 kako bi se identificiralo koja je regija urbana (manje od 15 % stanovništva živi u ruralnim dijelovima regije), koja ruralna (više od 50 % stanovnika živi u ruralnim dijelovima regije), a koja srednja (15 % do 50 % stanovnika živi u ruralnim dijelovima regije).
- Utvrđeno je da ni u jednoj ruralnoj regiji ne postoji grad s brojem stanovnika većim od 200 000 te da ni u jednoj srednjoj regiji ne postoji grad s preko 500 000 stanovnika.

Tablica 1. Ruralne, srednje i urbane regije Republike Hrvatske

Županija	Površina županije u km ²	Broj stan. županije	Broj stan. po km ²	Naselja s 10.000+ stanovnika	Broj stan. naselja	Ukupni broj stan. naselja	Udio ruralnih stan.	Klasifikacija
Republika Hrvatska	56.594	3.871.833	68,41					
Zagrebačka	3.060	299.985	98,03	Sveta Nedelja	18.221	151.601	49,47	srednje
				Velika Gorica	61.075			
				Samobor	37.435			
				Zaprešić	24.133			
				Brdovec	10.737			
Krapinsko-zagorska	1.229	120.702	98,21	*				ruralno
Sisačko-moslavačka	4.468	139.603	31,25	Sisak	40.121	79.972	43,72	srednje
				Kutina	19.601			
				Petrinja	19.950			
Karlovačka	3.626	112.195	30,94	Karlovac	49.377	49.377	56	ruralno
Varaždinska	1.262	159.487	126,38	Varaždin	43.782	43.782	72,55	ruralno
Koprivničko-križevačka	1.748	101.221	57,91	Koprivnica	28.580	47.529	53,04	ruralno
				Križevci	18.949			
Bjelovarsko-bilogorska	2.640	101.879	38,59	Bjelovar	36.316	36.316	64,35	ruralno

Primorsko-goranska	3.588	265.419	73,97	Rijeka	107.964	134.821	49,2	srednje
				Viškovo	16.084			
				Matulji	10.773			
Ličko-senjska	5.353	42.748	7,99	*			ruralno	
Virovitičko-podravska	2.024	70.368	34,77	Virovitica	19.302	19.302	72,57	ruralno
Požeško-slavonska	1.823	64.084	35,15	Požega	22.294	22.294	65,21	ruralno
Brodsko-posavska	2.030	130.267	64,17	Slavonski Brod	49.891	49.891	61,7	ruralno
Zadarska	3.646	159.766	43,82	Zadar	70.779	70.779	55,7	ruralno
Osječko-baranjska	4.155	258.026	62,10	Osijek	96.313	119.890	53,54	ruralno
				Đakovo	23.577			
Šibensko-kninska	2.984	96.381	32,30	Šibenik	42.599	42.599	55,8	ruralno
Vukovarsko-srijemska	2.454	143.113	58,32	Vukovar	23.175	54.017	62,26	ruralno
				Vinkovci	30.842			
Splitsko-dalmatinska	4.540	423.407	93,26	Split	160.577	257.088	39,28	srednje
				Kaštela	37.794			
				Sinj	23.452			
				Solin	24.862			
				Podstrana	10.403			
Istarska	2.813	195.237	69,41	Pula – Pola	52.220	52.220	73,25	ruralno
Dubrovačko-neretvanska	1.781	115.564	64,89	Dubrovnik	41.562	41.562	64,04	ruralno
Međimurska	729	105.250	144,38	Čakovec	27.122	38.139	63,76	ruralno
				Nedelišće	11.017			
Grad Zagreb	641	767.131	1.196,77	Zagreb	767.131	767.131	0	urbano

* U Ličko-senjskoj i Krapinsko-zagorskoj ne postoje naselja s više od 10 000 stanovnika.

Izvor: Analiza autora prema podacima DZS, Popis stanovništva, kućanstava i stanova u Republici Hrvatskoj 2021.

Najmanji broj stanovnika po kilometru kvadratnom imaju: Ličko-senjska županija (7,99), Karlovačka županija (30,94), Sisačko-moslavačka županija (31,25), Šibensko-kninska (32,3), Virovitičko-podravska (34,77), Požeško-slavonska županija (35,15), Bjelovarsko-bilogorska županija (38,59), Zadarska županija (43,82), Koprivničko-križevačka (57,31) i Vukovarsko-srijemska (58,32). Mali su obiteljski hoteli na području urbane i srednjih regija isključeni iz istraživanja. Analizom i isključenjem broja stanovnika gradova i općina koji imaju preko 10 000 stanovnika iz ukupnog broja stanovnika županija identificirano je 16 ruralnih regija, što čini 71,20 % kopnene površine Hrvatske te su u tim regijama kontaktirani mali obiteljski hoteli.

Podatci su prikupljeni tijekom 2022. godine istraživanjem *online* anketnim upitnikom na koji su odgovorila 34 voditelja ili vlasnika malih obiteljskih hotela smještenih u ruralnim područjima Republike Hrvatske. Anketni upitnik sastojao se od:

- pitanja vezanih uz primjenu pokazatelja ekološke, društvene i ekonomske održivosti
- otvorenog pitanja o preprekama održivom i uspješnijem poslovanju malih obiteljskih hotela u ruralnim područjima
- pitanja s ponuđenim preprekama održivom i uspješnijem poslovanju malih obiteljskih hotela u ruralnim sredinama čiji je utjecaj ocjenjivan primjenom Likertove skale (5 – najsnažniji negativni utjecaj do 1 – najmanje negativan utjecaj).

Nešto više od polovice istraživanih malih obiteljskih hotela u ruralnim područjima radi 9 do 12 mjeseci, iako bi po prirodi poslovanja, a u službi održivosti, mogli raditi tijekom cijele godine. Pokazatelj da većina hotela nudi samo uslugu noćenja s doručkom ukazuje na nužni prostor za razvoj ponude kako bi se gostima ponudio cjelovitiji doživljaj i ostvario preduvjet dužeg boravka u hotelu i destinaciji. Dodatno, iako bi svoju ugostiteljsku ponudu trebali bazirati na lokalnim namirnicama, više od polovice istraživanih hotela ne nabavlja lokalne i sezonske namirnice od lokalnih OPG-a te ne uključuju dostatno goste u lokalne aktivnosti kako bi obogatili i upotpunili njihov doživljaj. Posjedovanje eko certifikata i korištenje obnovljivih izvora energije rijetkost je. Ovi i drugi pokazatelji održivosti malih obiteljskih hotela i vezano ruralnih područja prikazani su u tablici 2.

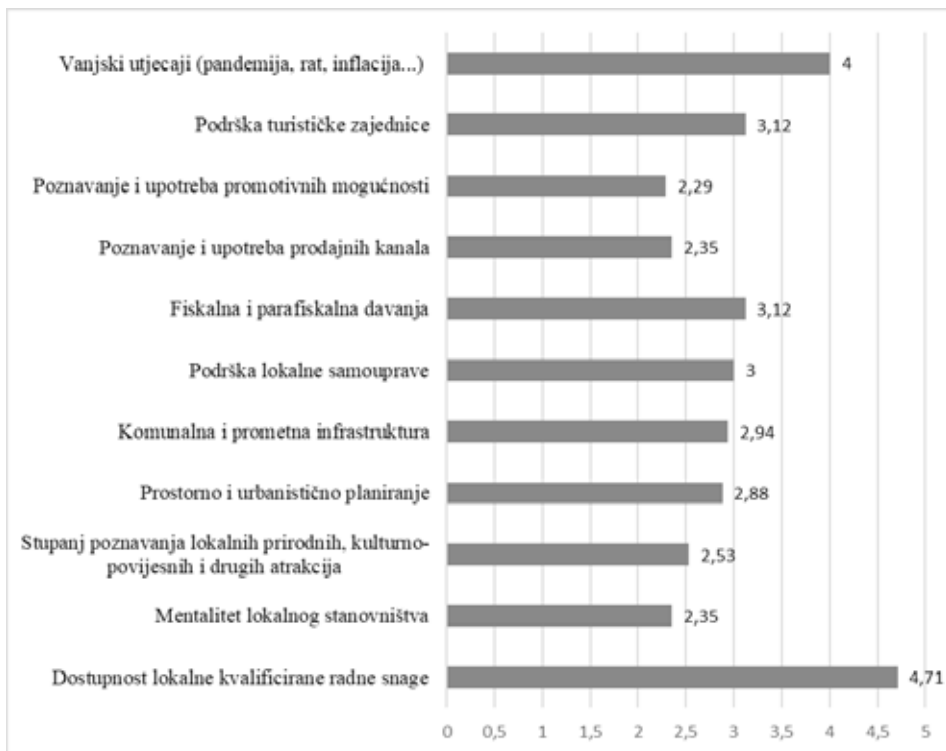
Tablica 2. Pokazatelji ekonomske, društvene i ekološke održivosti u poslovanju analiziranih malih obiteljskih hotela u ruralnim područjima Republike Hrvatske

<p>Pokazatelji ekonomske održivosti</p>	<p>hoteli imaju od 5 do 50 smještajnih jedinica, od toga 82,35 % ima 5 do 25 soba, a 17,65 % od 26 do 50 soba u prosjeku stalno zapošljavaju 12, a sezonski 4 radnika 88,24 % hotela vodi član obitelji, a 11,76 % vodi zaposleni menadžer prosječna popunjenost hotela na godišnjoj razini iznosi 57 % većina gostiju (94,12 %) u dobi je od 36 do 55 godina, radno aktivna i ekonomski neovisna dobna skupina više od polovice gostiju (58,82 %) zadržava se jedno do tri noćenja, 29,41 % četiri do sedam noćenja, više od osam noćenja ostaje 11,77 % gostiju 88,24 % hotela ponudu bazira na usluzi noćenja ili noćenja s doručkom, dok preostali (11,76 %) nude i pansionerske obroke 14,71 % nudi dodatne sadržaje poput wellnesa, fitnesa ili dvorane za sastanke – 23,53 % hotela radi do 120 dana godišnje, 17,19 % radi od 121 do 270 dana godišnje, a 58,82 % radi 271 do 365 dana u kalendarskoj godini</p>
<p>Pokazatelji društvene održivosti</p>	<p>udio lokalnog stanovništva, uključivo članovi obitelji, u ukupnom broju stalno zaposlenih iznosi 74,88 % natpolovična većina (58,82 %) hotela ne nabavlja namirnice za pripremu jela koje nude gostima od lokalnih OPG-ova hoteli koji nabavljaju namirnice od lokalnih OPG-ova, najčešće nabavljaju voće i povrće, meso i mesne prerađevine, sir, mlijeko, jaja, med, džemove, maslinovo ulje, tartufe, rakiju, vino i dr. 82,35 % hotela gostima nudi različite lokalne proizvode i suvenire za kupnju 17,65 % hotela organizira različite događaje u hotelu za goste u koje uključuju i lokalne dionike 58,82 % hotela podržava organizaciju različitih lokalnih kulturnih, sportskih, gastronomskih i drugih događanja – trećina hotela (35,29 %) uključuje goste u lokalne aktivnosti (npr. kušanje vina, maslinovog ulja i sira, lov na tartufe, berbu vrganja, biciklizam, šetnje po prirodi, ribolov, kulinarske radionice u OPG-ovima, sudjelovanje u berbama i slično)</p>
<p>Pokazatelji ekološke održivosti</p>	<p>94,12 % hotela ne posjeduje nikakav eko certifikat 5,88 % hotela djelomično koristi alternativne izvore energije pri izgradnji, u određenoj mjeri, svi hoteli vodili su brigu o arhitektonskoj autentičnosti te su koristili lokalne materijale, namještaj lokalnih proizvođača i slično gotovo svi hoteli (97 %) uređuju okoliš lokalnom florom većina hotela (73,53 %) koristi ekološku ambalažu u poslovanju – gotovo svi hoteli (97 %) razdvajaju otpad u hotelu</p>

Izvor: Autori

Ekonomska održivost poslovanja malih obiteljskih hotela u ruralnim područjima ovisi i ovisit će o društvenoj i ekološkoj održivosti ruralnih područja. Ekološka, društvena i ekonomska održivost ruralnih područja ovisi i ovisit će o ekonomskoj održivosti malih obiteljskih hotela. Rezultati ovog istraživanja ukazuju na prostor za razvoj i rast svih pokazatelja ekonomske održivosti malih obiteljskih hotela u ruralnim područjima, i prostor međuovisnog doprinosa društvenoj održivosti ruralnih sredina te radi očuvanja osnovnog resursa, prirodnih ljepota, i ekološkoj održivosti. Mali obiteljski hoteli mogu i trebaju biti jedni od ključnih nositelja ili dionika održivosti ruralnih područja u kojima se nalaze. Takva njihova uloga trebala bi biti prepoznata, prihvaćena i podržana od nositelja lokalnih vlasti i lokalnog stanovništva.

Prikaz 1. Odabrani čimbenici prema utjecaju na poslovanje malih hotela u ruralnim područjima



* 5 = najnegativniji utjecaj na uspješnost poslovanja; 1 = najmanje negativan utjecaj na uspješnost poslovanja

Izvor: Autori

Prethodno ocjeni ponuđenih čimbenika, odnosno prepreka uspješnijem poslovanju hotela, ispitanici su imali mogućnost otvorenih odgovora na pitanje što smatraju najvećim preprekama uspješnijem poslovanju. Čimbenici koje su najčešće naveli smatraju se najvećim prijetnjama ili slabostima uspješnijeg poslovanja malih obiteljskih hotela u ruralnim područjima: nedostatak radne snage, nedostatnost financijskih sredstava za investiranje u održavanje i podizanje kvalitete ponude, nedostatak podrške lokalne zajednice, nedostatak turističke ponude izvan hotela, pandemija bolesti COVID-19, nedovoljna aktivnost lokalnog stanovništva u uzgoju poljoprivrednih kultura potrebnih u poslovanju hotela, rast cijena energenata, fiskalna i parafiskalna davanja i nedovoljno razvijena komunalna infrastruktura.

Od ponuđenih čimbenika, kao najveće negativne prijetnje i slabosti održivosti poslovanja (prikaz 1) identificirani su dostupnost lokalne kvalificirane radne snage, vanjski utjecaji kao što su pandemija, rat, inflacija i drugo, podrška turističke zajednice i lokalne samouprave te fiskalna i parafiskalna opterećenja.

Analizom otvorenih odgovora te ocjenama ponuđenih čimbenika utvrđeno je da je nedostatak radne snage primarni izazov poslovanju, a slijede nedostatna podrška lokalnih vlasti i turističkih zajednica, vanjski utjecaji poput pandemije, rata, inflacije i drugo, nedostatnost financijskih sredstava za investiranje u održavanje i podizanje kvalitete ponude, fiskalna i parafiskalna davanja, nedostatak turističke ponude izvan hotela i drugo.

4. ZAKLJUČAK

Ruralna područja Europske unije, pa tako i Hrvatske, zauzimaju većinu teritorija što upućuje na važnost brige o njihovoj održivosti. Prema OECD klasifikaciji 16 hrvatskih županija klasificirane su kao ruralna područja. Mali obiteljski smještajni objekti čine glavninu smještajnih kapaciteta u većini ruralnih destinacija i početnu uslugu svakog turističkog putovanja, promotori su i interpretatori baštine, svojim radom svjedoče kulturu življenja lokalne zajednice te mogu biti jedan od ključnih stupova revitalizacije i održivosti ruralnih područja ekonomskim, ekološkim i društveno-kulturnim utjecajem.

Analizom ocjena, u slučaju ocjene ponuđenih čimbenika i otvorenog navođenja čimbenika, izuzev vanjskih čimbenika poput pandemije, ratova, rasta cijene energenata i inflacije koji se ubrajaju u izvanredne okolnosti, moguće je identificirati sljedeće čimbenike koje mali obiteljski hotelijeri u ruralnim područjima vide kao najveće prijetnje svojoj održivosti i uspješnijem poslovanju: nedostatak radne snage, nedostatak podrške lokalne zajednice / turističke zajednice i lokalne samouprave, nedostatnost financijskih sredstava za održava-

nje i podizanje kvalitete ponude, fiskalna i parafiskalna davanja te nedostatak turističke ponude izvan hotela i drugo.

Ekonomska održivost poslovanja malih obiteljskih hotela u ruralnim područjima ovisi i ovisit će o društvenoj i ekološkoj održivosti ruralnih područja. S druge strane, društvena i ekonomska održivost ruralnih područja ovisi i ovisit će o ekonomskoj održivosti malih obiteljskih hotela. Rezultati ovog istraživanja ukazuju na prostor za razvoj i rast svih pokazatelja ekonomske održivosti malih obiteljskih hotela u ruralnim područjima i prostor međuovisnog doprinosa svih dionika društvenoj održivosti ruralnih sredina te radi očuvanja osnovnog resursa, prirodnih ljepota ruralnog područja, i ekološkoj održivosti. Mali obiteljski hoteli mogu i trebaju biti jedni od ključnih nositelja ili dionika održivosti ruralnih područja u kojima se nalaze. Takva njihova uloga trebala bi biti prepoznata, prihvaćena i podržana od nositelja lokalnih vlasti.

U budućim istraživanjima valjalo bi napraviti usporednu analizu s malim obiteljskim hotelima u ruralnim područjima zemalja ili regija koje su prepoznate kao uspješne ruralne destinacije. U perspektivi bi trebalo krenuti od čovjeka, lokalnog stanovnika i turista, u kreiranju razvojnih strategija ruralnih područja, pa tako i turističkih strategija.

LITERATURA

1. Camatti, N., Zecchin, L., Bertocchi, D. i Carić, H. (2022.), The Relevance of the Territorial Dimension in EU Policies and the Role of Tourism. *Turizam*, 70:4, 555-570. doi:10.37741/t.70.4.2.
2. Državni zavod za statistiku (2022.). Popis stanovništva, kućanstava i stanova u Republici Hrvatskoj 2021.
3. European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions -Eurofound (2020.). Living and working in Europe 2019. Publications Office of the European Union, Luxembourg. doi:10.2806/503351
4. European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions -Eurofound (2014.). Trendovi u kvaliteti života – Hrvatska: 2007. – 2012. Publications Office of the European Union, Luxembourg.
5. Hayes, D. K. i Ninemeier, J. D. (2005.). *Upravljanje hotelskim poslovanjem*. M plus, Zagreb.
6. Institut za turizam (2020.). TOMAS Hrvatska 2019. Zagreb.
7. Gregory, D., Johnston, R., Pratt, G., Watts, M. J. i Whatmore, S. (2009.). *The Dictionary of Human Geography*, 5th ed. Wiley – Blackwell, Oxford.
8. Komppula, R. (2014.). The role of individual entrepreneurs in the development of competitiveness for a rural tourism destination – a case study. *Tourism Management*, 40, 361-371.

9. Koščak, M. (2020.). *Održivi razvoj ruralnog turizma*, pregledni rad. Zbornik radova 1. međunarodne znanstveno-stručne konferencije za razvoj ruralnog turizma: Održivi i odgovorni razvoj u ruralnom turizmu, 90-100. Zagreb.
10. Krajinović, A., Čičin-Šain, D. i Predovan, M. (2011.). Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma – problemi i smjernice, izvorni znanstveni članak. *Oeconomica Jadertina*, 1, 30-45.
11. Lynch, P. (2005.). The commercial hotel enterprise and host: a United Kingdom perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 24/4, 533-553.
12. Miljenović, A., Kokorić, S.B. i Berc, G. (2016.). Kvaliteta života obitelji na različitim ruralnim područjima: primjer četiriju općina Sisačko-moslavačke županije, *Sociologija i prostor*, 201/1, 19-44.
13. Ministarstvo turizma i Hrvatska gospodarska komora (2015.). Nacionalni katalog ruralnog turizma. Zagreb.
14. Ministarstvo turizma i sporta. Pravilnik o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli. Narodne novine, 138/06., čl. 6.
15. Ministarstvo turizma i sporta (2022.). Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine. dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2023_01_2_18.html, preuzeto: 17.05.2023.
16. OECD regional typology (2011.). Directorate for Public Governance and Territorial Development.
17. Tubić, D. (2019.). *Ruralni turizam: od teorije do empirije*. Visoka škola Virovitica, Virovitica.
18. Vlahov, A. (2013.). Utjecaj strateškog udruživanja na uspješnost poslovanja malih i obiteljskih hotela, doktorska disertacija. Ekonomski fakultet, Zagreb.
19. Vrkljan, S. (2013.). The small hotel's survival and profitability requires the responsibility for sales and marketing, proceedings of the 1st International OFEL Conference on Corporate Governance, 953-962. Dubrovnik.
20. Vrkljan, S. (2014.). The competitiveness of small hotels in transitional countries – the case of Croatia. Proceedings of the 2nd International OFEL Conference on Corporate Governance, 960-973. Dubrovnik.
21. Wanhill, S. (1997.). Peripheral area tourism: a European perspective. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 3/1, 47-70.
22. Ye, S., Xiao, H. i Zhou, L. (2019.). Small accommodation business growth in rural areas: Effects on guest experience and financial performance. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 29-38. doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.03.016

COMPETENCIES OF HOTEL MANAGERS IN THE REPUBLIC OF CROATIA

Prethodno priopćenje

Danijel Knežević

Algebra University College
Gradišćanska 24
10000 Zagreb
danijel.knezevic@racunarstvo.hr

Abstract

The purpose of the paper is to analyze the competencies of hotel managers in the Republic of Croatia and to determine whether there are any differences in those competencies with regard to the identified key characteristics of hotels and hotel managers. The research population included the managers of the hotels in the Republic of Croatia that were open at the time of data collection. Following an analysis of the data obtained, 44 hotel managers from the Republic of Croatia took part in a survey. To prove the hypotheses, authors used the Shapiro-Wilk, Anderson-Darling, Lilliefors, and Jarque-Bera tests (to test the normality of the data distribution) and average values and non-parametric tests for testing the difference between groups (Mann-Whitney U tests and Kruskal-Wallis H tests). The results indicate that the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia have the majority of the studied competencies (for 26 out of 27 studied competencies) and that there are managers' competencies that differ significantly with regard to the relationship between hotel ownership and management and the socio-demographic characteristics of the managers: gender, age, and level of education. However, the percentage of hotel manager competencies from the sample in the Republic of Croatia that are significantly different relative to the total number of competencies studied is less than 15% for all observed characteristics. The paper contributes to the scientific debate about whether hotel manager competencies are universal or vary depending on the characteristics of hotels and hotel managers.

Keywords: competencies, competencies of hotel managers, hotel managers, the Republic of Croatia

KOMPETENCIJE MENADŽERA HOTELA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Sažetak

Cilj je rada istražiti kompetencije direktora hotela u Republici Hrvatskoj i istražiti postoje li razlike u kompetencijama direktora hotela u Republici Hrvatskoj s obzirom na utvrđena ključna obilježja hotela i direktora hotela. Populaciju istraživanja činili su direktori hotela u Republici Hrvatskoj koji su tijekom prikupljanja podataka bili otvoreni. Nakon pregleda pristiglih podataka, u istraživanju su sudjelovali direktori 44 hotela u Republici Hrvatskoj. Za dokazivanje hipoteza korišteni su Shapiro–Wilkov, Anderson–Darlingov, Lillieforsov i Jarque–Beraov test (za testiranje normalnosti distribucije podataka), prosječne vrijednosti i neparametrijska testiranja za testiranje razlike među skupinama (Mann–Whitneyev U test i Kruskal–Wallisov H test). Rezultati ukazuju na to da direktori hotela iz uzorka u Republici Hrvatskoj posjeduju većinu proučavanih kompetencija (za 26 od 27 proučavanih kompetencija) i da postoje kompetencije direktora hotela koje se značajno razlikuju s obzirom na odnos vlasništva i menadžmenta i na sociodemografska obilježja direktora: spol, dob i školska sprema. Međutim, postotak kompetencija direktora hotela iz uzorka u Republici Hrvatskoj koje se značajno razlikuju u odnosu na ukupan broj istraživanih kompetencija kod svih promatranih obilježja manji je od 15 %. Radom se doprinosi znanstvenoj raspravi o tome jesu li kompetencije direktora hotela univerzalne ili se razlikuju s obzirom na određena obilježja hotela i direktora hotela.

Ključne riječi: kompetencije, kompetencije direktora hotela, direktori hotela, Republika Hrvatska

1. INTRODUCTION

The business success of any company heavily depends on the success of its manager, and the success of the manager is determined by their range of professional and personal competencies (Pološki Vokić, 2018). The aforementioned is particularly evident in the modern business environment, where managers are required to have a formal education, professional knowledge of the industry in which the company operates, and the ability to both prevent and address problems (Čech, Beranek, and Tomstik, 2015). In the hotel industry, where the quality of human resources, including the quality of hotel mana-

gers (Čech, Beranek, and Tomstik, 2015), is a crucial component of business success (Al-Badarneha et al., 2019; Boella and Goss-Turner, 2005; Erer, 2020; Milićević and Petrović, 2019; Nas and Arigtekin, 2020; Yang, 2010), the study of the competencies of hotel managers is particularly significant.

The aim of the paper is to examine the competencies of hotel managers in the Republic of Croatia and to determine whether there are any variations in those competencies with regard to the key characteristics of hotels (the relationship between hotel ownership and management) and hotel managers (socio-demographic characteristics of managers: gender, age, level of education, and length of service in a hotel) identified through a review of relevant literature.

The following three hypotheses are set in the paper:

H1: The hotel managers from the sample in the Republic of Croatia have the majority of the researched competencies.

H2: The majority of the researched competencies of the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia differ significantly with regard to hotel ownership and management.

H3: The majority of the researched competencies of the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia differ significantly with regard to the socio-demographic characteristics of the hotel managers.

The empirical part of the paper is based on a survey, while the theoretical part was created using secondary sources of data (books, papers, databases, websites, and others). The paper contributes to the scientific discussion on whether the competencies of hotel managers are universal or differ depending on the particular traits of hotels and hotel managers. Practically, the paper contributes to the entire hotel industry in the Republic of Croatia because it identifies the competencies of hotel managers that, when taken as a whole, allow for improvement and have the potential to affect not only the success of individual hotels but also the overall success of the hotel business in the Republic of Croatia.

2. OVERVIEW OF PREVIOUS RESEARCH

Prior research on the competencies of hotel managers can be grouped into four categories. According to Giousmpasoglou (2008), numerous studies have been carried out with the purpose of determining the competencies necessary for the success of managers in the hotel and hospitality industry since the notion of managerial competencies became popular in the late 1980s.

Accordingly, the first category of research on the competencies of managers in the hotel and hospitality industry focuses on determining the generally desirable competencies of managers important for successful management in the industry. For example, Tas, LaBrecque, and Clayton (1996, according to Whitelaw et al., 2009) identified five main competencies important for hotel management. The first competency identified relates to interpersonal skills that are essential for effective interaction with others. The second competency identified relates to leadership and represents the ability to transform ideas into productive action. The third competency identified relates to conceptual-creative activity and represents the cognitive skills required for the job. The fourth competency identified relates to administrative knowledge (personnel management and financial business management). The fifth competency identified relates to technical knowledge and skills that are essential for the creation of products and services. After conducting a thorough literature review, Eunju, Joseph, and Jaeuk (2012) discovered that there is general agreement regarding the significance of human resources management for the success of managers in the hotel and hospitality industry.

The second category of research on the competencies of hotel managers refers to the research on the competencies of hotel managers within the framework of the research on the competencies of hotel managers of different hierarchical levels. Čech, Beranek, and Tomstik (2015) conducted a survey from November 2013 to May 2014 among 558 managers from all management levels (top, middle, and bottom) from hotels or hotel chains in the Czech Republic. The aim of the research was to determine the importance of the individual competencies of managers for the success of managers with regard to their managerial level. The authors found that managers at the top management level place the greatest importance on negotiation skills, middle-level managers consider the ability to deal with people, people management, leadership, communication skills, and the ability to solve problems to be more important than other competencies, and bottom-level managers place a higher value on the ability to solve problems, manage people, communicate effectively, and on leadership and interpersonal skills. Furthermore, top-level managers consider the ability to work in an international environment and especially the ability to manage an international team more important than managers working at lower management levels. Shum, Gatling, and Shoemaker (2018) argue that both bottom-level managers and top-level managers should be good role models for their employees and that they should have communication skills, while Kraig and Craig (2011), according to Shum, Gatling, and Shoemaker (2018), showed that learning agility is important for both bottom-level managers and top-level managers.

The third category of research on the competencies of hotel managers dealt specifically with competencies at the level of hotel managers. According to Shum, Gatling, and Shoemaker (2018), managers at the level of general managers should have a high level of competence because they make strategic decisions in a dynamic business environment that affect all employees. In their seminal works, Guglielmino and Carroll (1979) and Katz (1955), according to Shum, Gatling, and Shoemaker (2018), showed that conceptual skills are essential for top-level managers. Brownell (2004), according to Eunju, Joseph, and Jaek (2012), surveyed general managers of various luxury and upscale hotels in North America to determine the skills and personal characteristics that were most important to their success and career development. The results of the survey showed that respondents valued team leadership, effective listening, coaching, feedback, and conflict management, as well as hard work, reliability, and integrity.

The fourth category of research on the competencies of hotel managers tried to determine whether the competencies of managers in the hotel industry are unitary or whether there are factors that influence them. Giousmpasoglou (2008) conducted a study on 16 general managers and their assistants in four-star and five-star hotels in Athens, Thessaloniki, Rhodes, and Crete. To conduct the research, the Personal Competencies Framework (PCF) was used to measure the perception of general managers and their assistants of their perceived competencies framework, and the results were organized into six main sections (competencies clusters: intellectual, information handling, achievement, focus on results, management and leadership, motivation, interpersonal and intrapersonal). In each cluster, answers about competencies were looked at independently according to the ownership status of the hotel: family-owned, local Greek chain, national Greek chain, and multinational chain. All researched competencies received very high evaluation scores (on average, the score “important” on the response rating scale). Furthermore, managers of family-owned hotels scored lower in five out of six clusters compared to the other three types of hotel managers (local Greek chain, national Greek chain, and multinational chain). In a sample of 183 hotels, Blayney and Blotnicky (2010) examined the relationship between socio-demographic factors (gender, age, level of education, and length of service) and leadership ability (visionary and strategic leadership, performance leadership, and people leadership) of Canadian general hotel managers. The findings indicated that the socio-demographic characteristic “Length of Service” had an impact on “Leading People.”

3. RESEARCH METHODOLOGY

A survey questionnaire developed by Eyde et al. was used as a research instrument (1999 according to Wang, 2006), which rated 27 leadership competencies of managers on a scale from 1 to 5 (1 = I do not possess at all, 5 = I fully possess). The Cronbach alpha of the questionnaire is 0.92.

The research population consisted of managers of the hotels that were open at the time of data collection (from September 2020 to April 2021). According to Jutarnji list (2020), around 200 hotels were open at the end of 2020. Therefore, the questionnaire was sent to the hotel managers who were interested in completing it via e-mail, post, or by physical tour of the hotel.

After reviewing the responses received from hotel managers and separating incomplete responses and those in which the managers marked all competencies on the scale with grade 5 (I fully possess), the sample consists of 44 hotel managers, representing a response rate of approximately 22%.

According to the answers provided, ownership and management are not separate in 24 (54.54%) hotels, they are separate in 17 (38.64%) hotels, and the relationship between ownership and management was not stated in 3 (6.82%) hotels. According to Čižmar and Tomašević (2001), in the modern hotel industry, ownership and management in hotels are mostly separate, and the category of separate ownership and management can include hotels that operate under a management contract, a franchise contract, and others, whereas the category of hotels in which the relationship of ownership and management is not separate can include hotels managed by owners (for example, family hotels and others).

Regarding the analysis of the socio-demographic characteristics of the managers from the sample, 20 (46.51%) of the respondents were men, 23 (53.49%) women. In terms of educational level, 6 (13.95%) respondents completed high school, 6 (13.95%) finished college, 21 (48.84%) completed undergraduate or graduate studies, and 10 (23.26%) finished postgraduate studies. The respondents ranged in age from 25 to 66, with an average of 42.21 years. The minimum number of years respondents worked in a hotel was one, the maximum number was 35, and the average was 9.05 years.

Before deciding whether to use parametric or non-parametric tests to test the difference between groups, the normality of the data distribution was tested using the Shapiro-Wilk, Anderson-Darling, Lilliefors, and Jarque-Bera tests. The results of the conducted Shapiro-Wilk, Anderson-Darling, and Lilliefors tests ($p < 0.0001$ for all competencies) indicate that the data do not follow a normal distribution. The Jarque-Bera test confirmed the results of other tests that respondents' competencies do not follow a normal distribution for the competencies "Service Motivation," "Accountability," and "Problem Solving"

($p < 0.05$), whereas the results for the other competencies do. Because of the aforementioned findings, non-parametric tests were used in the paper to test differences between groups.

In order to test hypothesis H1, which assumed that the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia have the majority of the researched competencies, the average values of all competencies were calculated individually. The value 4.00 was used as a criterion for possessing or not possessing a certain competence, which was also used in other studies on top managers' competencies (for example, in the study on global orientation and global competencies of Croatian top managers (Pološki Vokić and Hernaus, 2006). The non-parametric Mann-Whitney U test was used to test hypothesis H2, which assumed the majority of the researched competencies of the hotel managers from the sample differ significantly with regard to hotel ownership and management. Non-parametric tests for nominal variables (Mann-Whitney U tests and Kruskal-Wallis H tests) and correlation and regression analysis were used to test hypothesis H3, which assumed the majority of the researched competencies of the hotel managers from the sample differ significantly with regard to the socio-demographic characteristics of the hotel managers. In particular, the non-parametric Mann-Whitney U test was used for the variable "Gender," the non-parametric Kruskal-Wallis H test was used for the variable "Level of Education," and correlation analyses were performed for the variables "Age" and "Length of Service," before regression analyses were performed for the variables that, by correlation analysis, proved to be significant for individual competencies of hotel managers, in order to prove the statistical significance.

4. RESULTS

Table 1 shows the competencies and average values of competencies of the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia.

Table 1. Competencies and average values of competencies of the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia

Competency (1-9)	Average value	Competency (10-18)	Average value	Competency (19-27)	Average value
Customer Service	4.55	Decisiveness	4.36	Strategic Thinking	4.16

Problem Solving	4.52	Team Building	4.36	External Awareness	4.14
Accountability	4.50	Influencing/ Negotiating	4.34	Written Communication	4.11
Oral Communication	4.50	Vision	4.30	Leveraging Diversity	4.09
Service Motivation	4.48	Resilience	4.30	Technology Management	4.05
Integrity/ Honesty	4.48	Conflict Management	4.27	Entrepreneurship	4.02
Flexibility	4.43	Relationship Management	4.20	Technical Credibility	4.02
Interpersonal skills	4.41	Human Resources Management	4.18	Financial Management	4.02
Continual Learning	4.36	Creativity and Innovation	4.16	Political Savvy	3.86

Source: author's work

From the results in Table 1, it is evident that the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia have 26 of the 27 studied competencies (value above 4.00), so hypothesis H1, which assumes that hotel managers have the majority of the researched competencies, can be accepted.

Table 2 shows the competencies of the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia which differ significantly with regard to the relationship between hotel ownership and management.

Table 2. Competencies of the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia which differ statistically significantly with regard to the relationship between hotel ownership and management

Hotel characteristic	Number (%) of significant competencies in relation to the total number of competencies	Competencies which differ significantly with regard to the relationship between hotel ownership and management	Results of statistical analysis
The relationship between ownership and management	2/27 (7.41%)	Service Motivation, Problem Solving	Service Motivation: U = 201.500, p < 0.0001 Problem Solving: U = 206.500, p < 0.0001

Source: author's work

Table 2 shows that the competencies “Service Motivation” and “Problem Solving” differ significantly with regard to the relationship between hotel ownership and management, with both variables being higher on average in hotels where ownership and management are separate than in hotels where ownership and management are not separate. Although there are competencies that differ with regard to the relationship of hotel ownership and management, the difference is statistically significant in only 2 of the 27 observed competencies, which is why hypothesis H2, which assumes that most of the studied competencies of the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia differ significantly with regard to the relationship of ownership and management, cannot be accepted.

Table 3 shows the competencies of the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia which differ significantly with regard to the socio-demographic characteristics of hotel managers.

Table 3. Competencies of the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia which differ statistically significantly with regard to the socio-demographic characteristics of hotel managers

Characteristic	Number (%) of significant competencies in relation to the total number of competencies	Competencies	Results of statistical analysis
Gender	4/27 (14.81%)	Vision, Service Motivation, Problem Solving, Written Communication	Vision: U = 157, p < 0.05 Service Motivation: U = 266.500, p < 0.0001 Problem Solving: U = 246.500, p < 0.0001 Written Communication: U = 147, p < 0.05
Age	4/27 (14.81%)	External Awareness, Strategic Thinking, Continual Learning, Flexibility	External Awareness: β = -0.022, t = -2.410, p < 0.05 Strategic Thinking: β = -0.023, t = -2.202, p < 0.05 Continual Learning: β = -0.028, t = -3.266, p < 0,0001 Flexibility: β = -0.025, t = -2.544, p < 0.05

Level of Education	3/27 (11.11%)	External Awareness, Strategic Thinking, Decisiveness	External Awareness: K = 12.557, p < 0.01 Strategic Thinking: K = 9.235, p < 0.05 Decisiveness: K = 8.581, p < 0.05
Length of Service	-	-	-

Source: author's work

According to Table 3, some competencies differ significantly with regard to the socio-demographic characteristics of hotel managers. In particular, the competencies "Vision" (higher for women), "Service Motivation" (higher for men), "Problem Solving" (higher for men), and "Written Communication" (higher for women) differ significantly with regard to the manager's gender. Competencies "External Awareness" (mostly for college and undergraduate and graduate studies, high school, postgraduate, and college), "Strategic Thinking" (mostly for high school, then postgraduate studies, then undergraduate and graduate studies and college) and "Decisiveness" (postgraduate, high school, and undergraduate and graduate equally, college) differ with regard to the manager's education. There is a significant negative correlation between the competencies "External Awareness," "Strategic Thinking," "Continuous Learning," and "Flexibility" and the manager's age. Although there are competencies that differ with regard to the socio-demographic characteristics of the respondents: gender, level of education, and age, the difference is statistically significant in 4 out of 27 observed competencies for the variables "Gender" and "Age" and in 3 out of 27 observed competencies for the variable "Level of Education." Based on the above, hypothesis H3, which assumes that the majority of the researched competencies of the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia differ significantly with regard to the socio-demographic characteristics of hotel managers, cannot be accepted.

5. DISCUSSION

The empirical research conducted supported hypothesis H1, which assumes that the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia have the majority of the researched competencies. Among the researched compe-

tencies, the competency “Customer Service” received the highest average value, and it can be considered a desirable competency of hotel managers, given the specificity of the hotel business where the quality of service depends on the direct interaction of employees and guests. The competency “Political Savvy” received the lowest average value and is the only one studied that hotel managers in the Republic of Croatia lack. The competency “Human Resources Management” stands out among other studied competencies of the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia. With an average value of 4.18, it is the nineteenth managerial competence, and based on the literature (Eunju, Joseph, and Jaeuk, 2012), as well as the general importance of human resources in tourism, it was expected to have a higher average value.

Although the second hypothesis, which assumed that the majority of the researched competencies of the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia differ significantly in terms of the relationship between hotel ownership and management, has not been proven, there are two competencies, “Service Motivation” and “Problem Solving,” that differ significantly in terms of the relationship between ownership and management, leaving room for further research into the relationship. Giousmpasoglou (2008) established a foothold in the literature by finding differences in the perceptions of the importance of certain competencies of hotel managers with regard to the relationship between ownership and management (that is, there was a significant difference in 5 out of 6 clusters of competencies in family-owned hotels compared to hotels that are part of a local Greek chain, a national Greek chain, or an international chain) on a sample of 16 four-star and five-star hotels in Athens, Thessaloniki, Rhodes, and Crete.

The third hypothesis, which assumed that the majority of the researched competencies of the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia differ significantly with regard to socio-demographic characteristics, was not proved because the percentage of significant competencies in relation to the total number of studied competencies for the variables “Age,” “Gender,” and “Level of Education” is less than 15%. However, it has been proved that there are significant differences in the competencies “Vision,” “Service Motivation,” “Problem Solving,” and “Written Communication” with regard to the manager’s gender, significant differences in the competencies “External Awareness,” “Strategic Thinking,” “Continual Learning,” and “Flexibility” with regard to the manager’s age, and significant differences in the competencies “External Awareness,” “Strategic Thinking,” “Continual Learning,” and “Flexibility” with regard to the manager’s level of education. No significant differences in hotel manager competencies were found with regard to the length of service in the hotel, despite the fact that according to Blayney and Blotnicky (2010), who de-

terminated that the years of work in the position of general manager influenced the competency of leading people, some of them could have been expected to differ from the studied competencies with regard to the length of service of the manager in the hotel.

6. LIMITATIONS AND RECOMMENDATION FOR FUTURE RESEARCH

The main limitation of the empirical research conducted is the small sample size. At the time of data collection, out of over 700 hotels operating in the Republic of Croatia (Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, 2020), only about 200 hotels were open (Jutarnji, 2020).

Another limitation relates to the cross-sectional design of the study. Given that the levels of competencies of the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia were studied with regard to the relationship between ownership and management and the socio-demographic characteristics of managers, the cross-sectional design of the research is adequate, but it does not allow for drawing conclusions about the cause-and-effect relationship between the variables (Slišković and Burić, 2020).

The third limitation refers to the number and scope of characteristics that were assumed to influence the competencies of the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia. Although there are many such determinants in practice, only the key characteristics of the competencies of the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia, which were identified through a review of the literature, were analyzed. Further research could focus on the impact of factors like organizational structure and hotel size on the competencies of hotel managers.

The fourth limitation relates to the standardized measuring tool that is used to examine the competencies of managers, which is limited by the number of competencies it examines. The limitation of the measuring instrument also applies to questionnaires of the self-evaluation type. It is assumed that evaluating the competencies of hotel managers from a variety of sources would result in more objective assessments.

Recommendations for future research can be made on the limitations of the paper. Since the main limitation of the paper is the research sample, in order to obtain more representative results, future research should be carried out when there isn't a global pandemic. More employees could be evaluated in order to get more objective ratings of the competencies of managers.

7. CONCLUSION

The objective of the paper was accomplished because the conducted empirical research provides insight into the studied competencies held by the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia and the variations in those competencies with regard to the relationship between hotel ownership and management and socio-demographic characteristics of managers (gender, age, level of education, and length of service).

The findings obtained by proving hypothesis H1, which assumed that the hotel managers from the sample in the Republic of Croatia have the majority of the researched competencies, show the hotel owners and managers from the sample in the Republic of Croatia that hotel managers have the majority of the competencies necessary for successful performance of their work, which is good for both the individual success of each hotel from the sample and the success of tourism in the Republic of Croatia as a whole. Additionally, they highlight the competencies that can be further developed in order to affect both the performance of individual hotels from the sample and the industry as a whole in the Republic of Croatia.

The findings obtained from the testing of hypotheses H2 and H3, which assumed that the majority of competencies of the hotel managers from the sample differ with regard to the relationship between hotel ownership and management, i.e., with regards to the socio-demographic characteristics of managers (gender, age, level of education, and length of service in a hotel), make room for further research into the impact of the context of hotel operations and hotel managers on the competences of hotel managers, thus abandoning the universal approach to research on the competences of hotel managers in the Republic of Croatia. Despite its limitations, the paper can serve as a foundation for future research on hotel managers' competencies in the Republic of Croatia.

LITERATURE

1. Al-Badarneha, M. B., Shatnawib, H. S., Alananzehc, O. A. and Al-Mkhadmehd, A. A. (2019). Job Performance Management: The Burnout Inventory Model and Intention to Quit their Job among Hospitality Employees. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, Vol. 5(2), 1355-1375.
2. Boella, M. J. and Goss-Turner, S. (2005). *Human Resource Management in the Hospitality Industry: An Introductory Guide*. 6th ed. Oxford: Elsevier Butterworth Heinemann.

3. Blayney, C. and Blotnický, K. (2010). Leadership in the Hotel Industry: Evidence from Canada. *International Journal of Management and Marketing Research*, Vol. 3(3), 53-66.
4. Čech, P., Beranek, M. and Tomstik, M. (2015). Managerial Competencies in Hotel Industry. *International Conference on Industrial Technology and Management Science (ITMS 2015)*. <https://dx.doi.org/10.2991/itms-15.2015.116>
5. Čižmar, S. and Tomašević, A. (2001). Ugostiteljska djelatnost: smještaj i prateće usluge. In Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O. et al. eds. *Turizam: ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Zagreb: Školska knjiga, 156-187.
6. Erer, B. (2020). The importance of human resources management in tourism enterprises. In Ates, A. i Akmese, K. A. eds. *The current approaches in tourism*. Ankara: Iksad Publications, 167-194.
7. Eunju Suh, Joseph J. West and Jaeuk Shin (2012). Important competency requirements for managers in the hospitality industry. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, Vol. 11, 101-112.
8. Giousmpasoglou, Ch. (2008). The GMs' Roles and Competencies Profile in Greek luxury hotels. *Paper for the International Workshop on Performance, Skills, Competences in the 21st century*, Lisabon
9. Jutarnji (2020). *Dočeci Nove godine u hotelima nisu otkazani, sve će biti u skladu s mjerama, velik interes za privatni smještaj*. Available at: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/doceci-nove-godine-u-hotelima-nisu-otkazani-sve-ce-bitu-u-skladu-s-mjerama-velik-interes-za-privatni-smjestaj-15038088> [accessed on October 21, 2021]
10. Milićević, S. and Petrović, J. (2019). Human resource management as a factor of competitiveness in tourism and hospitality. *Thematic Proceedings I of the 4th International Scientific Conference Tourism in Function of Development of the Republic of Serbia: Tourism as a generator of Employment*. Vrnjačka Banja: Sveučilište u Kragujevcu, Fakultet za hotelski menadžment i turizam, 237-253.
11. Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske (2020). *Popis kategoriziranih turističkih*
12. *objekata u Republici Hrvatskoj (24.7.2020.)*. Available at: <https://mint.gov.hr/pristup-informacijama/kategorizacija-11512/arhiva-11516/11516>
13. Nas, Z and Arigtekin, Ö. (2020). Importance of functions of human resources management in tourism. *Socrates Journal of Interdisciplinary Social Studies*, Vol. 7, 23-33. <https://doi.org/10.51293/socrates.16>

14. Shum, C., Gatling, A. and Shoemaker, S. (2018). A Model of Hospitality Leadership Competency for Frontline and Director-level Managers: Which Competencies are Matter More?. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 74, 57-66. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.03.002>
15. Pološki Vokić, N., Marić, I. and Hernaus, T. (2007). Globalna orijentacija i globalne kompetencije vrhovnih menadžera u Hrvatskoj. *Društvena istraživanja*, Vol. 16(3 (89)), 533-555.
16. Pološki Vokić, N. (2018). Ljudi u organizaciji. In: Hernaus, T., Brčić, R., eds. *Koraci uspješnog organiziranja*. Zagreb: Školska knjiga, 203-258.
17. Slišković, A. and Burić, I. (2020). *Znanstveno istraživanje u psihologiji: vodič za početnike*. Zadar: Sveučilište u Zadru.
18. Yang, J.-T. (2010). Antecedents and consequences of job satisfaction in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 29(4), 609–619. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.11.002>
19. Wang, W. (2006), *Middle Manager Leadership Competencies in China: Perceptions of MBA and EMBA Students at Nankai University*. Doctoral thesis. Pennsylvania: The Pennsylvania State University.
20. Whitelaw, P. A., Barron, P., Buultjens, J., Cairncross, G. and Davidson, M. (2009). *Training Needs of the Hospitality Industry*. Australia: CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd.

CURRENT STATE AND DEVELOPMENT POSSIBILITIES OF RURAL TOURISM IN NORTHWESTERN CROATIA – COMPARISON WITH HUNGARIAN-CROATIAN CROSS-BORDER COUNTIES ZALA AND SOMOGY

Pregledni rad

Danijela Magdalenić

Mena d.o.o.
Domovinskih žrtava 11
40000 Čakovec
Croatia
danijela.magdalenic@gmail.com

Marina Gregorić

Rhine Waal University of Applied Sciences,
Department of Society and Economics
Marie-Curie-Straße 1
47533 Kleve
Germany
marina.gregoric@hochschule-rhein-waal.de

Ante Rončević

University North, Department of Economics
Jurja Križanića 31b
42000 Varaždin
Croatia
aroncevic@unin.hr

Abstract

This research paper aims to identify the tourist offer in northwestern Croatia based on the natural and anthropological resources. By analyzing the state of the resource-attraction base of rural tourism of the four selected counties: Krapina-Zagorje, Koprivnica-Križevci, Varaždin, and Međimurje, the analysis

of the Hungarian-Croatian cross-border counties of Zala and Somogy is also approached in order to compare the success of the economic valorization of the tourism resources of the observed counties of both countries. The research aims to compare the current state of rural tourism in northwestern Croatia with similar counties, Zala and Somogy, in the border area and to identify the potential and opportunities for further rural tourism development. The research methods used in the paper are desk research, historical method, analysis of secondary sources from books, scientific articles, and previous research on rural tourism in the observed counties. A deductive method, analysis and synthesis, classification, comparison, and description method are also applied. The contribution of this paper is reflected in providing a better understanding of the impact of rural tourism on the development of rural areas in northwestern Croatia. The research results show the importance of creating cross-border cooperation to transfer relevant knowledge and experience from cross-border regions, which affects the competitiveness of rural tourism destinations in the international tourism market. By disseminating cross-border cooperation, it is possible to achieve more long-term results by jointly promoting tourism markets, connecting, and sharing experiences with neighboring cross-border counties in terms of common challenges and opportunities.

Keywords: globalization, rural tourism, northwestern Croatia, cross-border counties, cross-border cooperation

TREKUTNO STANJE I MOGUĆNOSTI RAZVOJA RURALNOG TURIZMA U SJEVEROZAPADNOJ HRVATSKOJ – USPOREDBA S MAĐARSKO-HRVATSKIM POGRANIČNIM ŽUPANIJAMA ZALA I SOMOGY

Sažetak

Ovaj istraživački rad ima za cilj utvrditi turističku ponudu sjeverozapadne Hrvatske temeljenu na prirodnim i antropološkim resursima. Na temelju analize stanja resursno-atraksijske osnove ruralnog turizma četiriju odabranih županija: Krapinsko-zagorske, Koprivničko-križevačke, Varaždinske i Međimurske županije, pristupa se i analizi mađarsko-hrvatskih pograničnih županija, Zala i Somogy, kako bi se usporedio uspjeh ekonomske valorizacije turističkih resursa promatranih županija obiju zemalja. Cilj istraživanja jest usporediti trenutno stanje ruralnog turizma sjeverozapadne Hrvatske sa sličnim županijama, Zala i Somogy, u pograničnom području te uvidjeti potencijale i mogućnosti daljnjeg razvitka ruralnog turizma. Metode istraživanja korištene u radu uključuju istraživanje za stolom, povijesnu metodu, analizu sekundarnih izvora iz knjiga, znanstvenih članaka i prethodnih istraživanja na temu ruralnog turizma u promatranim županijama. Također se primjenjuje deduktivna metoda, metoda analize i sinteze, klasifikacije, komparacije i deskripcije. Doprinos rada ogleda se u pružanju boljeg razumijevanja utjecaja ruralnog turizma na razvoj ruralnog područja u sjeverozapadnoj Hrvatskoj. Prikupljeni rezultati istraživanja ukazuju na važnost stvaranja prekogranične suradnje radi prijenosa relevantnih znanja i iskustava iz prekograničnih regija, čime se utječe na konkurentnost destinacije ruralnog turizma na međunarodnom turističkom tržištu. Diseminacijom pogranične suradnje moguće je ostvariti dalekosežnije rezultate zajedničkom promocijom turističkih tržišta, povezivanjem te razmjenom iskustava sa susjednim prekograničnim županijama oko zajedničkih izazova i prilika.

Ključne riječi: globalizacija, ruralni turizam, sjeverozapadna Hrvatska, pogranično područje, prekogranična suradnja

1. INTRODUCTION

Croatian tourism is mainly oriented toward mass tourism, while only a small part is related to special forms of tourism. The interest in mass tourism is slowly decreasing as tourists are nowadays increasingly attracted by quiet and relaxing destinations, attractive because of their landscapes and sights as well as their natural beauty and traditional lifestyle. Tourism development in rural areas promotes economic sustainability by revitalizing the rural environment and the concept of rural development. The possibility of achieving economic benefits based on authentic natural resources improves the quality of the living environment of the local population. Maravić (2018) points out that Croatia's rural areas are "rich in biodiversity, significant protected natural and cultural heritage, which is insufficiently recognized and used for tourist purposes because it has not developed a tourist offer, lacks creators of the tourist offer, tourist infrastructure, and capacities." Accordingly, it is necessary to think about the valorization of all valuable natural tourist resources to take a step back from the exclusively seasonal nature of mass coastal tourism and accept specific forms of tourism that stimulate it throughout the year and distribute visitors to different tourist destinations.

1.1. The subject of research, research objectives, and purpose

The research subject is rural tourism through the situation overview and sublimation of the development opportunities of rural areas in the region of northwestern Croatia and the Hungarian border counties of Zala and Somogy. The research aims to explore the state of rural tourist offer of selected Croatian and Hungarian counties, compare their success in economic valorization of tourist destinations and to identify the possibilities of further rural development of the observed counties. The research aims to identify the potential and opportunities for further development of rural tourism on both sides of the border area.

1.2. Research Methodology

Secondary sources were collected via desk research of information from relevant scientific articles and previous research on rural tourism in the observed counties. A deductive method, analysis and synthesis method, classification method, description method, and comparison method of the selected northwestern Croatian counties and Hungarian counties in the cross-border area were applied to the collected data.

2. RURAL TOURISM

There are different approaches to defining the meaning of the term “rural”. On the one hand, “rural” can indicate cultural differences between individual countries or regions. On the other hand, it may imply a lower degree of urbanization and a lower population density in a particular area. However, the term “rural” is often associated with rural tourism and agrotourism. Demonja (2012) develops a coherent definition by linking tourism activities and an attraction-resource base. According to Demonja (ibid.), rural tourism “represents a relatively new tourist activity that aims to bring people back to traditional values and natural environment. It is important to point out that rural tourism has not emerged only from the need for new tourist capacities but from the need to preserve and revitalize, i.e., revive and create new added value to the inherited heritage and the authentic promotion of traditional knowledge and skills through the organization of an attractive and original tourist offer”. Rural tourism is not only associated with the countryside, but is also characterized by the following features: a peaceful environment, silence, preserved nature, interaction with hosts, and getting to know their way of life. Vukonić and Čavlek (2001) explain “rural tourism as a form of tourism in which it implies the occasional stay of tourists in a rural environment that, in addition to clean air and natural surroundings, offers visitors various opportunities to actively participate in farm life and work (e.g., grape and fruit harvesting, haymaking, cattle tending, etc.), but also participation in holiday and occasional festivities, carnival customs and other events. Since tourists stay on a farm, farms that receive tourists nowadays have special accommodation conditions (rooms or even special accommodation facilities) and sell their capacities through intermediaries or directly”. One of the more recent definitions by Bartoluci (2013) explains rural tourism as a “tourist valorization of agrarian areas, natural resources, cultural heritage, rural settlements, local traditional customs, and products through specially designed tourist products that mark the identity of the area and meet the needs of guests in the field of accommodation, food and beverage services, recreation and activities, animation and other services with the aim of sustainable local development”. Given the location, rural tourism is a type of continental tourism. Continental tourism is divided into urban tourism, rural tourism, and tourism of tourist centers. Depending on the length of stay, rural tourism can be divided into transitory tourism, which is characterized by short-term stays of tourists for sightseeing and entertainment purposes without an overnight stay, and tourist tourism, which implies a longer stay that includes overnight stays (Demonja & Ružić, 2010). Tomić (2008) lists the main elements of rural tourism: it de-

velops in settlements with less than 10,000 inhabitants, and it is characterized by a natural environment, poor infrastructure, individual solid activities, and small facilities; tourism supports other interests (agriculture), and the ecological and ethnic framework. The characteristic of this type of tourism is that agriculture is the main activity, and tourist services are an additional activity. The quality of the offer depends on environmental, climate, and recreational factors, transport links, utility infrastructure, and the attractiveness of the region where the farming economy is located. In addition to external factors, the quality is also influenced by numerous internal factors, such as educated staff, yard decoration, number of domestic animals, pleasant environmental landscaping of living and sleeping areas, etc. Demonja and Ružić (2010) state that “rural areas provide great opportunities for the development of tourism and various tourist activities according to the wishes of tourists and market demand”. Bartolucci et al. (2016) emphasize the development of those forms of “rural tourism that have the least impact on the environment and cultural and historical heritage and can be economically viable”.

2.1. Motives of tourists while choosing a rural tourist destination

Due to changes in lifestyle and the accelerated pace of life, the needs and motives that drive modern tourists to tourism activities are changing. There is an increasing need for rest, relaxation, and escape from everyday life. “Vacation on a farm is popular at the moment, especially among residents of large urban centers who long for a natural environment, a healthy and colorful world of nature. An intact environment, clean air, hiking, and other activities in a quiet and pleasant environment are a very sought-after form of vacation, as balance for the daily stress that has always been present among residents of large cities” (Demonja & Ružić, 2010). Therefore, tourism needs to take a step back from its mass appeal. Ivandić (2021) claims that “the process of establishing new success factors for tourism will be initiated in the future. Many opportunities are opening up for the growing interest in non-mass products for non-mass destinations. Even clearer health care, certified cleanliness, or spatial standards. A new concept of luxury, as a product of high added value, which ceases to be material wealth and visible consumption and becomes conscientious spending of *time* (for what is truly important to us), *space* (intimate, original, arranged), *well-being* (health and peace) and *authenticity* (local, true, real)”. In order to understand what drives an individual to tourist demand, it is necessary to define tourism motives. Šuran (2016) defines motivation as “the process of activating an organism, i.e., the impulse to act, with the aspiration of achieving certain goals and needs. If we look at

tourist demand from a psychological point of view, it can be stated that tourism trends are undertaken to satisfy curiosity, the desire for variety, escape from everyday life and numerous life constraints". The same author states that "travel changes our everyday life, we learn about other cultures and ways of life, we pay more attention to ourselves and our needs, the tension caused by work or other reasons decreases, we become intellectually enriched and get to know ourselves. These points are also related to travel goals such as visiting relatives and friends, vacation, new knowledge in the form of culture, doing sports, etc." A typical rural tourist is a person who travels a lot all over the world, who is very educated, and who is very interested in culture, ecology, and even gastronomy (especially wine). He lives in an urban environment; two or three hours drive from the desired destination. Rural tourists usually spend weekends resting in rural areas, while longer stays are rare but can sometimes last up to ten days (Horwath Consulting, 2006). Krajnović et al. (2011) interpret that tourists in rural areas are looking for quality and "untouched" landscape, peace, quiet, and sometimes solitude, as well as special friendliness and contact with the host, which agritourism can offer as a "core-product" of rural tourism. According to Ružić (2012), "the most important motives that make tourism in rural areas interesting and acceptable are classified according to typology into *physical*, such as relaxation, *cultural*, such as discovering new spaces, *interpersonal*, such as socialization and meeting new people, and *prestige*, such as self-presentation and self-actualization". Tomić (2008) states that "according to research conducted among rural tourists, typical rural holiday activities are: enjoying the rural landscape (73%), gastronomy (70%), visit to lakes and rivers (58%), sightseeing historical and cultural sights (41%), fishing, hunting, boat riding (32%), cycling, horseback riding, walking, mountains (24%)". The survey conducted by the Institute of Tourism on the attitudes and consumption of tourists in Croatia – TOMAS Croatia 2019 - examined the main reasons for tourist travel. The main reason for the arrival of the majority of tourists is vacation (91%), followed by work-related reasons (4%), visits to relatives and friends (2%), health reasons (1%), education (1%), and religious reasons (0.3%) (Marušić et al., 2020). In continental Croatia, the share of tourist arrivals due to vacation is 63%, while the share of business trips is 22%. Respondents who chose recreation as the main reason for their trip were offered fourteen vacation motives, from which they could choose a maximum of three, one main, and a maximum of two additional motives for their trip. One-third of tourists coming to continental Croatia are motivated by nature (32%), followed by tourism/sightseeing, city breaks, sports and recreation, work, culture, and art. One in ten visitors to continental Croatia is motivated by hiking or visiting rural areas, and slightly fewer by gastronomy and events (Marušić et al., 2020). The importance of individual motives varies

considerably according to region. For example, city breaks (45%) and tourism/sightseeing (35%) are the main motives for visiting Zagreb, while nature (37%) and wellness/spa (32%) are the main motives for visiting destinations in northern Croatia (Marušić et al., 2020).

2.2. Development factors of rural tourism

To enable the development of rural tourism, it is necessary to understand the tourism supply and demand factors. Tourist demand factors encourage the tourist movement, i.e., change of residence to satisfy needs for rest and recreation. They can be objective, which means they do not depend on the behavior of tourists, and subjective, i.e., they depend on the possibilities and preferences of the individual. According to Demonja and Ružić (2010), the objective factors of demand include: “working and living environment, natural environment, free time, free resources, and other objective factors”. The subjective factors of demand correlate strongly with the objective factors and depend mainly on whether a person decides to engage in tourism activity. The supply factors provide the tourist with an attractive place for a temporary stay for recreation in the tourist area. According to Demonja and Ružić (2010), supply factors are divided into: “*attractive factors* (natural attractions – climate, hydrographic elements, terrain, wildlife, protected natural areas, nature parks, and general and special ecological and bio-agriculture, social attractions – cultural monuments, cultural heritage, events), *communication factors* (transport location and accessibility, transport infrastructure), *receptive factors* (accommodation and gastronomic offer)”. In order to create the conditions for rural tourism development, a tourist demand for rural facilities and an adapted tourist offer is necessary. Observing the interrelationship between rural development and tourism, it can be concluded that rural development measures directly or indirectly support tourism development and significantly affect rural living conditions. The destination management process in the rural economy is a function of the development of tourism in rural areas. Tourism becomes an integrating factor through the application of destination management methods, as it is necessary to mobilize all the wealth of the region in order to increase the attractiveness of the destination and its accommodation capacities (Kóródi & Dávid, 2019).

3. CURRENT STATE AND DEVELOPMENT POSSIBILITIES OF RURAL TOURISM IN NORTHWESTERN CROATIA

According to Čagalj et al. (2021), rural areas in Croatia occupy the majority of the territory (97.5%) where 78.9% of the rural population lives. The fact that Croatia has such a large percentage of rural areas represents excellent potential for developing rural tourism. "Rural tourism in Croatia is insufficiently developed, resulting from years of neglect of rural areas and family farms, as well as Croatia's orientation towards coastal tourism. Gastronomy and winemaking on family farms as tourist products are still underdeveloped and unexplored. Green tourism is one of the ten key areas of the adopted National Tourism Development Strategy until 2020". (Ruralnirazvoj.hr, 2023). The Tourism Development Strategy of the Republic of Croatia until 2020 (Official Gazette 53/2013) estimated that rural tourism, including mountain areas, accounts for about 3% of total international travel, with an annual growth of about 6%, and that the Croatian rural tourism supply is developing exceptionally slowly, given the underdeveloped domestic demand and uninspiring environment. By the end of the development period, Croatia should position itself as a new destination for rural and mountain tourism. "In addition to emphasizing the landscape diversity and the quality and authenticity of the content of the tourism and gastronomic and other services offered, the experience system is based in particular on several mountain centers, but also on the offer of several internationally recognized rural tourism clusters with a large number of preserved traditional rural communities" (Tourism Development Strategy of the Republic of Croatia until 2020, Official Gazette 53/2013). The latest sustainable tourism development plan recognizes that rural tourism is poorly perceived and not sufficiently profiled and that the tourist offer, although it has potential, is still poorly developed. The same strategy states that there are examples of good practices in certain destinations in the Republic of Croatia that are developing the offer of an internationally competitive rural tourism product (Strategy for sustainable tourism development by 2030, Official Gazette 2/2023). Global market trends offer various opportunities for the development of rural tourism. Therefore, for the maximum valorization of the original tourist resources, it is essential to analyze the environment to set a clear vision and mission of development and define goals for achieving the epithet of a competitive destination. This paper examines the counties in northwestern Croatia that have the highest regional competitiveness in the country and presents examples of good practices in tourism product development. The following are the crucial tourism characteristics and attractive resources of individual counties in northwestern Croatia (Krapina-Zagorje, Koprivnica-Kri-

ževačka, Varaždin, and Međimurje counties). In 2015, Zagreb County (28.4%) and Međimurje County (14.4%) recorded the highest increase in demand (Medjimurska-zupanija.hr, 19/3/2023). In the five counties of Northern Croatia, 621 thousand overnight stays were recorded in 2015, 10.2% more than in 2014. The market leader is Krapina-Zagorje County with a share of 34.8% of overnight stays, followed by Varaždin County with a share of 20.9%, and Međimurje with a share of 20.5%, while Zagreb County reached 19.3% and Koprivnica-Križevačka with 4.5% of total overnight stays (Medjimurska-zupanija.hr, 2023).

3.1. Characteristics of rural tourism in Krapina-Zagorje County

Krapina-Zagorje County is a tourist region near Zagreb, where the following forms of tourism are most represented: SPA and wellness tourism, health tourism, school excursions, and pilgrimage tourism. The County was one of the first to build its brand, which consists of the visual identity of Zagorje and the slogan „Fairytale in the palm of your hand“ (Kzz.hr, 2023). The basis of the tourist offer of Zagorje tourism are thermal springs at five locations: Krapinske toplice, Stubičke toplice, Tuheljske toplice, Sutinske toplice, and Šemničke toplice. In recent years, health tourism (in Krapinske and Stubičke spa resort) and SPA and wellness tourism (in Tuheljske spa resort and Terme Jezerčica in Donja Stubica) have been developed in particular. Cultural tourism does not generate significant tourist flow despite the rich cultural heritage. The cultural offer is mainly consumed through group and individual excursions, which fail to generate significant income from overnight stays. Krapina-Zagorje County relies on five centuries-old Marian sanctuaries in Zagorje: Marija Bistrica, Belec, Lobar, Trški Vrh, and Vinogora, and twenty-five Zagorje Gothic-Baroque churches of exceptional cultural, sacral and, nowadays, touristic value (Kzz.hr, 2023). “The picturesque hills of Zagorje, vineyards, ancient forests of Medvednica, Ivančica, and Macelje, well-kept parks, and cultural and historical monuments further complete the tourist offer. These are primarily medieval castles and, later, mainly baroque country castles. In addition to the castles and the noble families who built them, the County is also connected by many historical events, sights, or famous people (Josip Broz Tito, Franjo Tuđman, Ljudevit Gaj, Matija Gubec)” (Kzz.hr, 2023). “The sports and recreational offer is concentrated in spa resorts in Krapina, Tuhelj, Stubiške Toplice, and Donja Stubica. These are mainly recreational facilities related to swimming pools with thermal water and sports facilities that are most frequently requested during a tourist stay, such as tennis, fitness trails, bowling, mini golf, etc.” (Kzz.hr, 2023). “One of the prerequisites for the development of tourism in Krapina-Zagorje County is the improvement and increase in the number of accom-

modation facilities. Most of the accommodation facilities are located in spas. Krapina-Zagorje County invests great efforts in the development of selective forms of tourism, especially in the development of spa tourism. Most of the accommodation facilities are located in hotels in spa resorts, so spa tourism is the most important strategic form of tourism, to which the development of all other selective forms of tourism in Krapina-Zagorje County is linked” (Kzz.hr, 2023). In the most recent tourism development plan, Krapina-Zagorje County has identified four priority tourism products for future marketing opportunities: 1. health, SPA, and wellness, 2. family vacations, 3. business tourism and events, and 4. active, sports and adventure vacations (Kzz.hr, 2023).

3.2. Characteristics of rural tourism in Koprivnica-Križevci County

Koprivnica-Križevci County has defined its vision as a “county at the service of people and sustainable development – a county of tradition, natural and cultural values, a competitive economy, and a high standard of living” (Hgg.hr, 2023).

On the tourism market, Koprivnica-Križevci County is branded as a “year-round excursion, sports, and recreation destination with preserved and diverse nature and emphasized traditional values enriched with a contemporary expression of naïve painting, local cuisine, manifestations, folklore, hospitality, and faith”, which is maintained and passed on many already traditional celebrations and events such as Picokijada, Spravišče, Podravina motifs, Renaissance Festival and many others. The County is continuously strengthening its marketing activities, striving to improve the image of the destination on the domestic and foreign markets. In promoting the County, associations that strive to preserve the cultural heritage, old customs and crafts, and gastronomic specialties of this region are of great importance. “The area of the county has a natural (especially the river Drava, the plains of the lake, the mountain landscapes covered with dense vegetation on the slopes of Bilogora and Kalnik) and historical and cultural heritage (a number of sacral buildings; developed artistic tradition – 'naive' painting), which represents a significant tourist attraction for various forms of continental tourism with emphasis on rural tourism, in which religious, cultural, wine, mountaineering, equestrian, gastronomy, hunting, fishing, and cycling tourism can be perfectly integrated” (Kckzz.hr, 2023). There are three wine routes in the County. Due to the long-standing tradition of horse breeding and the activity of a dozen equestrian clubs and associations, equestrian tourism offers great potential for development. As part of the tourist offer, the existing equestrian clubs offer a

riding school and tourist rides on horses. In 2014, the first tourist horseback riding trail in the Republic of Croatia was established on the territory of the County. “In addition to the domestic offer, the offer is increasingly recognized on the foreign market. In the long term, the county will develop, among other things, health tourism with a pilot project for the use of geothermal energy sources in the Lunjkovec-Kutnjak area, the realization of which will create conditions for the development of health tourism in the County” (Kckzz.hr, 2023). According to the SWOT analysis of Koprivnica-Križevci County, prepared by Jerčinović and Svržnjak (2007), it can be interpreted that the county is trying to develop towards a rural destination, but the full coherence of identity is not yet apparent. Jerčinović and Svržnjak (2007) state that “in order to achieve an adequate level of identity formation, a synergistic approach is required not only from the individuals and organizations involved in tourism but also from the strategists and planners within the County’s institutions, on whom adequate and healthy development in general depends. They emphasize that it is important to involve the local population and the production sector in this process because they are all interested in the development of their environment and economic progress”. The area is rich in unspoiled nature and landscapes inhabited by abundant wildlife – potential in hunting and fishing tourism (roe deer, wild boar, pheasants, rabbits, wild ducks, various birds and fish such as carp, catfish, carp, perch). In addition, the County has a significant tourist potential for numerous tourist facilities related to cycling trails, wine, and gallery roads. Despite the mentioned potentials, tourism does not achieve significant economic success.

3.3. Characteristics of rural tourism in Varaždin County

The rich resource-attractive base of Varaždin County in the Tourism Development Strategy of Varaždin County is categorized according to importance (international, national, regional, and local) and market readiness (ready, semi-ready, and unready) (Turizam-vzz.hr, 2023). In the same strategy, the attractions are built on a terrain diversity consisting of the mountains of Ravna Gora, Ivanščica, and Kalnik, the rivers Drava, Bednja, Plitvica, and the reservoir lakes on the Drava – Ormoško, Varaždinsko, Motičnjak, Dubravsko. The County has a great variety of protected natural heritage and protected cultural and historical heritage, many internationally known events, natural spas and thermal springs, as well as tourist trails, paths, and roads, i.e., hiking trails, bicycle trails, wine routes, traditional cuisine trails, etc. A dozen of rural households operating in the county provide stationary or excursion tourism services in a rural environment and are dominantly oriented toward providing

food services (restaurants). Some households also offer hunting tourism services (Turizam-vzz.hr, 2023). In the county, numerous family households direct the marketing of their products partly toward tourist demand. In addition to an independent/personal market presence, producers have organized the Honey Route (Sweet Route), which combines the offer of six varieties of honey, and the Traditional Food Route (Traditional Food Route), which presents the offer of nine producers of autochthonous products from the County (greens, pumpkin oil, honey, cheese, fruit wines/brandies, traditional dishes). Twenty households or wineries/tasting rooms focused on wine tourism services by organizing four wine routes (Toplička Wine Route, Klampotička Wine Route, Wine Route Cestica, Jalžabetska Wine Route, Ludbreška Wine Route) (Turizam-vzz.hr, 2023). Loparić and Gregorić (2016) state that Varaždin County has the potential to develop cultural, congress, health, religious, hunting, fishing, recreational, and excursion tourism. From all this, it can be concluded that Varaždin County has a rich resource-attractive base, but the potential needs to be better exploited.

3.4. Characteristics of rural tourism in Međimurje County

After the City of Zagreb, Međimurje County is the smallest Croatian county and one of the most densely populated parts of the country. Međimurje County is located in northwestern Croatia in an important geostrategic position near Austria, Slovenia, and Hungary, bordered by two major rivers, the Mura and the Drava. Administratively, it is divided into 22 municipalities and three cities, with Čakovec being the administrative, economic, cultural, and political center (Hggk.hr, 2023). Međimurje County has a valuable resource-attractive base, as evidenced by numerous awards in national and European competitions (Green Flower of the Croatian National Tourist Board – Čakovec 2008-2010, Perivoj Zrinskih 2011, Prelog 2012; European Destinations of Excellence (EDEN) Gornje Međimurje 2015 and Sv. Martin na Muri in 2007; Sv. Martin na Muri in 2010, the silver flower of the Entente Florale Europe). In 2022, “Lina” holiday house from Pleškovec became the first object of rural tourism with the prestigious Ecolabel eco-certificate. In 2023, Međimurje County received another prestigious Green Destination award for tourism sustainability. This will make Međimurje the first region in Croatia and the fourth in the world to have access to this certification and successfully meet the demanding criteria. These recognitions and awards contribute to the recognition of Međimurje as a sustainable tourist destination. The main competitive advantages of tourism in Međimurje, in addition to a valuable, resource-attractive base, are the availability and development of infrastructure, which create a compa-

rative advantage in the tourism market. In addition to elements of the offer such as various cultural celebrations and events, rich sports and recreational facilities, and cycling trails, the hospitality of the local population towards tourists, geographical location and transport accessibility, rich cultural heritage, landscape, and commitment to environmental protection are important elements in choosing Međimurje as a tourist destination. On the other hand, the development plans emphasize the areas where it is necessary to increase competitiveness, such as the availability of accommodation facilities and various tourism services, including the availability, variety, and quality of gastronomic facilities and the effectiveness of promotional and information systems. Special attention should be paid to the further development of destination management services (DMC) and the availability of convention facilities, rural/agrotourism facilities, and water sports facilities (Medjimurska-zupanija.hr, 2023). Mesarić Žabčić (2007) states in her research that rural tourism in the observed County has the potential to meet the expectations of tourists, create additional income, job and entrepreneurial opportunities for the local population, and support other economic activities. In the future, care should also be taken to preserve individual rural economies and existing rural traditions, and to direct other tourism activities necessary for the development of rural tourism. Apart from the problems, it is important to create and implement unified quality standards for quality assurance. Problems in setting quality standards in rural tourism arise from the inability to recognize basic quality standards in rural tourism and the need to maintain the attractiveness of rural areas (Štetić, 2007).

4. DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN THE HUNGARIAN CROSS-BORDER COUNTIES OF ZALA AND SOMOGY

Rural tourism as a part of the overall tourism industry is vital in Hungary, a country without spectacular natural attractions, sea, high mountains, rainforests, and exotic wildlife. “Hungary’s attractive cultural landscape with small villages, thermal springs, rivers, and lakes, combined with traditional hospitality, can offer pleasant experiences to those tourists who seek relaxation and recreation in a peaceful environment” (Rátz and Puczko, 1998). Petrić (2006) reports low levels of tourist demand in Hungary in rural areas in 1998, where about 2000 beds were registered with an average occupancy rate of less than 10%. Since then, the demand has steadily increased, so that the total accommodation capacity was about 10,000 beds in 2006. Bacsı and Kovacs (2007) and Bacsı et al. (2008) describe tourism in micro-regions and state that

special forms of tourism are tourism potentials and the basis for the development of Hungarian tourism and the mobilization of investment capital. Hungary's tourist offer includes many thematic forms of tourism. These include recreation with water attractions (relaxation on lakes and rivers dominated by Lake Balaton), health and wellness tourism (mainly spas, but also several mountain and cave spas), urban and cultural tourism (historical cities, monuments, castles, etc.), as well as contemporary cultural events, rural tourism and ecotourism (various forms of rural tourism, partly in protected areas) and business tourism (including business trips, conferences, and incentives) (Formadi et al., 2017). Rural tourism includes travel and vacations in a rural environment motivated by the desire to experience a natural, down-to-earth rural life, including stays and even active participation in farm managing activities. Key market segments include families with young children and middle-aged and older couples with higher education and income. When vacationing in the countryside, tourists are likely to try to engage in various activities offered at the destination (e.g., cycling, health and wellness, wine tourism, etc.) and place great emphasis on experiencing the local environment (Formadi et al., 2017). The same authors also point out that rural tourism is developing throughout Hungary, mainly driven by national and regional development policies to diversify income sources in rural areas. In many places, progress is slow because farmers have minimal professional experience in hospitality and tourism and lack adequate support and willingness to cooperate. Rural tourism can therefore be considered as a generally underdeveloped product, with exceptions that mainly include gastronomic services on family farms.

Nonetheless, several areas offer a competitive and diverse rural tourism experience. The most successful rural destinations are the Balaton Mountains, including the Valley of Art, Órség, Kiskunság Tanya, and Kelet-Mecsek. This paper examines two Hungarian counties in the Croatian border area – Zala and Somogy counties. Both counties have more developed tourism than the Croatian part of the border area. This is mainly due to the proximity of Lake Balaton, which is very attractive for tourists, but also to other attractions such as hunting, gastronomic and wine tourism, and rich cultural heritage. Croatian border areas account for only about 10% of Hungarian tourism indicators, which indicates a significant lag in tourist arrivals and overnight stays (Pannonegtc.eu, 2023).

4.1. Zala County

Zala is one of the 19 Hungarian counties and belongs to the western Danube region. The County's area is 3,784 km², and the number of inhabitants is 269,705. The territory of the County borders the Croatian counties of Me-

dimurje and Varaždin. The administrative center is Zalaegerszeg. It consists of 9 micro-regions and 257 municipalities. Tourism plays a vital role in the economy. The County's tourism basis is Hévíz, with its natural thermal lake. In addition to other thermal baths (mainly the bath complex in Zalakaros), this area also offers other tourist attractions: intact nature (Balaton-felvidék National Park, Small Muddy Lake Nature Reserve (Kis-Balaton) and rural tourism (originally in the ethnographic region of Göcsej). The baroque palace of the Festetić family is located in Keszthely. According to Svržnjak and Kantar (2015), the fact that Sármellék International Airport is located in Zala County is significant for the further development of tourism. Zala County has similar geographical characteristics to the neighboring Somogy County. Svržnjak and Kantar (2015) also state that the most important tourist attraction is Lake Balaton with its beautiful landscape, clean air, and abundance of natural values (the Arboretum near Csecs, Orseg National Park, the mountains near Keszthely, and the forests are mentioned most frequently). In contrast to Somogy County, Zala County tourism is one of the most successful economic sectors in Zala County. One of the oldest tourist centers, Heviz Spas, is located here, and the healing spas of Zalakaros, Lenti, and Kehidakustany also stand out in terms of tourism and development. The county is rich in medicinal baths, spas, recreational baths, and swimming pools which are fed with medicinal water from thermal springs. Therefore, the research of Svržnjak and Kantar (2015) shows that the respondents emphasize developed thermal/health tourism, Heviz, lakes and ponds, organized city lakes for rowers, and water parks as tourism values. The second and third tourism associations also mention cultural heritage, historical monuments, sights, and events in the County.

4.2. Somogy County

The Somogy County is located in southwestern Hungary, on the southern Danube (Dél-Dunántúl), along the border with Croatia, which is partly natural, as it consists of the Drava River in the south and Lake Balaton, the largest freshwater lake in central Europe. It has an area of 6,036 km². With only 56 inhabitants/km², it is the most sparsely populated county in Hungary. There are 244 settlements in Somogy County, with a population of 335,237. The administrative center is Kaposvár. It borders with Koprivnica-Križevci County. Somogy district abounds in large forest areas and other natural resources. Therefore, it is not surprising that tourists emphasize Lake Balaton and water in general (lakes, medicinal waters, and spas), natural values, and clean environment (lots of greenery, forests, vineyards, etc.) as outstanding tourist resources of Somogy County.

Furthermore, Svržnjak and Kantar (2015) state that Somogy County has a well-organized urban center, a rich cultural program, developed hunting and fishing tourism, wine and gastronomic tourism, and that of special forms of tourism, hunting, spa, and rural tourism are the most common forms of tourism in the county. Recently, a stronger development of rural tourism has been initiated in Hungary, and national tourism development plans have been adopted in the same direction. The National Tourism Development Strategy of Hungary 2030 is a fundamental document that defines the goals and methods of tourism management until 2030. The National Strategy of Hungary, in terms of the development of the tourism regions, specifies a shift in the focus of tourism development from individual attractions, pointing out that the key to increasing Hungary's tourism potential lies in the development of a tourist destination (Mtu.gov.hu, 2023). A new, economically, socially, and environmentally sustainable approach to the development of attractions and the development of tourism infrastructure influences the development of a tourist destination and ensures that visitors enjoy high-quality experiences. The strategy recognizes critical global trends and challenges that will shape the future of tourism. It predicts an increased need for new tourism experiences, emotions, authenticity, and added value. The development policy recognized global tourism trends such as the expected growth of tourism until 2030, regional changes in source and destination markets, increasing needs for an authentic travel experience, shifts within target groups, market globalization, technological challenges and digitalization, effects of climate change, intensive urbanization and "over-tourism", and changes in world policies and global security policies. The focus is on the increasing share of travelers who do not want to experience the destination as a tourist but want to connect with and get to know the local population and participate in their daily activities (Mtu.gov.hu, 2023).

5. DISCUSSION

Each of the observed counties has a different approach to implementing tourism development policies and programs in its rural areas with an assigned sustainability component. Table 1 shows the representation of specific types of rural tourism, that can be used to build a picture of the current state of rural tourism development in each observed county.

Table 1: Representation of certain types of rural tourism in the observed counties

TYPE OF RURAL TOURISM	KRAPINA-ZAGORJE COUNTY	KOPRIVNICA-KRIŽEVCI COUNTY	VARAŽDIN COUNTY	MEĐIMURJE COUNTY	ZALA COUNTY	SOMOZY COUNTY
AGROTOURISM	+	+	+	+	+	+
WINE TOURISM	+	+	+	+	-	+
GASTRO-TOURISM	-	-	+	+	-	+
HUNTING TOURISM	-	+	-	-	-	+
FISHING TOURISM	-	+	+	+	+	+
NATIONAL PARKS	-	-	-	-	+	-
RELIGIOUS TOURISM	+	+	-	-	-	+
CULTURAL TOURISM	+	+	+	+	+	-
ADVENTURE TOURISM	-	-	+	+	-	-
HEALTH TOURISM	+	-	+	+	+	+

Source: Authors

The data obtained were compiled from the assessments and experiences of various authors on the respective topic since the statistical data only cover tourism as a whole and not the share of individual special forms of tourism. Therefore, the information presented is subjective, as it reflects the opinion of the author of the paper based on previous research. The following analysis of the current situation of rural tourism in an individual county can be the basis for corrections and the creation of new useful measures that contribute to the sustainable development of rural tourism. The above table shows that

not a single county has developed all forms of rural tourism, which was expected because not all counties have identical resource-attractive conditions. It should be noted that Varaždin and Međimurje counties are leading among the other observed counties in terms of the number of developed different forms of special forms of tourism. However, the obtained data do not correspond to the number of overnight stays, because among the four listed counties, Međimurje County ranks second, and Varaždin County ranks third in the number of tourist overnight stays according to the 2022 data. Krapina-Zagorje County takes the first place, with a narrowly defined rural and tourist offer, mainly thermal and religious tourism (Dzs.hr, 2023). A similar situation in tourist overnight stays is observed in the counties of the Hungarian cross-border area, where Zala County has four times higher results in tourist overnight stays than Somogy County between 2018 and 2022 (Ksh.hu, 2023). While Somogy County offers a handful of forms of rural vacations, Zala County, on the other hand, has far more overnight stays with its narrowly defined rural tourist offer, primarily based on thermal spas. From the above, it can be concluded that the diversification and fragmentation of the tourist offer are not necessarily a prerequisite for tourist arrivals and the selection of tourist destinations. However, offering an innovative tourist product based on an attractive natural and anthropological atmosphere seems to be much more important as a basis for an authentic experience of rural tourism. It would add value that affects the attractiveness of the tourist destination.

5.1. Limitations and Contribution of Research

The research based on the historical method and the collection of secondary sources are a limitation of this paper. In the future, it is recommended that empirical research be conducted to collect data that can be used to accurately quantify how successful the observed county is in implementing its rural tourism development policy and what the indicators are for the success of rural tourism development policy implementation in the rest of the counties in the country. Based on the data of the primary research, it was possible to gain insight into the precise data that would contribute to a more meaningful comparison of the success of the implementation of rural tourism in the counties in northwestern Croatia and analyze the sustainability and efficiency of the economic valorization of the existing tourism resources. Sublimation of the previous knowledge about the impact of rural tourism on the development of rural areas in northwestern Croatia is the contribution of this paper. A particular emphasis of this paper is placed upon the importance of establishing cross-border cooperation in order to exchange relevant knowledge and expe-

rience with cross-border regions, and thus influence competitiveness in the international tourism market.

6. CONCLUSION

Rural tourism is one of the essential factors affecting the development of the economy in rural areas. In Croatia, rural tourism is still underestimated compared to mass tourism. Current trends show a decreasing interest in mass tourism. Today, tourists are increasingly attracted to quiet destinations, which attract with the beauty of landscape and nature, places with a traditional way of life, and places where they can relax from the hustle and bustle of urban life. Therefore, great attention must be paid to the sustainable development of rural areas by managing the environmental, economic, and social components of tourism.

The positive effects of rural tourism on the development of rural areas are far more significant than the negative ones and are recognized by government tourism institutions. For this reason, development documents are being prepared that are aimed at the development of continental tourism. Efforts are also being made to reposition Croatia as a country of beauty and fulfillment, and to develop and market new, internationally competitive special forms of tourism. An overview of the current state of rural tourism in four counties in northwestern Croatia gave the impression that the observed areas of both countries have yet to manage to realize their full potential in terms of economic valorization, even though they are abundant in tourist resources. A relatively low number of tourist arrivals and overnight stays needs to be stimulated through promotional activities and tourism infrastructure. To boost tourist demand, new innovative forms of rural tourism must be developed and better promotion of these destinations must be undertaken. Enriching the tourist offer and strengthening the tourism brand as a destination for rural vacations would significantly contribute to developing continental tourism in these counties and better positioning northwestern Croatia as a recognizable rural tourist destination. Rural development of the Hungarian-Croatian border area should be approached similarly. The development of joint tourism projects and activities would create new potentials and opportunities for a more comprehensive development of rural tourism between the two countries and for solving obstacles and problems that transcend the borders between the countries. Through cross-border cooperation, it is possible to achieve more far-reaching results in tourist arrivals and overnight stays. A joint international initiative to promote tourism and connect tourism markets would open up

opportunities for the development of a new tourist offer in rural cross-border areas – those that would combine vacations in both countries. This way, an advantage could be achieved in terms of competitiveness in the international tourism market and the recognition of the international tourist destination. Therefore, Croatia and Hungary have a common interest in developing cross-border cooperation.

REFERENCES

1. Bacsı, Z., Kovacs, E. (2007). Razvojne karakteristike prekograničnih regija. Keszthely. Mađarska: Mikroregionalna multifunkcionalna i razvojna asocijacija Keszthely-Heviz: Zapadno-balatonska radionica za društveno-znanstvena istraživanja.
2. Bacsı, Z., Kovacs, E., Svržnjak, K. (2008). Mogućnosti suradnje za razvoj prekograničnog područja. Objavljeno u zborniku radova Razvoj, identitet i okoliš - međuregionalni aspekti. Pintiće V. (ed.), Križevci, Hrvatska: Visoko gospodarsko učilište u Križevcima: 42-44.
3. Bartoluci, M. (2013). Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva. Turistička politika, razvoj i poduzetništvo u turizmu. Zagreb: Školska knjiga
4. Bartoluci, M., Hendija, Z.; Petračić, M. (2016). Pretpostavke održivog razvoja ruralnog turizma u kontinentalnoj Hrvatskoj. Izvorni znanstveni članak. Acta Economica Et Turistica, Vol. 1 No. 2, https://hrcak.srce.hr/index.php?id_clanak_jezik=236095&show=clanak, cited: 6/12/2021.
5. CBS – Croatian Bureau of Statistics. Turizam – pregled po županijama. Available at: <https://podaci.dzs.hr/hr/statistika-u-nizu/>, cited: 19/3/2023.
6. Croatian Chamber of Economy (2018). Županije – razvojna raznolikost i gospodarski potencijali. Zagreb: INTERGRAFIKA TTŽ. Available at: <https://www.hgk.hr/documents/analiza-zupanija-2018-web5bd31ccf68e7f.pdf>, cited: 18/3/2023.
7. Čagalj, M., Ivanković, M., Dulčić, Ž., Grgić, I., Pašta, M. (2021). Tipologija ruralnog prostora Republike Hrvatske s posebnim osvrtom na Splitsko-dalmatinsku županiju. Agroecnomia Croatica, Vol. 11 No. 1, pp. 93-103
8. Demonja, D. (2012). Baština i tradicija u oblikovanju turističke ponude na ruralnom prostoru Hrvatske. Podravina, 11(21), pp. 205-218.
9. Demonja, D., Ružić, P. (2010). Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima. Zagreb: Meridijani.
10. European Agricultural Fund for Rural Development. Program ruralnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje 2014. – 2020. <https://ruralnirazvoj>.

hr/files/documents/Program-ruralnog-razvoja-Republike-Hrvatske-za-razdoblje-2014.-2020.-ver.-5.3.pdf, cited: 6/3/2023.

11. Formadi, K., Mayer, P., Pénczes, E. (2017). Geography of Tourism in Hungary. Department of Tourism Faculty of Economics, University of Pannonia Available at: <https://www.researchgate.net/publication/312866236>, cited: 24/1/2023.
12. Horwath Consulting Zagreb (2006). Strategija razvoja turizma Srbije (The Strategy of Tourism Development in Serbia)
13. Horwath HTL – Hotel, Tourism, Leisure (2016). Master-plan razvoja turizma Krapinsko-zagorske županije 2016.-2025. Available at: <https://www.kzz.hr/sadrzaj/dokumenti/master-plan-razvojturizma/KZ%c5%bd%20Master%20plan%20razvoja%20turizma.pdf>, cited: 19/3/2023.
14. Hungarian Tourism Agency. National Tourism Development Strategy 2030. Available at: https://mtu.gov.hu/documents/prod/mtu_strategia_2030-english.pdf, cited: 27/1/2023.
15. INTERREG, HU-HR 2021-2027 Analiza stanja CB Joint Strategy project https://www.pannonegtc.eu/userfiles/CB_Joint_strategy_workshopok/Prezentacija_teritorijalne_radionice_1_.pdf, cited: 20/3/2023.
16. Ivandić, N. (2021). Fake Plastic Trees. COVID-19: PRIJETNJA I PRILIKA ZA HR TURIZAM – Zbornik radova. Institut za turizam. Web COVID-19 publikacije. Available at: https://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/2020/COVID-19/Ivandi%C4%87-N_2020.pdf, cited: 20/3/2023.
17. Jerčinović, S., Svržnjak K. (2007). Strategija pozicioniranja ruralno turističke destinacije kroz građenje identiteta županije. // Prvi hrvatski kongres ruralnog turizma Perspektive razvoja ruralnog turizma / Baćac, Robert (ed.). Hvar: Kongres ruralnog turizma, pp. 197-204 (predavanje, domaća recenzija, cjeloviti rad (in extenso), znanstveni)
18. Koprivnica-Križevci County (2016). Županijska razvojna strategija Koprivničko-križevačke županije 2014-2020. Available at: <https://kckzz.hr/wp-content/uploads/2016/09/%C5%BDUPANIJSKA-RAZVOJNA-STRATEGIJA-2014-2020.-1.pdf>, cited: 19/3/2023.
19. Krapina-Zagorje County (2013). Službena web stranica. Aktivnosti Krapinsko-zagorske županije iz područja turizma. Available at: <https://www.kzz.hr/turisticki-pokazatelj-aktivnosti>, cited: 19/3/2023.
20. Krapina-Zagorje County, Službena Web stranica. Turizam. Prvi u Hrvatskoj – hodočasnički turizam. Available at: <https://www.kzz.hr/turizam/brosura-hodocasnicki-turizam>, cited: 19/3/2023.

21. Krapina-Zagorje County. Strategija ruralnog razvoja Krapinsko-zagorske županije 2011.-2013. Available at: https://www.kzz.hr/sadrzaj/dokumenti/strategija-razvoja-2020/Startegija_ruralni_razvoj.pdf, cited: 20/3/2023.
22. Kóródi, M., Dávid, L. D. (2019). The Uniqueness Of The Hungarian Rural Tourism Supply. *Journal of Tourism and Services*, 10(19): 24-39. <https://doi.org/10.29036/jots.v10i19.93>
23. Krajnović, A., Čičin-Šain, D., Predovan, M. (2011): Strateško upravljanje razvojem ruralnog turizma – problemi i smjernice. Izvorni znanstveni članak. *Oeconomica Jadertina*, Vol. 1 No. 1. Available at: <https://hrcak.srce.hr/68201>, cited: 7/2/2023.
24. Loparić, A., Gregorić, M. (2016). Turistički potencijali Varaždinske županije iz segmenta kulturnog i vjerskog turizma. Zbornik radova 4. Međunarodna konferencija – inovacije, tehnologije, edukacija i menadžment. Međimursko veleučilište u Čakovcu. Available at: https://www.researchgate.net/publication/325181485_Turisticki_potencijali_Varazdinske_zupanije_iz_segmenta_kulturnog_i_vjerskog_turizma/link/5afcbee40f7e9b98e03e8cc5/download, cited: 7/2/2023.
25. Maravić, D. (2018). Izvori financiranja u ruralnom turizmu u Hrvatskoj. 4. međunarodni kongres o ruralnom turizmu, Zbornik radova, str. 356-368. Available at: https://www.fthm.uniri.hr/images/kongres/ruralni_turizam/4/strucni/Maravic.pdf, cited: 1/3/2023.
26. Marušić, Z., Čorak, S., Ivandić, N., Beroš, I., Ambrušec, M. (2020). Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj. *Tomas, Hrvatska 2019*. Zagreb: Institut za turizam. Available at: <http://www.iztg.hr/files/file/RADOVI/KNJIGE/TOMAS-Hrvatska-2019.pdf>, cited: 6/2/2023.
27. Međimurje County (2017). Masterplan razvoja turizma Međimurske županije do 2020. Available at: https://medjimurska-zupanija.hr/dokumenti/U0%20za%20gospodarske%20djelatnosti/Masterplan_razvoja_turizma_Medjimurske_zupanije_2020.pdf, cited: 19/3/2023.
28. Mesarić Žabčić R. (2007). Ruralni turizam i poduzetništvo: primjer Međimurske županije, 2007., Zbornik radova Prvog hrvatskog kongresa ruralnog turizma: Perspektive razvoja ruralnog turizma s međunarodnim sudjelovanjem/ Baćac R. (ed.), Hrvatski farmer d.d., Klub članova Selo, Zagreb
29. Petrić, L. (2006). Izazovi razvoja ruralnog turizma: dosadašnja praksa u Europi i reperkusije na Hrvatsku. *Acta turistica* 18, No. 2, pp. 138–170.
30. PORA – Development Agency of Podravina and Prigorje. Županijska razvojna strategija Koprivničko-križevačke županije 2014-2020. – Analiza stanja.

Available at: <https://kckzz.hr/wp-content/uploads/2016/09/Osnovna-analiza-1.pdf>, cited: 18/3/2023.

31. Rátz, T., Puczkó, L. (1998): Rural Tourism and Sustainable Development in Hungary. In: Hall, D. – O’Hanlon, L. (eds.): “Rural Tourism Management: Sustainable Options” International Conference, Conference Proceedings. SAC, Auchincruive, Ayr, str.450-464. Available at: https://www.academia.edu/1940623/Rural_tourism_and_sustainable_development, cited: 27/2/2023.
32. Ružić, P. (2009). Ruralni turizam, Poreč: Problemi sjevernog Jadrana: Problemi sjevernog Jadrana, No. 11, 2012. Available at: <https://hrcak.srce.hr/85490>, cited: 6/3/2023.
33. Strategy for sustainable tourism development by 2030 (Official Gazette 2/2023)
34. Tourism Development Strategy of the Republic of Croatia until 2020 (Official Gazette 53/2013)
35. Svržnjak, K., Kantar, S. (2013). Studija o neiskorištenim turističkim potencijalima i mogućnostima investiranja u turizam na prekograničnom području Mađarska - Hrvatska Available at: <https://www.vguk.hr/multimedia/dfbc0e6b31447902cf8c7ce5a23373cc0b22213ffc43cce36955643dd79ae982d9dcbe8f1551171283.pdf>, cited: 27/1/2023.
36. Svržnjak, K., Kantar, S. (2015). Prednosti i nedostaci razvoja ruralnog turizma prekograničnog područja. Pregledni rad. *Agroecnomia Croatica* 5:2015 (1) pp. 58-65, Available at: <https://hrcak.srce.hr/file/211968>, cited: 27/1/2023.
37. Štetić, S. (2007). Posebni oblici turizma. Beograd: Forma.
38. Šuran F. (2016). Slobodno vrijeme, putovanje i turizam: sociološki pristup. Buje: Happy
39. Tomić, S. (2008). Rural Tourism - the Chance of the 21st Century. *Jelenkori Társadalmi és Gazdasági Folyamatok* 3 (1), 123-27. <https://doi.org/10.14232/jtgf.2008.1.123-127>.
40. Varaždin County (2015). Strategija razvoja turizma Varaždinske županije 2015. – 2025. Available at: (https://www.turizam-vzz.hr/images/dokumenti/akti/Strategija_razvoja_turizma_Varazdinske_zupanije_2015.-2025..pdf), cited: 19/3/2023.
41. Varaždin County Tourist Board. Available at: <http://www.turizam-vzz.hr>, cited: 18/3/2023.
42. Vukonić, B.; Čavlek, N. (2001). (eds.). Rječnik turizma, Masmedija, Zagreb.

PROMET I RAZVOJ ODRŽIVOG TURIZMA U KONTINENTALNOJ HRVATSKOJ

Pregledni rad

Barbara Rudić

Veleučilište u Rijeci
Vukovarska 58
51 000 Rijeka
barbara.rudic@veleri.hr

Erika Gržin

Veleučilište u Rijeci
Vukovarska 58
51 000 Rijeka
erika.grzin@veleri.hr

Sažetak

U ovom se radu posvećuje posebna pozornost suvremenom prometu i razvoju održivog turizma. Naglašava se veliko značenje prometa i turizma za gospodarski sustav zemlje jer promet ima veliki utjecaj na razvoj turizma. Promet i turizam imaju veliko značenje i stavljaju područje Kontinentalne Hrvatske u središte aktualnih pitanja oko ukupnog razvoja Republike Hrvatske. Zbog aktualnosti samog naslova rada, u radu se analiziraju trendovi razvoja turizma u Republici Hrvatskoj i Kontinentalnoj Hrvatskoj. Analiza i zaključci ovoga rada mogu biti doprinos u definiranju nove politike razvoja prometa i turizma na ovom značajnom području Republike Hrvatske. Zbog korištenja postojećih prednosti koje proizlaze iz geostrateškog položaja te velikih turističkih potencijala, promet zaslužuje veliku pozornost u budućem razvoju Kontinentalne Hrvatske kao turističke destinacije.

Ključne riječi: promet, razvoj, održivi turizam, Kontinentalna Hrvatska

TRAFFIC AND DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE TOURISM IN CONTINENTAL CROATIA

Abstract

In this paper, the authors pay special attention to modern traffic and the development of sustainable tourism. The great importance of traffic and tourism for the county's economic system is emphasized because traffic affects the development of tourism. Traffic and tourism are of great importance and place Continental Croatia at the center of current issues concerning the overall development of the Republic of Croatia. The paper analyzes the development trends of tourism in the Republic of Croatia and Continental Croatia. The analysis and conclusions of this paper can contribute to defining a new policy for the development of transport and tourism in this important area of the Republic of Croatia. Due to the use of existing advantages resulting from its geostrategic position and great tourism potential, traffic deserves great attention in the future development of Continental Croatia as a tourist destination.

Keywords: traffic, development, sustainable tourism, Continental Croatia

1. UVOD

Pitanja prometa i razvoja održivog turizma predstavljaju vrlo značajna pitanja razvoja i funkcioniranja gospodarstva Republike Hrvatske. Imajući na umu međusobnu povezanost prometa i turizma, kao i velik utjecaj na bruto domaći proizvod, te dvije značajne gospodarske grane zaslužuju stalna istraživanja i analize.

Problematika prometa i razvoj održivog turizma u Kontinentalnoj Hrvatskoj zaslužuju posebnu pozornost. Analiza stanja i mogućnosti modernizacije željezničkog prometa, cestovnog prometa i zračnog prometa u Kontinentalnoj Hrvatskoj temeljni su preduvjet za razvoj održivog turizma u tom području te im se u ovom radu posvećuje velika pozornost.

Upravo se zbog toga može reći da istraživanje i analiza prometa i razvoja održivog turizma u Kontinentalnoj Hrvatskoj, odnosno analiza mogućnosti razvoja specifičnih oblika turizma, predstavljaju glavni cilj ovoga rada. Kako bi se ispunio cilj istraživanja, rad se sastoji od šest međusobno povezanih dijelova preko kojih je provedena analiza dvaju strateških dokumenata, i to Strategi-

ja prometnog razvoja Republike Hrvatske (2017. – 2030. godine) te Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine koja je akt strateškog planiranja hrvatskog turizma.

2. OSNOVNA OBILJEŽJA PROMETA U KONTINENTALNOJ HRVATSKOJ

Ne ulazeći u povijesni razvoj prometa u Republici Hrvatskoj, a imajući na umu naslov i glavni cilj ovoga rada, važno je analizirati neka osnovna obilježja prometa u Kontinentalnoj Hrvatskoj. Zbog suvremenog pristupa u analizi suvremenih obilježja prometa potrebno je poći od aktualnih europskih sporazuma na području prometa, Strategije prometnog razvoja Republike Hrvatske (2017. – 2030.) te postojećeg zakonodavstva na području prometa u Republici Hrvatskoj.

Polazni okvir za razvoj prometnih sustava u RH čine europski prometni koridori. Paneuropska prometna mreža uključuje deset paneuropskih prometnih koridora čija ukupna mreža iznosi 20.900 km željezničkih pruga, 18.700 km cesta, 86 transportnih terminala, 4.000 plovnih putova u unutarnjim vodama, 58 riječnih luka, 20 morskih luka i 40 aerodroma (Hlača, 2016:136). Za Republiku Hrvatsku i posebno za Kontinentalnu Hrvatsku značajni su paneuropski koridori Vb (Rijeka – Zagreb – Budimpešta), Vc (Ploče – Mostar – Sarajevo – Osijek – Budimpešta) i X.

Osnovne specifičnosti koridora X kroz Hrvatsku odnose se na ceste i željeznicu. Ceste u tom koridoru idu na pravcu Obrežje (slovensko – hrvatska granica) – Zagreb – Novska – Lipovac. Hrvatski dio željezničkog koridora X pripada magistralnom pravcu tog koridora i povezuje sljedeće gradove: Savski Marof – Zagreb – Novska – Vinkovci – Tovarnik (Pan – European Transport Corridors and Areas Status Report. Pan – Eurostar, Developments and Activities Between 1994 and 2003/Forecast Until 2010; 2006.). Prema Strategiji prometnog razvoja Republike Hrvatske u prometnom pogledu Republika Hrvatska sastoji se od šest funkcionalnih regija koje odražavaju veći dio dnevnih migracija. Područje Kontinentalne Hrvatske kako je zamišljeno u ovom radu odnosi se na područje Središnja Hrvatska i Istočna Hrvatska.

2.1. *Željeznički promet u Središnjoj Hrvatskoj i Istočnoj Hrvatskoj*

Kada je u pitanju željeznički promet u Središnjoj Hrvatskoj, u tom prometnom području dominira željezničko čvorište Zagreb. Željezničko čvorište Za-

greb nalazi se na sjecištu paneuropskih koridora X i Vb. To čvorište proteže se od kolodvora Savski Marof na zapadu, kolodvora Dugo Selo na istoku i kolodvora Hrvatski Leskovac prema jugu te kolodvora Zagreb Klara prema Velikoj Gorici. Čvorište Zagreb organizirano je po suvremenim metodama funkcioniranja većih željezničkih čvorišta u Europi.

Posebna pozornost posvećena je teretnom prometu tako da se teretni promet ne odvija kroz Zagreb Glavni kolodvor u samom središtu čvorišta, što bitno utječe na bolju organizaciju putničkog prometa. Osim željeznice, u samom gradu vozni redovi raznih oblika javnog gradskog prijevoza funkcioniraju autonomno te bi trebalo ispitati mogućnost suradnje i sinkronizacije, a sve zbog poboljšanja putovanja putnika i turista.

Zbog boljeg razumijevanja treba naglasiti da se trenutno željeznički sustav Republike Hrvatske sastoji od triju velikih trgovačkih društava: HŽ Infrastruktura d.o.o. (HŽI), HŽ Putnički prijevoz d.o.o. (HŽPP) i HŽ Cargo d.o.o. (HŽC) te drugih korisnika koji ovise o potražnji putnika i teretnih prijevoznika (Strategija prometnog razvoja Republike Hrvatske, 2017. – 2030., 93).

Sukladno naslovu ovoga rada treba naglasiti da je HŽ Putnički prijevoz d.o.o. glavni prijevoznik putnika i turista u željezničkom prometu Republike Hrvatske te mu se zbog obavljanja javnog prijevoza putnika u unutarnjem i međunarodnom željezničkom prometu dodjeljuju i određena financijska sredstva iz državnog proračuna.

Imajući na umu željezničke pravce od Zagreba prema Mađarskoj i Sloveniji, prisutna je stalna potreba za modernizacijom željezničkog prometa sukladno europskim direktivama, posebice za pitanja sigurnosti prometa te saznanja da na tim željezničkim pravcima postoji tradicionalno velik intenzitet prijevoza putnika, što ima velik utjecaj i na kretanje turista.

U novije vrijeme to pomalo prerasta u formiranje posebnih turističkih vlakova iz susjednih zemalja prema Zagrebu i nastavno prema moru, posebice u ljetnoj sezoni.

I teretni i putnički željeznički promet od Zagreba do istočne granice na Dunavu ima velik utjecaj za razvoj svih slavonskih županija. Kada se govori o modernizaciji i podizanju razine željezničkog prometa, misli se na motorne vlakove, nove dizelske i električne lokomotive za vuču konvencionalnih zatvorenih putničkih vagona. Tu treba dodati i problem oko kompatibilnosti željezničke infrastrukture i voznog parka. U sklopu modernizacije važno je i pitanje prilagođavanja prijevoza ljudima smanjene pokretljivosti jer to pruža dobru sliku i primjer za domaće i europske putnike i turiste. Kada se govori o Središnjoj i Istočnoj Hrvatskoj u prometnom smislu, misli se okvirno na promet u Zagrebu i ostalim područjima. Dok Istočna Hrvatska podrazumijeva pet slavonskih županija koje čine povezanu prometnu cjelinu.

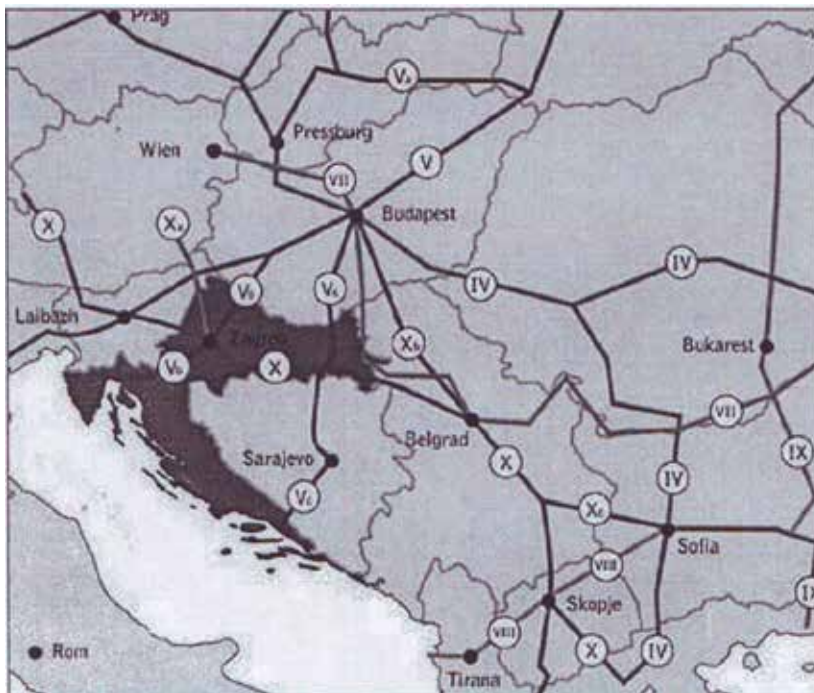
2.2. Cestovni promet u Središnjoj i Istočnoj Hrvatskoj

Cestovni promet najčešće se definira kao djelatnost prijevoza robe i putnika svim vrstama cestovnih vozila i na svim vrstama cestovnih prometnica. Cestovni promet širi je pojam od cestovnog prijevoza jer cestovni promet obuhvaća prijevoz robe i putnika cestovnim prijevoznim vozilima te sve operacije i komunikacije u svezi s cestovnim prijevozom.

Zbog uključivanja u glavne europske prometne koridore i robne tokove neophodno je sagledavanje i povezivanje cestovnog prometa Republike Hrvatske u glavnu europsku cestovnu mrežu.

Kako bi se dobio bolji uvid u postojeću osnovnu cestovnu mrežu u Republici Hrvatskoj, u prikazu 1 daje se karta međunarodnih cestovnih koridora.

Prikaz 1.: Karta međunarodnih cestovnih koridora



Izvor: Strategija prometnog razvoja Republike Hrvatske (2017. – 2030.), str. 98.

Hrvatska cestovna infrastruktura na navedenim koridorima sastoji se od sljedećih mreža autocesta:

- autocesta A2 koja je sastavni dio sveobuhvatne mreže TENT-T-a i nalazi se na paneuropskom koridoru Xa
- autocesta A4 i A1 (Zagreb – Bosiljevo 2) i A6 (Bosiljevo 2 – Rijeka) koje su sastavni dio Mediteranskog koridora TENT-T-a i nalaze se na paneuropskom koridoru Vb
- autocesta A5 i A10 koje su sastavni dio sveobuhvatne mreže TENT-T-a i nalaze se na paneuropskom koridoru Vc
- autocesta A3 koja je sastavni dio osnovne mreže TENT-T-a i nalazi se na paneuropskom koridoru X.

Prema relevantnim institucijama za cestovni promet dostignuta razina cestovne mreže u RH ocjenjuje se primjerenom europskom sustavu cestovnog prometa, a posebice u pogledu visokih standarda sigurnosti, zaštite okoliša te zaštite divljih životinja.

Primjer Središnje Hrvatske dobar je primjer dinamike razvoja cestovnog prometa. Što se tiče Istočne Hrvatske koja podrazumijeva pet slavonskih županija planira se podizanje razine cestovnog prometa.

Nije potrebno isticati koliko je područje Istočne Hrvatske značajno za turističke tokove koji vode od Mađarske preko Hrvatske, Bosne i Hercegovine prema južnoj Hrvatskoj (Ploče, Metković, Dubrovnik). Tu se radi o koridoru Vc koji bi trebao povezati sva područja kroz koja prolazi koridor Vc, a to su pravac Ploče, Mostar, Sarajevo, Osijek i Budimpešta.

3. ZRAČNI PROMET U KONTINENTALNOJ HRVATSKOJ

Zračne luke u Republici Hrvatskoj imaju veliki utjecaj na funkcioniranje suvremenog prometnog sustava. Osim prijevoza putnika i povezivanja s europskim zračnim lukama, hrvatske zračne luke predstavljaju vrlo značajne pristupne točke turističkog sektora. Zračni prijevoz u RH snažno je povezan s turizmom što je vidljivo iz broja putnika koji prolaze preko hrvatskih zračnih luka. Kao znak povezanosti zračnih luka i turizma govori činjenica da u hrvatskim zračnim lukama znatno raste broj putnika od svibnja do rujna što se podudara s vrhom turističke sezone u Republici Hrvatskoj.

Najveći broj zračnih luka Republike Hrvatske nalazi se u gradovima na jadranskoj obali kao što su: Split, Dubrovnik, Zadar, Rijeka i Pula. Kada je u pitanju razvoj zračnog prometa i turizma u Kontinentalnoj Hrvatskoj glavnu ulogu imaju Zračna luka Franjo Tuđman u Zagrebu, koja je povezana sa svim glavnim

europskim centrima, te zračna luka u Osijeku. Zagrebačka zračna luka centralna je točka hrvatskog zračnog prometa koja zbog svoga geografskog položaja ima ulogu domaćeg i inozemnog prometnog čvora. Zagrebačka zračna luka uz dobre hrvatske autoceste i državne ceste afirmira Republiku Hrvatsku kao značajnu prometnu točku u regionalnom smislu. Zbog značenja za zračni promet treba naglasiti da je zagrebačka zračna luka u 2022. godini imala promet od 3.102.485 putnika. Zračna luka u Osijeku u 2022. godini imala je ukupni promet od 15.174 putnika.

Zračna luka Osijek pripada 4D kategoriji luka prema ICAO klasifikaciji, a opremljena je sustavom za instrumentalni prilaz prve kategorije. Uzletno-sletna staza dužine 2.500 m i širine 45 m omogućava prihvati i otpremu najvećih putničkih i cargo zrakoplova. Putnička zgrada omogućava protok putnika od 150 do 200 tisuća putnika godišnje. Vizija je Zračne luke Osijek biti međunarodna regionalna zračna luka s kontinentalnim cjelogodišnjim prometom koja podržava i promovira gospodarski rast i razvoj Istočne Hrvatske i regije u cjelini, osiguravajući visoku kvalitetu i najviše standarde u svakom segmentu usluga koje pruža (Zračna luka Osijek, 2023.).

Zbog uvida u promet putnika u svim zračnim lukama RH u tablici 1 navodi se ukupni promet putnika za 2022. godinu.

Tablica 1. Promet putnika u zračnim lukama Republike Hrvatske

	I. – XII. 2022.
Zagreb	3 102 485
Split	2 885 863
Dubrovnik	2 139 382
Pula	383 477
Rijeka	161 873
Osijek	15 174
Zadar	1 082 672
Mali Lošinj	1 593
Brač	13 072
UKUPNO	9 785 591

Izvor: Priredili autori prema podacima Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske

Osim ukupno prevezenih putnika prema tablici 1 u 2022. godini u hrvatskim zračnim lukama ostvareno je 118 tisuća slijetanja i polijetanja zrakoplova te je u hrvatskim zračnim lukama u 2022. godini ukrcano i iskrcano 9,8 milijuna putnika što je porast od 108,2 % u usporedbi s 2021. godinom. Ukupan promet tereta u zračnim lukama u 2022. godini porastao je 10,9 % u odnosu na isto razdoblje 2021. godine te je iznosio 9,8 tisuća tona. Međutim, takav porast treba promatrati u kontekstu utjecaja pandemije bolesti COVID-19 na odvijanje prometa u 2021. godini.

4. RAZVOJ ODRŽIVOG TURIZMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Zbog velikog značenja za gospodarski sustav svake države potrebno je razumjeti metodološka objašnjenja u svezi s turizmom. U tom smislu važno je poznavati izvor i način prikupljanja podataka o turizmu. Podatke prikuplja Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske tako da podatke preuzima iz administrativnoga izvora sustava eVisitor i dalje ih statistički obrađuje. Čvlek, Bartoluci, Prebežac, Keser (2011.) prema World Conference on the Measurement of Economik Impact of Tourisam (1999.) turizam definiraju kao aktivnost proizašlu iz putovanja i boravka osoba izvan njihove uobičajene sredine ne duže od jedne godine radi odmora, poslovnog putovanja i drugih razloga nezvanih uz aktivnosti za koje bi primili ikakvu naknadu u mjestu koje posjećuju.

Prije nego što se kaže bilo što o stanju i razvoju turizma u Republici Hrvatskoj, treba naglasiti da je razvoj i funkcioniranje prometa temeljna pretpostavka za razvoj turizma. Budući da je temeljna funkcija logističkog sustava prostorno-vremensko premještanje ljudi, dobara i informacija, premještanje ljudi u sustavu turizma ima sve veće značenje jer turistička odredišta u suvremenom svijetu ovise o razvijenosti i organizaciji pojedinih oblika prometa. Kada je u pitanju analiza pojedinih elemenata i procesa u sustavu prometne logistike, posebice treba analizirati premještanje turista, potrebnih roba i informacija jer su to glavni elementi u razvoju prometa i turizma.

Osim analize postojećeg stanja prometa u Republici Hrvatskoj koja se okvirno daje u prethodnim točkama ovoga rada, neophodno je uzeti u obzir dokumente na području prometa kao što su Strategija prometnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje od 2017. – 2030. godine i Strategija nisko ugljičnog razvoja Republike Hrvatske do 2030. godine.

Turizam zasnovan na očuvanom okolišu ne može se razvijati bez ekološki održivog prometa. Turisti koji preferiraju neki od održivih oblika turizma očekuju raspoloživost takvih oblika prometa do i na području destinacija (Stra-

tegija razvoja održivog turizma do 2030. godine). Na tragu svega navedenog, u RH posvećuje se velika pozornost razvoju svih temeljnih oblika prometa te novim oblicima u pojedinim turističkim destinacijama zadnjih 30 godina.

Kao potvrdu velikog značenja turizma za gospodarski sustav Republike Hrvatske, treba naglasiti da udio turizma u bruto domaćem proizvodu Hrvatske iz godine u godinu raste, osim u razdoblju pandemije bolesti COVID-19. Prema Državnom zavodu za statistiku Republike Hrvatske u 2019. godini udio izravnog bruto domaćeg proizvoda turizma u ukupnom bruto domaćem proizvodu iznosi 11,8 % (Državni zavod za statistiku 2022., Priopćenje broj 12.1.7.). Prema podacima Hrvatske narodne banke ukupni prihod od turizma u Hrvatskoj u 2019. godini iznosio je 10 milijardi i 539 milijuna EUR. Analizom statističkih pokazatelja vidljivo je da još uvijek dominira turizam u Jadranskoj Hrvatskoj te se naglašava potreba i mogućnost jačega razvoja turizma u Kontinentalnoj Hrvatskoj. Imajući na umu glavne elemente održivog turizma u RH te ključne izazove hrvatskog turizma koji su analizirani u Strategiji razvoja održivoga turizma do 2030. godine, posebnu pozornost zaslužuju glavni ciljevi razvoja održivog turizma u Republici Hrvatskoj (Strategija razvoja održivog turizma do 2030.):

1. cjelogodišnji i regionalno uravnoteženi turizam
2. turizam uz očuvan okoliš, prostor i klimu
3. konkurentan i inovativan turizam
4. otporan turizam.

U svezi navedenih ciljeva potrebno je pristupati i u pojedinim područjima Republike Hrvatske po pitanjima razvoja turizma. Osim Jadranske Hrvatske i Kontinentalna Hrvatska zaslužuje veliku pozornost.

5. RAZVOJ ODRŽIVOG TURIZMA U KONTINENTALNOJ HRVATSKOJ

U razmatranju prometne problematike u ovome radu vidljivo je da je s prometnog stanovišta Kontinentalna Hrvatska bila podijeljena na Središnju Hrvatsku i Istočnu Hrvatsku. Do 2012. godine prema NUTS-u (Nacionalna klasifikacija statističkih regija) Republika Hrvatska bila je podijeljena na dvije statističke regije. Međutim, od siječnja 2021. godine dvije regije prerasle su na četiri statističke regije (Regionalni razvoj i ITU mehanizam, 2023.). Zbog preglednosti dolazaka i noćenja turista u Republici Hrvatskoj u tablici 2 daje se pregled dolazaka turista po županijama 2018. i 2019. godine.

Tablica 2.: Dolasci turista po županijama Hrvatske 2018. i 2019. godine

ŽUPANIJA	DOLASCI TURISTA (u 000)	
	2018.	2019.
Zagrebačka	123	140
Krapinsko-zagorska	161	178
Sisačko-moslavačka	39	38
Karlovačka	353	364
Varaždinska	71	81
Koprivničko-križevačka	20	19
Bjelovarsko-bilogorska	25	24
Primorsko-goranska	2.910	2.966
Ličko-senjska	789	821
Virovitičko-podravska	18	17
Požeško-slavonska	16	20
Brodsko-posavska	34	37
Zadarska	1.664	1.752
Osječko-baranjska	99	108
Šibensko-kninska	965	1.009
Vukovarsko-srijemska	81	80
Splitsko-dalmatinska	3.474	3.657
Istarska	4.333	4.482
Dubrovačko-neretvanska	2.015	2.237
Međimurska	76	82
Grad Zagreb	1.400	1.454
UKUPNO	18.666	19.566

Izvor: Žaja, J., Hrvatska u brojkama 2019., Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2020., str. 30.

Već jednostavnom analizom podataka po županijama iz tablice 2 vidljiv je znatno manji broj dolazaka turista po županijama Kontinentalne Hrvatske. Sve to govori da je županijama Kontinentalne Hrvatske potreban sustavni poticaj države te županija i gradova jer svaka od njih posjeduje mogućnost za daljnji razvoj turizma. Isto tako treba naglasiti da je u godinama 2020. i 2021. došlo do radikalnog pada broja dolazaka turista u svim županijama zbog situacija oko bolesti COVID-19.

Nakon klasičnih oblika turizma te sunca i mora turisti sve više traže specifične oblike turizma kao što su: ruralni turizam, zdravstveni turizam, sportski turizam, kulturni turizam i drugi specifični oblici turizma.

5.1. Osnovna obilježja kontinentalnog turizma u Republici Hrvatskoj

Analizirajući dostignutu razinu razvijenosti turizma u Republici Hrvatskoj dolazi se do zaključka da model turizma u kojem je 92,5 % svih smještajnih kapaciteta locirano na području Jadranske Hrvatske gdje se razvoj turizma dominantno događa na obali, povećavajući pritisak na spomenuta područja Hrvatske nije održiv ni društveno ni okolišno (Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine).

Sve navedeno dovodi do pritiska na prostor i obalu. Zbog toga sve više prevladava mišljenje kako dio turista i rasterećenje obale treba rješavati skretanjem dijela turista prema Kontinentalnoj Hrvatskoj, tim više što u tome području postoje idealni uvjeti za razvoj specifičnih oblika turizma. Sve to zahtijeva dodatnu promociju sadržaja specifičnih oblika turizma i ubrzani razvoj određenih kapaciteta u kontinentalnom dijelu Hrvatske.

Područje Kontinentalne Hrvatske obuhvaća Središnju Hrvatsku, Slavoniju, Baranju i Zagreb. To je područje koje obuhvaća 13 županija. Već kratkom analizom tog područja mogu se konstatirati velike različitosti, ali i veliki potencijali na polju održivog turizma. Središnja Hrvatska prednjači bogatom prirodom. Tu se nalaze i brojni kulturno-povijesni spomenici kao što su dvorci, stare gradske jezgre, muzeji i galerije. Osim navedenog, tu se nalazi i Zagreb – glavni grad Hrvatske s brojnom povijesnom i kulturnom baštinom.

Kad su u pitanju obilježja turizma Slavonije tu su bogata povijesna tradicija i bogata gastronomska ponuda. Kontinentalna Hrvatska obiluje preduvjetima za velik razvoj specifičnih oblika turizma koji su traženi u novije vrijeme u Europi.

U modelu razvoja održivog turizma u Kontinentalnoj Hrvatskoj sve više se govori i naglašava ruralni turizam, i ne samo u Kontinentalnoj Hrvatskoj, već u određenim dijelovima zaleđa u primorskim županijama. Primjeri postojanja ruralnog turizma dobar su pokazatelj i za druge ruralne sadržaje. Imajući na umu dugoročni razvoj održivog ruralnog turizma nužno je tako turizam razvijati na znanstvenim i stručnim istraživanjima i analizama kako bi taj oblik turizma dobio na okolišnoj i financijskoj održivosti. Analizom dostignute razine i mogućnosti kada je u pitanju ruralni turizam stručnjaci naglašavaju da je riječ o prostoru izuzetnih prirodnih i društvenih potencijala, ali nedovoljno valoriziranom u hrvatskom turizmu (Živković, 2020:52).

Zdravstveni turizam Kontinentalne Hrvatske ima široku ponudu koja ima dugu tradiciju. Tu se ističu posebice toplice: Stubičke toplice, Varaždinske toplice, Krapinske toplice, Daruvarske toplice, Tuheljske toplice, Terme Jezerčica, Bizovačke toplice i Ivanić Grad. Osim toplica razvija se u Zagrebu ujedinjena znanost medicinskih stručnjaka koji su udruženi u klaster znanstvenog turizma na visokoj znanstvenoj razini.

Sportski turizam zaslužuje veliku pozornost kao jedan od specifičnih oblika turizma. Zbog sportskih sadržaja i objekata neke turističke destinacije jako su tražene u Kontinentalnoj Hrvatskoj.

Na kontinentalnom području RH, najznačajnije su aktivnosti rafting, planinarenje, lov, ribolov i veslanje. Osim navedenih aktivnosti vrlo traženi su standardni sportovi kao što su: nogomet, rukomet, odbojka, košarka, tenis i drugi sportovi. Osim navedenih klasičnih sportova treba dodati i druge oblike održivog turizma kao što su: eno-gastronomski turizam, aktivni turizam, poslovni turizam, cikloturizam, kulturni turizam i drugi specifični oblici turizma. Kada je u pitanju kulturni turizam, utvrđeno je da među takvim tipom turista prevladavaju inozemni turisti koji izražavaju zanimanje za kreativne radionice poput gastronomskih tečajeva, sudjelovanja u berbama te arheološkim iskapanjima pri čemu treba istaknuti da je posljednje istraživanje o mogućnostima kulturnog turizma u RH proveo 2008. godine Institut za turizam te predstavlja područje u kojem je moguće provesti daljnja istraživanja (Golja, Lekić, 2020:111).

5.2. *Mogućnosti razvoja turizma u Kontinentalnoj Hrvatskoj*

Kao odgovor na sve veću zabrinutost za okoliš u svijetu se održivi turizam pojavio kao istaknuti trend. Putnici traže ekološki prihvatljiva odredišta, odgovornu turističku praksu i smanjeni ekološki otisak, odnosno oblik turizma koji promiče očuvanje prirodnih resursa i podupire lokalnu zajednicu te potiče očuvanje kulture (Booking.com's Sustainability Handbook, 2023.). Platforme za *online* rezervacije, mobilne aplikacije i iskustva virtualne stvarnosti pojednostavili su proces planiranja te omogućuju turistima da isplaniraju itinerare na temelju svojih preferencija koje se u novije vrijeme baziraju na sveobuhvatnim i autentičnim iskustvima, odnosno nadilaze tradicionalna razgledavanja. Turisti žele sudjelovati u lokalnim zajednicama, kulturnim aktivnostima i učenju novih vještina. Sve veći broj posjetitelja turista potvrđuje da Republika Hrvatska ulaže napore u razvoj održivog turizma pri čemu se naglašava očuvanje prirodnih resursa, odnosno potiče posjetitelje da poštuju okoliš i podržavaju lokalne zajednice.

Bogata kulturna baština, povijesne znamenitosti, tradicionalni obrti, seoski turizam, nacionalni parkovi i prirodne ljepote Kontinentalne Hrvatske stvaraju dobre temelje za razvoj tematskih turističkih ruta s fokusom na specifične interese kao što su gastronomija, vino, avantura, *wellness* ili ekoturizam. Potrebno je poticati uključivanje lokalnih zajednica u razvoj turizma, odnosno promovirati turističke inicijative koje posjetiteljima omogućuju interakciju s lokalnim stanovništvom i učenje o njihovoj tradiciji te omogućiti obuku i potporu lokalnim poduzetnicima za razvoj održivih turističkih poduzeća, kao što su smještaji u domaćinstvima, zanatski obrti, agroturizam i lokalna proizvodnja hrane.

Također treba poticati suradnju sa susjednim regijama i zemljama kako bi se stvorili itinerari za više odredišta i mogućnosti prekograničnog turizma. Zajedničke marketinške kampanje i inicijative mogu privući putnike zainteresirane za istraživanje različitih područja unutar regije. Dobar je primjer takve suradnje žuti noćni vlak češkog prijevoznika RegioJet koji od 3. lipnja 2022. u ljetnim mjesecima povezuje Prag, Brno, Bratislavu i Budimpeštu preko Zagreba s Rijekom ili Splitom.

Presudnu ulogu u održivom razvoju turizma u Republici Hrvatskoj ima uravnoteženje turističkog razvoja, odnosno upravljanje prekomjernim turizmom u popularnim odredištima. Ključno je poticanje razvoja intermodalnog prijevoza koji omogućuje integraciju različitih načina prijevoza što može doprinijeti poboljšanju mogućnosti prijevoza do ruralnih i manje poznatih područja Hrvatske te omogućiti turistima da dožive autentičnu lokalnu kulturu i pridonese gospodarskom razvoju te regije. U sklopu specifičnih oblika turizma u novije vrijeme u turističkim destinacijama u Slavoniji i Baranji potrebno je poticati korištenje ekološki prihvatljivih oblika individualnog turizma kao što su bicikli, pješačenje, vozila na električni pogon, e-bicikli i e-romobili.

Prema Strategiji prometnog razvoja Republike Hrvatske (2017. – 2030.) postoje znatni potencijali za razvoj luke Vukovar na Dunavu, luke Osijek na Dravi te luke Slavonski Brod i Sisak na Savi. Sve navedene luke dobro su povezane i uključene u prometni sustav Republike Hrvatske, posebice na prometne koridore X i Vc.

Imajući na umu dostignutu visoku razinu razvoja kružnih putovanja i nautičkog turizma na moru lako je zaključiti da postoje mogućnosti razvoja turizma i na većim plovnim hrvatskim rijekama. Riječna krstarenja posljednjih godina bilježe pozitivne trendove u Europi što je poticaj i Hrvatskoj. Počeci razvoja tog oblika turizma javljaju se na Dunavu i na Dravi. U Vukovarsko-srijemskoj županiji razvijaju se luke Vukovar i Ilok te u Osječko-baranjskoj županiji Batina, Aljmaš i Osijek.

U luci Slavonski Brod i Sisak zbog plovnosti te potrebne infrastrukture ne postoje mogućnosti plovidbe riječnih kruzera što bi trebalo biti riješeno u budućnosti.

6. ZAKLJUČAK

Analizirajući sve navedeno u ovome radu može se zaključiti kako sustav prometa i razvoj održivog turizma predstavljaju dvije strateške gospodarske grane za Republiku Hrvatsku i posebice za Kontinentalnu Hrvatsku. U sklopu prometa, posebna pozornost posvećena je željezničkom prometu, cestovnom prometu i zračnom prometu.

Tako se naglašava da željeznički putnički promet zbog obavljanja javnog prijevoza putnika opravdava poticaj iz državnog proračuna te stalnu modernizaciju sukladno europskim direktivama.

Za dostignutu razinu cestovne mreže u Središnjoj i Istočnoj Hrvatskoj konstatira se zadovoljstvo, ali i potreba stalne modernizacije. Posebice se ističe potreba i izgradnje cestovnog koridora Vc.

U sklopu razvoja održivog turizma u Kontinentalnoj Hrvatskoj, osim klasičnih oblika turizma, velika pozornost treba se posvetiti specifičnim oblicima turizma kao što su: ruralni turizam, zimski turizam, sportski turizam te ekološki prihvatljivi oblici turizma, eno-gastro turizam, aktivni turizam, poslovni turizam, cikloturizam i kulturni turizam. Daljnji razvoj turizma na jadranskoj obali nije održiv postojećim intenzitetom ni ekološki ni društveno te je Kontinentalna Hrvatska i specifični oblici turizma nužnost već danas, a posebice u budućnosti.

S obzirom na to da u ovom radu nije provedeno istraživanje koje bi utvrdilo stavove ispitanika o zadovoljstvu ponudom turističkih usluga te željenim specifičnim oblicima turizma u području Kontinentalne Hrvatske, kao ni ispitivanje o preferiranim opcijama prijevoza, odnosno trendovima ponašanja potrošača, navedeno predstavlja mogućnost za detaljnija istraživanja u području utjecaja prometnog sustava na razvoj turizma u Kontinentalnoj Hrvatskoj.

LITERATURA

1. Čavlek, N; Bartoluci, M.; Prebežac, D., Kesar, O. i suradnici: Turizam, ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb, 2011.

2. Hlača, B.: Lučka logistika, Pomorski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka, 2016.
3. Golja, Tea; Lekić, Romana: Destinacijski menadžment u funkciji razvoja kulturnog turizma Kontinentalne Hrvatske - primjer destinacije Križevci, *Studia Polensia*, Vol. 9, No. 1, 2020 (<https://doi.org/10.32728/studpol/2020.09.01.06>)
4. Žaja, J.: Hrvatska u brojkama 2019., Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2020.
5. Živković, I.: Selektivni turizam u Kontinentalnoj Hrvatskoj, Diplomski rad, Sveučilište u Puli, Fakultet ekonomije i turizma, Pula, 2020.
6. Strategija prometnog razvoja Republike Hrvatske (2017.-2030.), Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, 2019.
7. Strategija razvoja održivog turizma do 2030., N/N 2/2023.
8. Pan-European Transport Corridors and Areas Status Report. Pan-Eurostar, Developments and Activities between 1994 and 2003/ Forecast until 2010., 2006.
9. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, 2022., Priopćenje broj 12.17.
10. Booking.com's Sustainability Handbook, 15. studeni 2020., <https://www.gstcouncil.org/booking-com-sustainability-handbook/>, pristupljeno 13. 6. 2023.
11. Regionalni razvoj i ITU mehanizam, <https://razvoj.gov.hr/regionalni-razvoj-i-itu-mehanizam/4215>; pristupljeno 24.5.2023.
12. Zračna luka Osijek, osijek-airport.hr/zracna-luka/o-nama/, pristupljeno 3.5.2023.

OBITELJSKI SMJEŠTAJ KONTINENTALNE HRVATSKE: STAVOVI IZNAJMLJIVAČA O UPRAVLJANJU KVALITETOM

Pregledni rad

Renata Tomljenović

Institut za turizam
Vrhovec 5
10000 Zagreb
renata.tomljenovic@iztztg.hr

Zrinka Marušić

Institut za turizam
Vrhovec 5
10000 Zagreb
zrinka.marusic@iztztg.hr

Damir Krešić

Institut za turizam
Vrhovec 5
10000 Zagreb
damir.kresic@iztztg.hr

Sažetak

Obiteljski smještaj najbrojniji je oblik smještaja i u priobalnoj i u kontinentalnoj Hrvatskoj. Iako malobrojan u usporedbi s Jadranskom Hrvatskom, obilježava ga visoka kvaliteta i najveća stopa rasta u Hrvatskoj. Porast broja i kvalitete obiteljskog smještaja u kontinentalnoj Hrvatskoj nameće pitanje njegovog upravljanja i marketinga. Stoga je cilj ovoga rada analizirati glavna obilježja obiteljskog smještaja u kontinentalnoj Hrvatskoj te ustanoviti upravljačke mehanizme koje bi vlasnici obiteljskog smještaja podržali u svrhu unapređenja kvalitete, poslovanja i promocije obiteljskog smještaja. Time se popunjavaju praznine u znanstvenoj i stručnoj literaturi posvećenoj obiteljskom smještaju, a posebno one vezane uz problematiku upravljanja uvođenjem mehanizma certificiranja kao jednog od ključnih alata za podizanje njegove kvalitete i konkurentnosti. Sukladno postavljenim ciljevima primijenjene su dvije metode istraživanja. Deskriptivna se odnosila na analizu podataka iz sustava eVisitor za profiliranje trenutnog stanja ponude i potražnje

obiteljskog smještaja u kontinentalnoj Hrvatskoj. U sklopu propitivanja mehanizma upravljanja na nacionalnoj razini preko certificiranja i oznaka kvalitete, provedene su četiri fokus grupe s iznajmljivačima obiteljskog smještaja kontinentalne Hrvatske s ciljem utvrđivanja njihove motivacije i dosadašnjih iskustava te stavova o programima dodjele oznaka kvalitete. Rezultati pokazuju da su privatni iznajmljivači većinom visoko motivirani domaćini, koji osim u kvalitetu smještaja i održivo poslovanje ulažu i u domaćinski odnos s gostima te upoznavanje/informiranje gostiju o turističkoj ponudi okolice. Iznajmljivači su jedinstveni u stavu da je obiteljskim smještajem potrebno upravljati s nacionalne razine, ali da postojeća kategorizacija, kao mehanizam upravljanja ponudom, ne odražava kvalitetu smještaja te nije prilagođena suvremenim trendovima. O programima kvalitete iznajmljivači su podijeljenih stavova. Dio ih je dobro upoznat s oznakama kvalitete i procesima certificiranja i podržava takvu nacionalnu inicijativu; dio ih je manje informiran i entuzijastičan prema toj ideji te smatra da „ne može odmoći“; dio nema informacija, ne vidi izravnu korist od takvih oznaka i očekuje nepotrebnu dodatnu administraciju. Oni koji zagovaraju uvođenje oznaka kvalitete/certifikata naglašavaju da njihov uspjeh i održivost prije svega ovise o dobroj tržišnoj promociji i edukaciji za iznajmljivače. Rad, osim što doprinosi boljem razumijevanju obilježja obiteljskog smještaja u kontinentalnoj Hrvatskoj, daje znanstveno utemeljenu osnovu za osmišljavanje svih sastavnica programa certificiranja.

Ključne riječi: certificiranje, oznaka kvalitete, obiteljski smještaj, turizam, kontinentalna Hrvatska

FAMILY ACCOMMODATION IN CONTINENTAL CROATIA: SERVICE PROVIDERS' ATTITUDE ON QUALITY MANAGEMENT

Abstract

Family accommodations are the most numerous form of accommodation both in Adriatic and Continental Croatia. Although their number is far lower compared to Adriatic Croatia, they are characterized by high quality and the highest growth rate in Croatia. The increasing number and quality of family accommodations in continental Croatia raises questions about their management and marketing. Therefore, this paper aims to analyze the main characteristics of family accommodation in Continental Croatia and investigate management mechanisms that the family accommodation owners would support in their quest for quality improvement, business performance, and promotion. It fills gaps in the scientific and professional literature on family accommodation, especially regarding management through quality certification programs. Consistent with the stated objectives, two research methods were employed. The descriptive method involved the analysis of data from the eVisitor system to create a profile of the current state of supply and demand for family accommodation in Continental Croatia. Four focus groups were conducted with providers in continental Croatia to inquire about the providers' attitudes toward the national quality management system, to determine their motivation and previous experiences, as well as their attitudes toward quality certificate programs. The results showed that the providers are mostly highly motivated hosts who invest in building relationships with guests and introducing/informing guests about the destination's attractions. Providers have a unique perspective that family accommodation should be managed on a national level. Nevertheless, the existing categorization, as a management mechanism, does not reflect the quality of accommodation and is not adapted to current trends. Their opinions on quality certificates are divided. One group is well acquainted with quality certificates and certification processes and supports a national initiative. Others are less enthusiastic and less informed about the issue but support it. Finally, some have no knowledge about quality certifications, do not see a direct benefit from such programs, and expect only an additional administrative burden. Those in favor of implementing quality certificates emphasize that their success and sustainability depend primarily on market penetration and participant education. This study not only contributes to a better understanding of the characteristics of

family accommodation in Continental Croatia but also provides a scientifically sound basis for designing all components of certification programs.

Keywords: certification, quality label, family accommodation, tourism, continental Croatia

1. UVOD

Razvoj poduzetništva, otvaranje novih radnih mjesta, stvaranje novih poslovnih mogućnosti srodnim sektorima kako bi se potaknuo ekonomski rast i zaustavila migracija u veća urbana središta ili inozemstvo ključni su motivi poticanja turističkog razvoja kontinentalne Hrvatske. Iako još uvijek skromnom turističkom ponudom i potražnjom u kontinentalnoj u odnosu na Jadransku Hrvatsku, rast smještajnih kapaciteta, osobito u obiteljskom smještaju, kao i broj turističkih noćenja, u značajnom je porastu. U Hrvatskoj je u 2022. gotovo 60 % od 1,1 milijun kreveta registrirano u obiteljskom smještaju; od toga 27,6 tisuća u kontinentalnoj Hrvatskoj (Sjeverna Hrvatska, Panonska Hrvatska, Grad Zagreb). Veličina i izraženi trend rasta obiteljskog smještaja čini ga jednim od ključnih sastavnica turističkog sustava naše zemlje, koji utječe na kvalitetu cjelokupne turističke ponude i međunarodnu konkurentnost, ali i na održivost turizma. Na važnost upravljanja obiteljskim smještajem ukazala je Strategija razvoja turizma RH do 2020. (NN 55/2013), slijedom koje je izrađen i Nacionalni program unapređenja obiteljskog smještaja (Ivandić i Kunst, 2013). Od tada termin *obiteljski smještaj* postupno zamjenjuje do tada uvriježeni termin *privatni smještaj* (Vlahov, 2021). Pojedine regije počele su adresirati pitanje upravljanja tim smještajem uvođenjem oznaka kvalitete, dok su se iznajmljivači organizirali preko udruga. Konačno, jasno opredjeljenje javne turističke politike za održiv razvoj preko Strategije razvoja održivog turizma do 2030. godine (NN 2/2023), kao i novi ciklus planiranja nacionalne strategije turističkog marketinga usmjerene na kvalitetu, nalaže sustavno upravljanje obiteljskim smještajem kao jednim od nosećih/glavnih turističkih proizvoda naše zemlje. Obiteljski smještaj tako utječe na cjelokupnu kvalitetu turističkog boravka, ali i na ulogu i utjecaj turizma na ekonomsku, društvenu i okolišnu održivost.

Za osmišljavanje sustava upravljanja obiteljskim smještajem ključna su dva elementa – razumijevanje obilježja obiteljskog smještaja, uključujući regionalne razlike i posebnosti te osmišljavanje odgovarajućeg sustava upravljanja. Kategorizacija i certificiranje učestali su načini upravljanja kvalitetom turističke ponude. Unatoč važnosti obiteljskog smještaja u Hrvatskoj malo je znanstvenih radova posvećeno i obiteljskom smještaju i njegovoj certifikaciji.

Stoga je cilj ovoga rada analizirati ponudu i potražnju obiteljskog smještaja u kontinentalnoj Hrvatskoj u odnosu na kategoriju, vlasništvo, veličinu objekta i sezonalnost potražnje te utvrditi stavove vlasnika obiteljskih smještajnih kapaciteta o uvođenju oznake kvalitete, specifično o barijerama i okidačima vezanim uz prihvaćanje takvih oznaka i spremnosti sudjelovanja pružatelja usluga u takvim programima. Time se popunjavaju praznine u literaturi, i nedovoljno objavljenih istraživanja o obiteljskom smještaju u Hrvatskoj i one vezane za problematiku certificiranja i uvođenja oznake kvalitete. U skladu s postavljenim ciljevima, u nastavku se daje pregled literature na temu certificiranja i oznaka kvalitete, a potom se opisuju metode istraživanja. Četvrto poglavlje donosi rezultate istraživanja. Prvo se prikazuju rezultati deskriptivne analize obiteljskog smještaja u kontinentalnoj Hrvatskoj, a potom rezultati kvalitativnog primarnog istraživanja provedenog na populaciji pružatelja usluga obiteljskog smještaja. Zaključno poglavlje raspravlja o glavnim nalazima i ukazuje na znanstvene i stručne implikacije dobivenih rezultata.

2. CERTIFIKAT I OZNAKA KVALITETE

Certifikat i oznaka kvalitete već su dugo prisutni u turizmu kao jedno od sredstava upravljanja kvalitetom (Walas i Celuch, 2014). Certifikat/certifikacija odnosi se na kriterije i proces ocjenjivanja, dok se oznaka kvalitete odnosi na vidljivost certifikata putem loga i/ili slogana. Za razliku od kategorizacije koja je propisana zakonom, certificiranje je dobrovoljno.

Unutar Europske unije postoje različite vrste certifikacija. To uključuje certifikacije koje provodi javni sektor, inicijative privatnog sektora, ISO standarde (poput ISO 18513 za turističke usluge), eko-oznake koje promiču okolišnu održivost te opće sustave kvalitete implementirane na regionalnoj ili sektorskoj razini. Pristupi uključuju postavljanje standarda vlade uz inspekcije i certifikacije od državnih tijela, postavljanje standarda i certifikaciju od privatnog sektora (poput certifikacija Michelin) te javno-privatne suradničke inicijative gdje udruženja postavljaju standarde, a privatni sektor upravlja procesom certifikacije.

U teoriji certifikacija kvalitete donosi niz prednosti za industriju i potrošače. Industrijama pomaže u marketingu pojedinačnog smještaja i destinacije, smanjuje mogućnost nezadovoljstva gostiju te poboljšava konkurentnost poslovanja i destinacije. Iz perspektive potrošača certifikacija kvalitete olakšava ocjenu „vrijednosti za novac“ pružanjem pouzdane referentne točke za kvalitetu smještaja. Povećava njihovo povjerenje prilikom odabira smještaja. U praksi je

situacija kompleksnija. Prema istraživanju Centra za proučavanje europskih politika (Centre for European Policy Studies) provedenog 2012. samo u Europi zabilježeno je oko sto oznaka kvalitete u turizmu. Tome se treba pridodati i sve veći broj oznaka ekološke i okolišne održivosti kao odgovor turističke industrije na sve izraženije pritiske da postane održivija. Do 2018. identificirano je 160 ekoloških i održivih oznaka u Europi s tendencijom kombiniranja kriterija održivosti i kriterija kvalitete u jednoj oznaci (Weston i sur., 2018). U želji da pomognu turistima u razumijevanju oznaka kvalitete, Međunarodno udruženje prijatelja prirode (Naturefriends International) periodično objavljuje vodič kroz „šumu“ oznaka održivosti (Pluss i sur., 2012). Unatoč broju oznaka održivosti, broj njihovih članova skroman je, u rasponu od stotinjak do najviše 3000 članova. Za razliku od oznaka održivosti, koje verificira Vijeće za globalno održivi turizam (Global Sustainable Tourism Council), takav mehanizam ne postoji za oznake kvalitete.

Jasnih dokaza o prednostima certificiranja nema. Izvještaj koji je naručila Europska komisija o mogućnosti uvođenja krovne europske oznake kvalitete u turizmu (Renda i sur. u Weston i sur., 2018) tvrdi da su nositelji oznake kvalitete u turizmu percipirani kao kvalitetniji, njihovi djelatnici uslužniji te nude, u cjelini, bolju vrijednost za novac, pozivajući se na istraživanja uspješnih nacionalnih oznaka kvalitete. Nezavisna istraživanja o utjecaju certifikacije na ponašanje potrošača rijetka su. Na malom uzorku domaćih turista u Belgiji pokazalo se da je pri donošenju odluke o smještaju najvažnija kategorizacija hotela, potom oznaka kvalitete i tek onda brend smještajnog objekta (Decrop i Boembeke, 2017). Slično je i s eko-oznakama koje postaju sve popularnije jer potiču održive prakse te istovremeno odgovaraju na zahtjeve brzo rastućeg segmenta turista kojima je održivost važna komponenta putovanja. Nedavno istraživanje finskih turista pokazalo je da, iako su turistima važne okolišna održivost i okolišne prakse, eko-oznake koje nose smještajni kapaciteti ne utječu na njihov izbor smještaja (Kusiak, 2020). Istraživanje veze između cijene hotelskih soba i eko-oznake Program održivog putovanja (Travel Sustainable Programme), koje je lansirao booking.com 2021. u 23 europska grada, pokazalo je da certificirani hoteli postižu 7 do 9 % višu cijenu, iako je raspon od 3 do 37 %, no kako raste broj certificiranih objekata u destinaciji, tako opada cjenovna prednost certifikata (Bello, Kassim i Bello, 2023).

S obzirom na već obaveznu kategorizaciju u većini europskih zemalja te brojnost oznaka kvalitete u novije vrijeme, i ekoloških i održivih, razumljivo je da poduzetnici pokazuju ambivalentan stav prema tim oznakama. Slijedom preporuka nacionalne turističke strategije Poljske za uvođenjem oznaka kvalitete kao sredstva marketinga, Walas i Celuch (2014) opipali su bilo poljskih hotelskih menadžera. Pokazalo se da oni prepoznaju ulogu oznake kvalitete u

izgradnji vjerodostojnosti i svjesnosti o brendu, ali njihovi rezervirani stavovi proizlaze iz velikog broja certifikacija s niskom razinom prepoznatljivosti na tržištu, nepovezanosti s ekonomskim koristima i zazoru od dodatne administracije. Slično je i s uvođenjem oznake održivosti. Istraživanja provedena u Rumunjskoj (Tănase i sur., 2022; Constantin, Ispas i Candrea, 2013), Tunisu (Halioui, 2016) i Crnoj Gori (Subotić i Popović, 2018) pokazuju sličan obrazac – vlasnici malih smještajnih objekata imaju nisku razinu znanja i interesa za certificiranje, pružaju otpor percipiranoj dodatnoj birokratskoj proceduri, a od pristupanja programu očekuju izravne ekonomske koristi. Zajedničko znanstvenoj i stručnoj literaturi faktori su uspjeha oznake kvalitete – transparentan proces ocjenjivanja, standardi razvijeni savjetovanjem s dionicima i promocija kako bi se osigurala tržišna prepoznatljivost (Walas i Celuch, 2014).

U Hrvatskoj postoji nekoliko programa certificiranja obiteljskog smještaja. Oznake kvalitete uvele su županijske turističke zajednice Primorsko-goranske (Kvarner Family), Šibensko-kninske (Like Home) i Zadarske županije (Welcome). U Istri je razvijen program ekološkog certificiranja EcoDomus, a u Splitško-dalmatinskoj županiji Dalmatia Green. Varaždinska županija pokrenula je program „Kuće s pričom“. U zadnje vrijeme resorno ministarstvo popularizira EU Ecolabel, a međunarodnu oznaku za održivost turizma Green Destination nedavno je dobila Međimurska županija.

Unatoč važnosti obiteljskog smještaja u Hrvatskoj, malo je znanstvenih radova posvećeno ovoj temi. Istraživanje TOMAS Ljeto i TOMAS Hrvatska Instituta za turizam prati motive dolaska, aktivnosti, zadovoljstvo i potrošnju gostiju u obiteljskom smještaju od 1987. Cerović i kolege analizirali su obilježja privatnih iznajmljivača u Primorsko-goranskoj županiji (Cerović, Smolčić Jurdana, Milohnić, 2010; Cerović, Milohnić, Grudić-Kvasić, 2014) u sklopu uvođenja oznake kvalitete Kvarner Family. Recentnije, profil ponude i potražnje obiteljskog smještaja analizirali su Vrtodušić Hrgović i Petaković (2020), kao i dimenzije kvalitete obiteljskog smještaja (Vrtodušić Hrgović, Milohnić, Petaković 2021; Milohnić, Vrtodušić Hrgović, Petaković 2022; Petaković, Vrtodušić Hrgović, Milohnić 2022). Portolan (2013) se bavila faktorima koji utječu na popunjenost privatnog smještaja u užoj gradskoj zoni Dubrovnika.

Skrećući pažnju na postojeću kategorizaciju koja ne diferencira smještajne objekte prema kvaliteti, uvođenje nacionalnih standarda kvalitete zagovarali su Petrić i Mimica (2011) prije više od desetljeća. Iako se pravna regulativa mijenjala s vremenom, desetljeće kasnije još uvijek je većina obiteljskog smještaja koncentrirana u kategoriji 3 zvjezdice (Šišara, Sladoljev, Goleš, 2020). Vlahov (2021) je razvio tipologiju vlasnika te istraživao motive za bavljenje ovom vrstom poslovne aktivnosti; uz osvrt na trendove rasta i ključne faktore uspjeha s prijedlogom da jedan od alata upravljanja bude uvođenje dodatnih standarda

kao sredstva upravljanja kvalitetom. Recentna istraživanja turističke ponude i potražnje u svjetlu pandemijskih okolnosti Furst-Bjeliša i Šulca ukazala su na činjenicu da su marginalizirana ruralna kontinentalna područja svjedočila otvaranju novih, visoko kvalitetnih kuća za odmor te, istovremeno, manjem padu turističkog prometa u usporedbi s prosjekom Hrvatske (Furst-Bjeliš i Šulc, 2021; Furst-Bjeliš i Šulc, 2022).

3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

U skladu s ciljevima istraživanja – steći uvid u obilježja obiteljskog smještaja u kontinentalnoj Hrvatskoj kao temelj za osmišljavanje certificiranja, a potom istražiti stavove vlasnika o certificiranju, primijenjene su deskriptivna analiza ponude i potražnje obiteljskog smještaja te kvalitativno istraživanje vlasnika obiteljskog smještaja preko fokus grupa.

Obiteljski/privatni smještaj uključuje objekte u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu (soba, apartman, kuća za odmor/vila, studio apartman i dr.), objekte u kojima se pružaju ugostiteljske usluge na poljoprivrednom gospodarstvu (soba, apartman, ruralna kuća za odmor i dr.), kao i srodne objekte u vlasništvu pravnih osoba (soba, apartman, kuća za odmor, studio apartman i dr.). Analiza ponude (broj stalnih kreveta) i fizičkog turističkog prometa (noćenja i dolasci turista) u obiteljskom smještaju u razdoblju 2016. – 2022. temeljena je na podacima informacijskog sustava za prijavu i odjavu turista (eVisitor) Hrvatske turističke zajednice (<https://www.htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/evisitor>). S obzirom na to da se broj registriranih objekata mijenja na dnevnoj bazi, analizirani su objekti registrirani u sustavu eVisitor koji zadovoljavaju dva uvjeta: 1. objekt je bio aktivan na dan 31.8. promatrane godine i 2. u objektu je ostvareno barem jedno noćenje u promatranoj godini. Deskriptivna analiza rađena je na razini NUTS-2 regija kontinentalne Hrvatske: Grad Zagreb, Panonska Hrvatska i Sjeverna Hrvatska.

Za istraživanje stavova vlasnika obiteljskog smještaja provedeno je kvalitativno primarno istraživanje preko fokus grupa na populaciji pružatelja usluga (vlasnici) privatnog smještaja, posebno visoke kvalitete, na području Hrvatske. U kontinentalnoj Hrvatskoj provedene su četiri fokus grupe s ukupno 16 sudionika/ca koji su predstavljali različite segmente pružatelja usluga više i visoke kategorije, uključujući fizičke i pravne osobe, one u kontaktu s gostima i bez kontakta, u gradovima i ruralnim područjima. Sudionike/ce su regrutirale lokalne turističke zajednice uz koordinaciju Hrvatske turističke zajednice. Koncept zasićenja korišten je za određivanje primjerenosti veličina uzorka. Zasićenost se odnosi na fazu u prikupljanju podataka u kojoj se slične ideje,

stavovi i/ili barijere počinju ponavljati te daljnje prikupljanje podataka postaje suvišno (Hennink i sur., 2019). Strukturirane razgovore vodili su istraživači, temeljem unaprijed pripremljenog vodiča koji je obuhvatio pet tematskih cjelina: 1. iskustva i izazove poslovanja s fokusom na digitalne i zelene tehnologije, održivost poslovanja, modele prodaje i slično, 2. stavove prema programima dodjele oznake kvalitete, barijere i okidače vezane uz njih, 3. spremnost sudjelovanja pružatelja usluga u takvim programima, 4. stavove vezane uz upravljanje destinacijom te spremnost umrežavanja i suradnje s drugim dionicima te 5. razvojne mogućnosti obiteljskog smještaja sa stajališta iznajmljivača. Fokus grupe provedene su *online*, preko Zoom platforme, u razdoblju od 15. 2. 2023. do 13. 3. 2023., a trajale su između 60 i 90 minuta. *Online* fokus grupe dobro su poznata i prihvaćena tehnika daleko prije pandemije bolesti COVID-19 (Stewart i Williams, 2005; Abrams i sur., 2015; Brüggem i Willems, 2009; Janghorban i sur., 2014; Stewart i Shamdasani, 2017), ali tijekom i nakon pandemije njihovo je korištenje znatno češće, a popularnost Zoom platforme koja omogućava tehnološki jednostavno provođenje sinkroniziranih fokus grupa u realnom vremenu naglo raste (Humagain i Singleton, 2021; Falter i sur., 2022, Schulze i sur., 2023). Razgovori su, uz pristanak sudionika, snimani, a analiza je obuhvatila analizu sadržaja prema temama (Humagain i Singleton, 2021).

4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Sukladno postavljenim ciljevima i primijenjenim metoda istraživanja prvo se iznose rezultati deskriptivne analize obiteljskog smještaja u kontinentalnoj Hrvatskoj na temelju analize podataka iz sustava eVisitor, a potom rezultati primarnog kvalitativnog istraživanja, fokus grupa, na populaciji vlasnika obiteljskog smještaja u tom dijelu Hrvatske.

4.1. Obiteljski smještaj u kontinentalnoj Hrvatskoj

Obiteljski smještaj najbrojniji je oblik komercijalne smještajne ponude u Hrvatskoj. U 2022. od 1,1 milijun kreveta u komercijalnom smještaju gotovo 60 % (657 tisuća) nalazilo se u obiteljskom smještaju. U tri NUTS-2 regije kontinentalne Hrvatske nešto je više od 23 tisuće kreveta u obiteljskom smještaju – 10,4 tisuće u Panonskoj, 6,6 u Gradu Zagrebu i 6,1 tisuća u Sjevernoj Hrvatskoj, što čini oko 41 % svih registriranih komercijalnih kreveta u kontinentalnoj Hrvatskoj, ali tek 3,5 % ukupnog broja kreveta u obiteljskom smještaju u Hrvatskoj.

Ono što obilježava obiteljski smještaj u kontinentalnoj Hrvatskoj je iznad-

prosječan udio kreveta visoke kategorije (4* i 5*), osobito u Sjevernoj Hrvatskoj (29 %) i Gradu Zagrebu (29 %), dok je u Panonskoj Hrvatskoj taj udio na razini prosjeka Hrvatske (nešto više od 18 %). Nadalje, od 2016. najveći rast broja kreveta u obiteljskom smještaju upravo je zabilježen u kontinentalnoj Hrvatskoj. Čak i u razdoblju pandemije zabilježen je rast, s iznimkom Grada Zagreba. U odnosu na 2019., u Panonskoj Hrvatskoj je na tržište stavljeno tisuću, a u Sjevernoj Hrvatskoj 1,6 tisuća ležajeva do 2022. U regijama kontinentalne Hrvatske nadalje je zabilježen i najveći rast broja kreveta visoke kategorije u obiteljskom smještaju. U odnosu na 2016., broj kreveta visoke kategorije narastao je od 119 % u Gradu Zagrebu do 167 % u Sjevernoj i 240 % u Panonskoj Hrvatskoj. Na razini Hrvatske rast broja kreveta visoke kategorije u obiteljskom smještaju iznosio je 123 %.

U 2022. godini u obiteljskom smještaju na području kontinentalne Hrvatske veći je udio objekata registriranih na pravne osobe, 13 % u Sjevernoj Hrvatskoj te po 10 % u Gradu Zagrebu i Panonskoj Hrvatskoj (prosjeak Hrvatske iznosi 6 %). S obzirom na veličinu objekata obiteljskog smještaja mjerenu brojem kreveta, regije kontinentalne Hrvatske imaju iznadprosječan udio objekata s manje od 10 kreveta, ali Panonska i Sjeverna Hrvatska imaju i najveći udio onih s više od 20 kreveta.

U obiteljskom smještaju ostvaruje se i najviše noćenja u Hrvatskoj. Od 90,8 milijuna noćenja i 17,8 milijuna dolazaka turista u komercijalne smještajne kapacitete u 2022. nešto više od polovine svih noćenja (45,7 milijuna) te 43 % svih dolazaka (7,8 milijuna) ostvareno je u obiteljskom smještaju. U regijama kontinentalne Hrvatske ostvareno je 8 % svih dolazaka (627 tisuća) i gotovo 4 % svih noćenja (1,6 milijuna) u obiteljskom smještaju u Hrvatskoj, odnosno 36 % svih noćenja i 29 % svih dolazaka turista u komercijalnim smještajnim kapacitetima kontinentalne Hrvatske. U Panonskoj Hrvatskoj najveći turistički promet u obiteljskom smještaju zabilježen je u Karlovačkoj pa Osječko-baranjskoj županiji, a u Sjevernoj Hrvatskoj u Zagrebačkoj i Međimurskoj županiji. Prosječna duljina boravka turista u kontinentalnoj Hrvatskoj iznosi 2,6 noćenja, više nego dvostruko manje u odnosu na Jadransku Hrvatsku (6,2 noćenja).

Dok Zagreb u 2022. ostvaruje najveću iskorištenost obiteljskog smještaja u zemlji (107 noćenja po krevetu u smještaju s 3* i niže, 106 noćenja po krevetu u smještaju s 4* i 5*), najniža iskorištenost je, bez obzira na kategoriju, u Panonskoj Hrvatskoj. Sjeverna Hrvatska pak bilježi iznadprosječnu iskorištenost obiteljskog smještaja visoke kategorije (84 noćenja po krevetu u odnosu na prosjek od 80).

U regijama kontinentalne Hrvatske znatno je manje izražena sezonalnost turističke potražnje. U regijama kontinentalne Hrvatske u 2022. udio noćenja

u obiteljskom smještaju u razdoblju lipanj – rujan iznosio je 41 %, 55 % i 59 % u Zagrebu, Sjevernoj i Panonskoj Hrvatskoj, redom. U Jadranskoj Hrvatskoj taj je udio iznosio 92 %.

U svim regijama kontinentalne Hrvatske domaći turisti su u 2022. najbrojniji turisti u obiteljskom smještaju, s nešto manje od trećine svih noćenja u obiteljskom smještaju i 26 % noćenja u obiteljskom smještaju s 4* i 5*. Na drugom su mjestu turisti iz Njemačke s oko 10 % svih noćenja u obiteljskom smještaju, ali i 32 % noćenja u obiteljskom smještaju visoke kategorije. Slijede Talijani (drugi po noćenjima u Zagrebu), gosti iz SAD-a, Nizozemci (treći po noćenjima u Panonskoj Hrvatskoj), Slovenci (treći po noćenjima u Sjevernoj Hrvatskoj), Poljaci, Ukrajinci te gosti iz drugih zemalja.

4.2. Stavovi vlasnika obiteljskog smještaja

Na kontinentu riječ je o relativno novim smještajnim objektima uglavnom visoke kvalitete. Otprilike bi se mogli podijeliti u tri skupine: kuće za odmor u prirodi u tradicionalnom graditeljskom stilu s bazenom / wellness sadržajima; kuće za odmor u sklopu obiteljskog imanja/gospodarstva i apartmani/sobe. Potonje prevladavaju u tranzitnom području i u blizini turističkih atrakcija (toplice, tranzitni koridori). Vlasnici bi, prema Vlahovoj (2021) tipologiji, spadali najvećim dijelom u kategoriju mladih koji su objekt naslijedili i renovirali za potrebe turističkog iznajmljivanja. Vlasnici vrlo promišljeno pristupaju osmišljavanju svoje ponude, prate trendove te osluškuju potrebe gostiju. Prvenstveno, usklađuju ponudu s profilom destinacije. Na primjer, u brdskim dijelovima destinacije gostima se nudi planinarenje, u vinorodnim područjima obuhvaća kušaonice i vinoteke, a ponuda seoskih turističkih imanja odražava regionalnu tradiciju. Gosti su uglavnom grupe prijatelja ili obitelji s djecom iz Hrvatske, zemalja sjeverne i srednje Europe, te u manjoj mjeri iz SAD-a i Ujedinjenog Kraljevstva. Uglavnom posluju preko cijele godine, osobito oni koji imaju bazen i/ili jacuzzi. Objekte održavaju sami, a prodaju preko *on-line* agencija, uglavnom booking.com i Airbnb; dio gostiju rezervira izravno preko njihove vlastite mrežne stranice.

Vlasnici primjećuju da im dolaze gosti kojima je važno zdravlje, sport, boravak u prirodi, koji su ekološki osviješteni. Sukladno tome ponašaju se održivo i traže održive prakse u objektima u kojima su smješteni. Znatiželjni su i žele upoznati destinaciju, a cijene kada im domaćini posvećuje vrijeme i trud. Međutim, naglašavaju da je domaćinski pristup vrlo osjetljivo pitanje. Riječima jedne sudionice:

*“Mi stojimo gostima na raspolaganju 24 sata. Ali pazimo da se ne nameće-
mo jer gosti žele biti sami i slobodni. Onda dolazimo u zoru očistiti bazen, malo
urediti okućnicu da im ne smetamo. Za doček pripremimo nešto naših doma-
ćih proizvoda, kažemo gdje što ima, pokažemo im gdje stoje brošure i tako to,
ostavimo im broj telefona.”*

Na tu potrebu za uspostavljanjem ravnoteže između kontakta s gostima kako bi pružili domaćinski ugođaj i zadovoljili njihovu znatiželju te istovremeno bili nenametljivi, odgovaraju na dva načina. Gotovo svi u svojim objektima imaju info-materijale o atrakcijama, sadržajima i aktivnostima, a neki gostima stavljaju na uslugu (e)bicikle. Manji dio organizira ili planira ponuditi sudjelovanje u poljoprivrednim radovima, radionice spravljanja domaćih jela i izlete u okolice.

Načinom gradnje, opremanja objekata i upravljanja vidljiv je visok stupanj svijesti o potrebi brige o okolišu kod većine iznajmljivača. Objekti su uglavnom obnovljene stare kuće pri čemu su se koristili prirodni materijali; društvena komponenta održivosti vrlo je izražena – koriste se lokalni dobavljači, preporučuju se proizvodi okolnih OPG-ova, suradnja s lokalnom turističkom zajednicom uglavnom je vrlo dobra. Vlasnici osluškuju goste i njihove preferencije, iako to nije slučaj s gostima iz Hrvatske, strani gosti, osobito iz zemalja sjeverne Europe, zahtijevaju osnovne oblike održivih praksi – kompostiranje, prirodne materijale, eko-sredstva za čišćenje. Kako to slikovito objašnjava jedna sudionica:

“Oni žele odvajati otpad. Kod nas to još nije uvedeno. Ali ja sam to organizirala. Uvela sam kompostiranje i kante za različite vrste otpada. Oni su na to navikli.”

Drugi pak planiraju postaviti e-punionice jer im sve više gostiju dolazi električnim automobilima. Nekolicina je izbacila sintetičke materijale.

S programima certificiranja većina ima vrlo malo iskustva te samim time i polarizirane stavove. U sjeverozapadnoj Hrvatskoj (Međimurska i Varaždinska županija) gdje su uloženi napor javnog sektora u upravljanje obiteljskim smještajem te, općenito, poticanje održivih praksi u turizmu, sudionici su upoznati s prednostima certificiranja, podržavaju certificiranje, a nekolicina sudionika nositelji su oznake EU Eco-label i/ili Kuće s pričom. Iskustva s certificiranjem i koristima certifikata plastično je opisao jedan od sudionika:

“Ja imam EU Eco-label za svoj smještaj. Kako sam dobio ovu oznaku, moji su se troškovi prepolovili, a prihodi povećali. Struktura gostiju promijenila mi se sto posto. Sada mi dolaze uglavnom gosti iz Skandinavije. Imam bolji ‘booking’, a postižem dvostruko veću cijenu nego prije. Nije to došlo preko noći, ali postupno se dogodila promjena, jer gosti to prepoznaju, taj zeleni smjer je sve popularniji. Održivost je novo normalno.”

Većina ipak nije upoznata s certifikatima niti je razmišljala o njihovom uvođenju. U tom smislu, diskusije tijekom fokus grupa imale su i informativno-edukativnu ulogu, bilo da su nositelji certifikata svojim pozitivnim iskustvima djelovali inspirativno na druge sudionike, bilo da su moderatori pružali potrebne informacije kako bi sudionicima dali odgovarajući kontekst.

Inicijalno, za većinu sudionika certifikacija nije potrebna jer recenzije i preporuke na *on-line* portalima smatraju jedinim važnim i mjerodavnim u procesu donošenja odluke o rezervaciji. Štoviše, dovode u pitanje i zakonom propisanu kategorizaciji smatrajući je zastarjelom, riječima jedne sudionice: „Kategorizacija vrednuje samo infrastrukturu. Nigdje se ne vrednuju dodatni sadržaji!“ Nadalje, strah od dodatne administracije, koju ionako smatraju prekomjernom, čimbenik je koji ih je, inicijalno, odbijao od ideje certifikacije. Konačno, sumnjaju u koristi od certifikata od kojeg su, inicijalno, smatrali da trebaju imati izravne ekonomske koristi.

Kroz diskusiju, osobito iskustva iznajmljivača koji posjeduju certifikat ili su u procesu njegova dobivanja, ostali su sudionici postajali sve prijemljiviji prema ideji certificiranja. S jedne strane, certificiranje su prepoznali kao mehanizam koji će diferencirati smještajne objekte prema kvaliteti i usluzi te bi se time mogli premostiti nedostaci postojeće kategorizacije. Istovremeno, svjedočeći sve većoj tržišnoj konkurenciji s posljedičnim padom cijene noćenja, program certificiranja vide kao sredstvo održavanja kvalitete cijele destinacije te bi bili spremni u njemu sudjelovati čak i ako im ne donosi izravne osobne koristi. Riječima jedne sudionice:

“Standard kvalitete ne mora pod svaku cijenu biti prepoznatljiv gostima. Ako doprinosi podizanju kvalitete, to je dobro za sve nas, za cijelu destinaciju. Svi trebaju podizati kvalitetu. Kvaliteta se treba označiti da je sve vide i prepoznaju.”

Certifikacija kvalitete trebala bi, prema mišljenju sudionika, imati nekoliko ključnih obilježja da bi je podržali. Prvenstveno, kriteriji trebaju odražavati kvalitetu „uključiti meke vrijednosti – ljudski faktor, posebno gostoljubivost i dodatne sadržaje“. Drugo, od oznake kvalitete očekuje se posredna i neposredna osobna korist – podizanjem kvalitete smještajnih objekata na razini destinacije, kao i priznanja za kvalitetu vlastitog smještajnog objekta, očekuju se „bolji“ gosti, više cijene i veća popunjenost. Istovremeno, troškovi certificiranja i administracija koju certificiranje zahtijeva trebaju biti minimalni. Rezultati fokus grupa pokazali su da su informacije, osobni kontakt i edukacija o certificiranju osnovni alati za njegovu popularizaciju i podizanje stope njegove prihvatljivosti.

5. DISKUSIJA I ZAKLJUČAK

U svjetlu rasta obiteljskog smještaja u kontinentalnoj Hrvatskoj nameće se pitanje njegovog upravljanja kako bi se iskoristili potencijali ovog segmenta ponude. U tom kontekstu, cilj je ovoga rada bio analizirati glavna obilježja ponude i potražnje obiteljskog smještaja te istražiti stavove vlasnika tog smještaja prema uvođenju certificiranja/oznake kvalitete kao instrumenta upravljanja. Analiza ponude obiteljskog smještaja u kontinentalnoj Hrvatskoj ukazala je na njegov intenzivan razvoj, i u smislu povećanja kapaciteta i u svjetlu njegove sve bolje kvalitete. Vlasnici tih smještajnih kapaciteta prepoznaju ograničenja postojeće kategorizacije koja prednost daje fizičkim, infrastrukturnim obilježjima, dok u puno manjoj mjeri prepoznaje „meke“ elemente koji doprinose kvaliteti. Na to da su izvori zadovoljstva gostiju privatnog smještaja u Hrvatskoj upravo elementi povezani s kvalitetom usluge domaćina već su ukazala istraživanja gostiju (Vrtodušić Hrgović, Milohnić i Petaković, 2021; Petaković, Vrtodušić Hrgović i Milohnić, 2022). Nadalje, kategorizacija ne prati trendove potražnje kojima se upravo mali smještajni objekti brzo prilagođavaju, prvenstveno zahtjevima okolišno osviještenih turista (primjerice e-punionica, sortiranje otpada, kompostiranje, smanjenje potrošnje energenata, alternativni izvori energije). Stoga certificiranje kvalitete može imati ključnu ulogu u osiguranju napretka pružatelja usluga obiteljskog smještaja u kontinentalnoj Hrvatskoj.

Sudionici istraživanja iskazali su polarizirane stavove prema ideji uvođenja certifikata/oznake kvalitete. Oni rijetki koji posjeduju certifikat tu ideju podržavaju, primarno zbog ekonomskih učinaka smanjenih troškova poslovanja i viših prihoda. Većina ipak spada u skupinu skeptika. Neupućeni u programe certificiranja ideju inicijalno odbijaju smatrajući to nepotrebnim u eri *on-line* recenzija ili je doživljavaju kao još jednu birokratsku proceduru, slično rezultatima istraživanja u susjednim nam zemljama (Tănase i sur., 2022; Constantin, Ispas i Candrea, 2013; Subotić i Popović, 2018). Međutim, pravodobna informiranosti i edukacija, u ovom istraživanju provedeno u sklopu diskusije, skeptike može relativno brzo preobraziti u zagovornike certificiranja pod određenim uvjetima. Uvjeti su da im oznaka kvalitete donosi opipljive, osobne koristi – povećanje njihove konkurentnosti ostvarivanjem više cijene po jedinici, privlačenje novih gostiju ili bolje stope iskorištenosti. Nadalje, bili bi spremniji sudjelovati kada bi znali da oznaka kvalitete podiže reputaciju destinacije, a da proces njezinog dobivanja podiže svijest iznajmljivača o tome kako unaprijediti smještaj i usluge, ali i o važnosti održivog poslovanja.

Ovo istraživanje doprinosi boljem razumijevanju obiteljskog smještaja u Hrvatskoj, osobito u njezinom kontinentalnom dijelu koji je, unatoč veličini i

važnosti, do danas nedovoljno prisutan u znanstvenoj literaturi. Istovremeno, istraživanje popunjava prazninu vezanu za tematiku certificiranja kvalitete u turizmu na globalnoj razini. Ono se ujedno nadovezuje na malobrojna postojeća istraživanja obiteljskog smještaja u Hrvatskoj koja ukazuju na potrebu za njegovim sustavnijim upravljanjem. Rezultati istraživanja ujedno daju znanstveno utemeljenu osnovu za osmišljavanje programa certificiranja koji obuhvaća sve njegove sastavnice – model upravljanja, kriteriji sastavljeni pomoću savjetodavnog procesa s dionicima, edukaciju i promociju. U budućim studijama na ovu temu bilo bi poželjno prikupiti stavove vlasnika o svakoj pojedinoj sastavnici programa certificiranja.

Zahvala: Ovo istraživanje provedeno je u sklopu projekta „Analiza segmenta obiteljskog/privatnog smještaja u svrhu implementacije sustava dodjele oznaka kvalitete za predmetni segment smještajne ponude“ kojeg je financirala i u čijoj je provedbi sudjelovala Hrvatska turistička zajednica.

LITERATURA

1. Abrams, K. M., Wang, Z., Song, Y. J., & Galindo-Gonzalez, S. (2015). Data richness trade-offs between face-to-face, online audiovisual, and online text-only focus groups. *Social Science computer review*, 33(1), 80-96.
2. Bello, R., Kassim, O., Bello, S. O. (2023). Eco-Labeling and Price Premium: Does a Sustainable Tourism Label Affect Hotel Room Pricing? Available at SSRN 4317178.
3. Brügger, E., & Willems, P. (2009). A critical comparison of offline focus groups, online focus groups and e-Delphi. *International Journal of Market Research*, 51(3), 1-15.
4. Cerović, Z., Smolčić Jurdana, D. i Milohnić, I. (2010). Restructuring and repositioning of private accommodation in Primorsko-Goranska county: problems and solutions. *Tourism and hospitality management*, 16 (1), 85-99. <https://doi.org/10.20867/thm.16.1.7>
5. Cerović, Z., Milohnić, I., Grudić Kvasić, S. (2014). Entrepreneurial management of private accommodation in times of crisis: a comparative approach. *Tourism and hospitality management*, 20(1), 15-28.
6. Constantin, C., Ispas, A., Candrea, Adina. (2013). Identifying tourists interested in eco-certified accommodation units from Braşov, Romania. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*. 1(3):521-542.

7. Decrop, A., Boembeke, V. (2017). The importance of quality labels in consumers' preferences. In: Correia, A., Kozak, M., Gnoth, J., Fyall, A. (eds) *Co-Creation and Well-Being in Tourism. Tourism on the Verge*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-44108-5_7
8. Falter, M., Arenas, A. A., Maples, G. W., Smith, C. T., Lamb, L. J., Anderson, M. G., ... & Wafa, N. Z. (2022, January). Making room for Zoom in focus group methods: opportunities and challenges for novice researchers (during and beyond COVID-19). In *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research* (Vol. 23, No. 1).
9. Fuerst-Bjeliš, B., Šulc, I. (2022). The COVID-19 pandemic's implications for tourism preferences in Croatia: potential new challenges for marginal areas. In: Fuerst-Bjeliš, B., Nel, E., Pelc, S. (eds) *COVID-19 and Marginalisation of People and Places. Perspectives on Geographical Marginality*, vol 7. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-11139-6_11
10. Fuerst-Bjeliš, B., Šulc, I. (2021). Changes of tourism trajectories in (post) covidian world: Croatian perspectives, *Research in Globalization*, Volume 3:100052. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2021.100052>.
11. Halioui, S. (2016). Going Green: Joining the Tunisia Eco-label certification shame for tourist accommodation services in Tunisia. *Global Review of Research in Tourism, Hospitality and Leisure Management*. 2(1), 388-402.
12. Hennink, M. M., Kaiser, B. N., & Weber, M. B. (2019). What influences saturation? Estimating sample sizes in focus group research. *Qualitative health research*, 29(10), 1483-1496.
13. Humagain, P., & Singleton, P. A. (2021). Exploring tourists' motivations, constraints, and negotiations regarding outdoor recreation trips during COVID-19 through a focus group study. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 36, 100447.
14. Ivandić, N., Kunst, I. (2013). *Nacionalni program unapredenja obiteljskog smještaja*. Zagreb: Institut za turizam.
15. Janghorban, R., Roudsari, R. L., & Taghipour, A. (2014). Skype interviewing: The new generation of online synchronous interview in qualitative research. *International journal of qualitative studies on health and well-being*, 9(1), 24152.
16. Kusiak, A. (2020). *Eco-labels and their influence on travellers' accommodation choices*. Haaga-Helia University of Applied Science Master's thesis.
17. Milohnić, I., Vrtodušić Hrgović, A.M., Petaković, E. (2022). Importance of additional facilities in tourist accommodation households: the guest

- perspectives. Proceedings of the 11th International Scientific Symposium: Region, Entrepreneurship, Development. Osijek: University J.J. Strossmayer. Pp. 519 – 530.
18. Petaković, E., Vrtodušić Hrgović, A.M., Milohnić, I. (2022). Comparative analysis of the service quality in homestay accommodation. *Congress proceedings: Tourism and Hospitality Industry 2022*. Pp. 245 – 262.
 19. Petrić, L., Mimica, J. (2011). Smjernice razvoja kapaciteta privatnog smještaja kao značajnog segmenta ponude smještaja u Republici Hrvatskoj. *Acta turistica nova*, (1), 7-52.
 20. Plüss, C., Zotz, A., Monshausen, A., Kühhas, C. (2012). *Sustainability in tourism. A guide through the label jungle*. Naturefriends International: Vienna, Austria.
 21. Portolan, A. (2013). The impacts of private accommodation attributes on tourism demand. *DIEM*, 1(1), 0-0.
 22. Schulze, L., Trenz, M., Cai, Z., & Tan, C. W. (2023). Conducting online focus groups-practical advice for information systems researchers. *Communications of the Association for Information Systems*, 52(1), 20.
 23. Stewart, D. W., & Shamdasani, P. (2017). Online focus groups. *Journal of Advertising*, 46(1), 48-60.
 24. Stewart, K., & Williams, M. (2005). Researching online populations: the use of online focus groups for social research. *Qualitative Research*, 5(4), 395-416.
 25. Subotić, V., Popovic, S. (2018). Ecological certification in tourism sector in Montenegro – advantages and challenges. *Proceedings of the Faculty of Economics in East Sarajevo*. 16, 37-46.
 26. Šišara, J., Sladoljev, J., Goleš, D. (2020). Characteristic of private accommodation in County od Šibenik-Knin. *Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku*, 14 (3-4), 39-54.
 27. Tănase, M. O., Țală, M. L., Țigu, G., Stoian, M. (2022). Sustainable Practices in Small Accommodation Units. In Pamfilie, R., Dinu, V., Vasiliu, C., Pleșe, D., Tachiciu, L. (Eds) *8th Basic International Conference: New Trends In Sustainable Business And Consumption*. Graz, Austria, 25 – 27 May 2022. Bucharest: ASE. Pp. 422 – 429.
 28. Vlahov, A. (2021). Izazovi unaprjeđenja poslovanja privatnog smještaja u Republici Hrvatskoj. *Acta turistica*, 33(2), 03-236. <https://doi.org/10.22598/at/2021.33.2.203>

29. Vrtodušić Hrgović, A., Milohnić, I., Petaković, E. (2021) Quality dimension of tourist accommodation in households. *Conference proceedings: Interdisciplinary Management Research XVII*. Pp. 123 – 143.
30. Vrtodušić Hrgović, A., Petaković, E. (2020). Qualitative and quantitative aspects of tourist accommodation in households. *Conference proceedings: Interdisciplinary Management Research XVI*.
31. Walas, B., Celuch, K. (2014). Certification in tourism as an element of quality management – theoretical aspects and entrepreneurs' attitudes. *International Journal of Business Quantitative Economics and Applied Management Research*. 1(2), 62-71. ISSN:2349-5677.
32. Weston, R., Hamele, H., Balas, M., Denman, R., Pezzano, A., Sillence, G., Reiner, K., Grebenar, A., Lawler, M. (2018). *Research for TRAN Committee – European Tourism Labelling*. European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels

STAVOVI POSJETITELJA SLAVONIJE O ORGANIZACIJI VINSKIH DOGAĐAJA

Prethodno priopćenje

Dejan Tubić

Veleučilište u Virovitici
Matije Gupca 78, 33000 Virovitica
dejan.tubic@vuv.hr

Martina Kovačević

Veleučilište u Virovitici
Matije Gupca 78, 33000 Virovitica
martina.kovacevic@vuv.hr

Ivana Vidak Teskera

Veleučilište u Virovitici
Matije Gupca 78, 33000 Virovitica
ivana.vidak@vuv.hr

Sažetak

Vinski turizam od velikog je značaja za opstanak vinorodnih područja, s obzirom na to da se proizvodnja grožđa i vina u zadnjih 10-ak godina značajno smanjila. Vinskim turizmom plasiraju se vinski proizvodi, objedinjuje se cjelokupna ponuda destinacije te stvara dodatno iskustvo za svakog posjetitelja ili turista. U radu je prikazana terminologija vinskog turizma, važnost bavljenja vinskim turizmom, elementi vinskog turizma, karakteristike vinskih turista i važnost odvijanja vinskih događanja. Postoji 5 vinskih regija u Republici Hrvatskoj među kojima je poznata i regija Slavonija i Podunavlje. U drugom dijelu rada prikazano je empirijsko istraživanje na području Slavonije na uzorku od 41 ispitanika. Cilj istraživanja bio je uočiti važnost bogatstva popratnih sadržaja pri odvijanju pojedinog vinskog događaja te prikazati (ne) zadovoljstvo posjetitelja/turista o organizaciji vinskog događaja na kojem su sudjelovali. Svrha je rada ukazati na činjenicu da vinski turizam nije homogen proizvod, već da je temeljem heterogene potražnje dio integrirane turističke ponude destinacije. Također, svrha je prikazati mogućnost veće zainteresiranosti za vinska događanja ako bi se u određenim segmentima poboljšala njihova organizacija.

Gljučne riječi: posjetitelji, turisti, vinska događanja, Slavonija, organizacija događaja

ATTITUDES OF VISITORS IN SLAVONIA TOWARDS THE ORGANIZATION OF WINE EVENTS

Abstract

Wine tourism is highly important for the survival of wine-growing regions because grape and wine production has decreased significantly in the last 10 years. Wine tourism promotes wine products, the entire offer of a particular destination is unified, and an additional experience is created for every visitor or tourist. The paper presents the terminology of wine tourism, the importance of engaging in wine tourism, the elements of wine tourism, the characteristics of wine tourists, and the importance of wine events. There are five wine regions in the Republic of Croatia, including the region of Slavonia and Podunavlje, which is well-known throughout Croatia. The second part of the paper presents empirical research in the Slavonia region based on a sample of 41 respondents. The research aimed to observe the importance of the diversity of accompanying content during the development of a particular wine event and to show the (dis)satisfaction of visitors/tourists with the organization of the wine event in which they participated. The paper aimed to highlight that wine tourism is not a homogeneous product but is part of the integrated tourist offer of the destination due to the heterogeneous demand. It also aims to show that the interest in wine events could increase if their organization was improved in certain aspects.

Keywords: visitors, tourists, wine events, Slavonia, organization of events

1. UVOD

Suvremena proizvodnja grožđa i vina Hrvatske u današnjici je u padu, što potvrđuje i Hrvatski zavod za statistiku (2022). Promatrajući razdoblje od 2012. do 2021. godine, proizvodnja vina u 2012. godini iznosila je 1293 tis.hl., dok je 2021. godine iznosila 765 tis.hl., što čini pad od 528 tis.hl., odnosno pad od 41 % tijekom deset godina. Razlozi tome brojni su, poput neadekvatne radne snage, birokracije i administracije, visokih ulaznih troškova i niske kupovne moći građana. S obzirom na to da proizvodnja opada i da je potrošnja mala, nužno je proizvod povezati s turizmom kako bi opstao. Tako nastaje vinski turizam koji plasman svog proizvoda čini pružanjem turističkih usluga, poput raznih kušaonica i vinskih događaja.

Vinski turizam u Republici Hrvatskoj može se podijeliti u 5 vinskih regija: Slavonija i Podunavlje, Dalmacija, Istra i Kvarner i Bregovita Hrvatska³⁰². U radu je prikazan pregled definicija vinskog turizma, njegovog značaja, obilježja vinskih turista te više o vinskim događajima, dok su u empirijskom dijelu rada prikazani rezultati istraživanja o zadovoljstvu posjetitelja organizacijom vinskih događanja na području Slavonije.

2. VINSKI TURIZAM

U Republici Hrvatskoj pronađen je artefakt (datira iz 5. stoljeća prije Krista) koji dokazuje uzgoj vinove loze i početak proizvodnje vina. Radi se o kovanom novčiću s Visa koji na jednoj strani sadrži grozd, a s druge amforu za čuvanje vina. Dakle, prvi arheološki i pisani nalazi vežu se uz obalno područje, dok je vinarstvo u kontinentalni dio hrvatske stiglo nekoliko stoljeća kasnije³⁰³. Kao područje od istraživačkog interesa, vinski turizam značajno raste sredinom 1990-ih godina (Getz i Brown, 2006; Hall i Prayag, 2017), što potvrđuje i Koščak (2018:198) navodeći da vinski turizam predstavlja „brzo rastući turistički proizvod koji je nastao iz očekivanja i aktivnosti vinske industrije Novog svijeta (SAD, Australija i Novi Zeland)“. S obzirom na pojavu vinskog turizma, unutar dostupne znanstveno-stručne literature nastaju njegove definicije (tablica 1).

Tablica 1. Odabrane definicije vinskog turizma

Autor/i	Godina nastanka	Definicija
Dowling	1998	Vinski turizam je zapravo iskustveni turizam koji se odvija unutar vinskih regija. Jedinstveno iskustvo uključuje vino, gastronomiju, kulturu, umjetnost, obrazovanje i putovanja.
Hall i sur.	2000:3	Oblik turizma koji podrazumijeva posjet vinogradima, vinarijama, vinskim festivalima i izložbama vina za koje su kušanje vina od grožđa i/ili doživljaj atributa vinorodne regije primarni motivacijski čimbenici za posjetitelje.

302 Vina Hrvatske. Dostupno na: <http://www.vinahrvatske.com.hr/uncategorized/vinske-regije-hrvatske/> (09.03.2023.)

303 Vina hrvatske: <https://vinacroatia.hr/hrvatska-vina/tradicija/> (08.05.2023.)

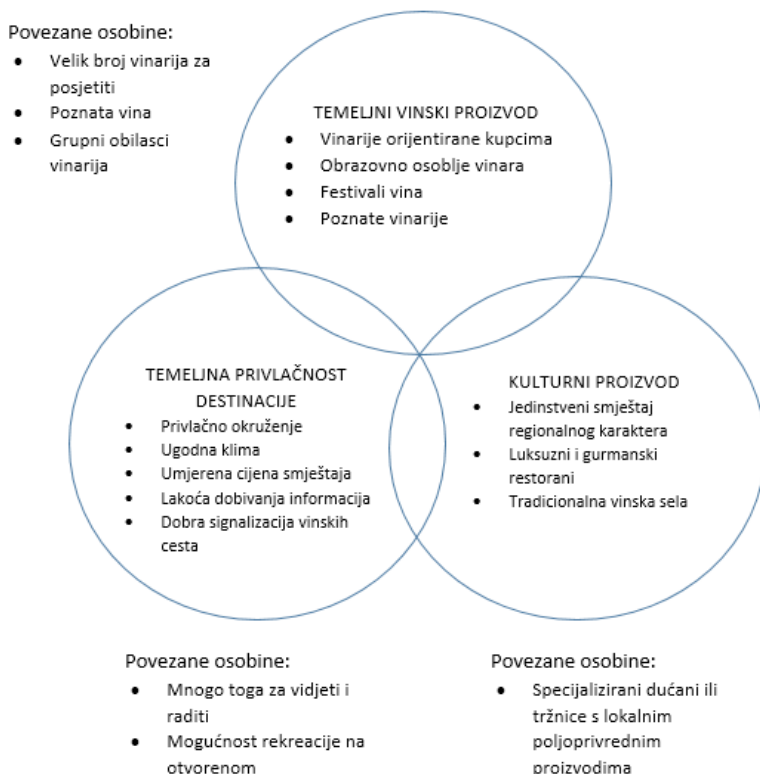
Getz	2000	Vinski turizam podrazumijeva putovanje koje je motivirano privlačnošću vinogradarskih područja i vinarijama te da ujedno predstavlja marketinšku nišu i priliku za direktnu prodaju vina.
Charters, Ali-Knight	2002	Vinski turizam je oblik ponašanja potrošača u kojem ljubitelji vina i oni zainteresirani za vinske regije putuju na željena odredišta.
Getz, Brown	2006:147	Vinski turizam je istovremeno oblik ponašanja potrošača, strategija po kojima se destinacije razvijaju i plasiraju atrakcije povezane s vinom te marketinška prilika vinarijama za edukaciju i prodaju svojih proizvoda izravno potrošačima.

Izvor: izrada autora

Analizirajući znanstveno-stručne radove vidljivo je da ne postoji opće prihvaćena definicija vinskog turizma, ali se iz definicija može uvidjeti da je vinski turizam usko povezan s vinskom regijom u kojoj se odvija te da uključuje ponašanje potrošača, marketing, prodaju vina te ostale popratne atrakcije destinacije. Razović (2015:52) prema Williams (2001) navodi da je „vinska regija područje ruralnog kraja i u neposrednoj je vezi s posjetiteljima – potrošačima vina čija zabava, gastronomija, krajolik i aktivnosti u prirodi su temelj za poticaj budućeg razvoja“. Koščak (2018:198) ističe gastronomiju i vino kao glavne adute za ocrtavanje slike pojedine destinacije te ističe da sinergijom mogu djelovati na „problem sezonalnosti (mogu potaknuti produženje sezone pojedine turističke destinacije), potaknuti angažman lokalne zajednice stvaranjem takvih turističkih proizvoda te omogućiti posjetiteljima da otkriju destinaciju iz nove perspektive i s novim, prethodno nepoznatim karakteristikama“. Šlezak (2010:3) navodi da „osim samog vina, vinski turizam uključuje doživljavanje prostora kroz njegove različite prirodne, društvene i kulturne elemente. Očuvanost i ljepota vinorodnog pejzaža, određene prirodno geografske posebnosti poput geomorfoloških elemenata i klime dio su ponude vinskog turizma. Izložbe vina, kao i različite manifestacije vezane uz vino, poput slavljenja ‘vinskih’ svetaca sv. Vinka i sv. Martina, predstavljaju sastavni dio vinskog turizma.“

Iz slike 1 vidljivi su ključni čimbenici uspjeha vinske regije i povezane osobine pojedinih čimbenika koji se ogledaju u temeljnom vinskom proizvodu (kojega čine, između ostalih, festivali vina), temeljnoj privlačnosti destinacije i kulturnom proizvodu.

Slika 1. Ključni čimbenici uspjeha vinske regije



Izvor: izrada autora prema Getz i Brown (2006). Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis. *Tourism management*, 27(1), str. 156.

Vinski turizam može se okarakterizirati kao „kulturno autentičan (uključuje se stil života, povezan s vinom i jelom, uz festivale i događanja, vinska sela, graditeljsko nasljeđe), romantičan (zasnovan na činjenici da vino, jelo i privlačno okruženje potiče romantiku) i edukativan (turisti žele naučiti više o vinu i kulturi)“ (Geić, 2011:341). Isti autor navodi koristi od razvoja vinskog turizma koje se ogledaju kroz: vinarsku industriju (npr. privlačenje novih tržišnih segmenata, stvaranje prilike za kreiranje novih proizvoda...), destinaciju (npr. povećava se broj turista i njihova potrošnja i potražnja, razvija se jedinstven pozitivan imidž destinacije) i lokalnu zajednicu (npr. privlače se nove investicije, razvijaju se novi uslužni i zabavni sadržaji...).

Mānilā (2010:56) navodi tipologiju i elemente proizvoda vinskog turizma:

- „*Vinska cesta* – označeni itinerari u regijama uzgoja vina za otkrivanje vinograda, vina, vinskih podruma itd.
- *Pješačenje po vinogradima* – označeni itinerari koji omogućuju otkrivanje vinograda obilaskom.
- *Organizirani obilasci i boravak u vinogradima* – aranžmani koji uključuju smještaj, hranu, piće i prijevoz, različitog trajanja, pri čemu se posjetiteljima sugerira otkrivanje vinograda u vidu jedne ili više komponenti (ekološka, gastronomska, kulturna, tehnička, formalno blagovanje).
- *Posjet vinskim podrumima* – posjećivanje vinskih podruma; vinari su poznati po njihovim vinskim podrumima.
- *Muzeji vina* – mjesta kulture s ciljem predstavljanja svijeta vina i prenošenja znanja i tradicije predaka.
- *Praznici i festivali* – događaji namijenjeni održavanju lokalnih tradicija, poticanju promocije vina i animiranju teritorija.
- *Profesionalni saloni, lokalni sajmovi, promocija prodaje vina* – izrazito komercijalne aktivnosti u svrhu poticanja prodaje vina.“

Iz tipologije vidljivo je da su vinski događaji (festivali) sastavni dio vinskog turizma koji uključuju promociju lokalne tradicije, odnosno popratnih turističkih atrakcija vinske regije.

Analizirajući službene mrežne stranice krovnih institucija hrvatskog turizma vidljivo je da na mrežnoj stranici Ministarstva turizma i sporta ne postoji kategorija koja ističe vinski turizam i njegove značajke za razvoj turizma općenito. Na mrežnoj stranici Hrvatske turističke zajednice vinski turizam spominje se jedino unutar eno-gastro brošure koja, osim ostalih regija, prikazuje Slavoniju kao vinorodan kraj. Unutar spomenute brošure opisuje se položaj Slavonije i najpoznatije sorte grožđa koje se uzgajaju na tom području. Nadalje, na razini države ne postoji strategija koja bi uvjetovala razvoj vinskog turizma, stoga se može zaključiti kako značaj od razvoja vinskog turizma na nacionalnoj razini još nije prepoznat.

2.1. Obilježja vinskih turista

Turisti koji konzumiraju vino sudjeluju na određenim vinskim događanjima, upoznaju lokalne turističke atrakcije nazivaju se vinskim turistima. Kao takvi, njihovi su sekundarni motivi različiti, dok se primarni usredotočuju na kušaonice vina. Sekulić, Petrović i Dimitrijević (2017) navode da su vinski turisti osobe koje konzumiraju vino i do sada su posjetili neke vinarije i sudjele u vinskom turizmu. Quadri-Felitti i Fiore (2012) karakteriziraju vinske

turiste kao osobe koje traže restorane, centre za kupovinu, kulturne i rekreativne aktivnosti uz autentične proizvode i iskustva. Fountain i Charters (2009) navode da vinski turisti ne čine homogenu grupu. To ukazuje na heterogenost osoba koje teže vinskom turizmu, odnosno na različitost motiva putovanja. Marzo-Navarro i Pedraja-Iglesias (2009) u svom istraživanju navode dvije skupine vinskih turista: 1. skupina je najmanje brojna i ima veću prisutnost ženskih osoba koje ne pripadaju niti jednom vinskom klubu te su privremeni konzumenti alkohola, i to najčešće vikendom; 2. skupina je brojnija te uključuje muške osobe u dobi između 50 i 64 godine koje čine članove vinskih klubova te potvrđuju da piju vino gotovo svaki dan. Dobrota (2020) navodi 3 vrste vinskih turista:

1. vinski geek (profesionalac, vrsni poznavatelj vina, upoznat s procesom proizvodnje, privržen privatnim turama radi osobnog upoznavanja s vlasnicima/voditeljima vinarija)
2. gastro turist (glavni motiv kušanje, sljubljivanje jela s vinima, rado se uključuje u kulinarske tečajeve)
3. usputni vinski turist (želi uživati u trenutku, putuje uz druge motive osim motiva kušanja vina).

Nasuprot navedene kvalifikacije vinskih turista, Gatti i Maroni (2004) navode 4 vrste vinskih turista dodajući u klasifikaciju kulturne i entuzijastične turiste: 1. profesionalni, 2. kulturni, 3. entuzijastični (koji imaju već iskustva u vinskom turizmu) te 4. vinski turisti slučajno.

Marzo-Navarro i Pedraja-Iglesias (2021) prema Casar (2018) navode 3 dimenzije vinskog turizma:

1. poslovna dimenzija (sastoji se od ljubitelja vina ili drugih kupaca koji su željni istraživanja pojedine berbe)
2. dimenzija samoobrazovanja (turisti teže ovoj dimenziji kako bi bolje razumjeli složene procese uključivanja u proizvodnju vina ili nastojali poboljšati svoje osobne vještine kušanja vina)
3. dimenzija istraživača (posjetitelji su više zainteresirani za istraživanje spektakularnog krajolika koji je sinonim mnogobrojnim vinorodnim regijama).

Bez obzira o kojoj se dimenziji radi, vinski turisti teže istraživanju. Poznavanje motiva istraživanja krajolika, vinskih procesa, pojedinih berba ili pak tradicije bavljenja i obrade grožđa od velikog je značaja za kreiranje integrirane turističke ponude pojedine vinske regije.

2.2. Vinski događaji

Sudjelovanje u vinskim događajima turistima pruža zabavu, edukaciju i novo iskustvo. Da vinski događaji stvaraju iskustvo za posjetitelje govore Charters i Ali-Knight (2002) navodeći da su najznačajniji događaji i festivali, zatim kulturna baština, kulinarstvo, ugostiteljstvo, edukacija, degustacije i podrumi, prodaja vina te šetnja vinarijom. Regionalna vinska događanja razvijaju se nizom faza, od regionalne svijesti do unaprjeđenja marke i lojalnost kupaca (Hoffman, Beverland i Rasmussen, 2001). Vinski festivali/događaji imaju ulogu u promicanju privlačnosti vinske regije, poboljšanju imidža turističke destinacije, utječu na lojalnost kupaca određene vinarije i njihovih vina, u privlačenju turista, održavanju pozitivnog imidža destinacije, djelujući kao animatori i katalizatori (Jević, Jević i Barović, 2016). Santos i sur. (2019) prema Pine i Gilmore (1999) prikazali su vinski turizam pomoću ekonomije doživljaja (tablica 2). Iz prikaza je vidljivo da vinski turizam stvara doživljaj za turiste pomoću 4 elementa: zabava, edukacija, estetika i eskapizam.

Tablica 2. Ekonomija doživljaja i vinski turizam

ZABAVA Turisti su angažirani predstavama.	EDUKACIJA Turisti unaprjeđuju svoje znanje ili vještine.
– koncerti u vinskom podrumu, glazba u vinogradu	– degustacija vina i seminari
– demonstracija miješanja vina	– kulinarsko-vinska sljubljivanja
– demonstracija farme i hrane	– seminari o proizvodnji domaćeg vina
– posjeti muzejima i znamenitostima	– tečajevi kuhanja i rukotvorina
ESTETIKA Turisti su obogaćeni senzualnim okruženjima.	ESKAPIZAM Turisti su zaokupljeni sudjelovanjem u drugom vremenu i mjestu.
– konzumacija <i>winescapea</i>	– pješaćenje vinogradima, biciklističke ture
– uživanje u jedinstvenom smještaju (B&B) i vinima	– letenje balonom iznad vinograda
– vožnja seoskim cestama obrubljenim vinogradima	– obilazak vinograda konjima i kočijama

– sajmovi umjetnosti i zanata u vinarijama	– berba grožđa, vožnja beračem
--	--------------------------------

Izvor: Santos, V. R., Ramos, P., Almeida, N., Santos-Pavón, E. (2019). Wine and wine tourism experience: a theoretical and conceptual review. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes* prema Pine, D., Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy*, Harvard Business Press, Boston

Pregledom dostupne znanstveno-stručne literature vidljiv je nedostatak bavljenja i istraživanja tematikom organizacije vinskih događaja, stoga se doprinos rada ogleda u prikazu važnosti organizacije vinskih događanja na adekvatan način kako bi se stvorilo zadovoljstvo posjetitelja i utjecalo na povratak u destinaciju.

3. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

U svrhu prikazivanja vinskog turizma kao heterogenog turističkog proizvoda i mogućnosti za veću zainteresiranost posjetitelja/turista vinskih događanja, provedeno je istraživanje na području vinske regije Slavonija. Cilj istraživanja bio je uočiti važnost bogatstva popratnih sadržaja pri odvijanju pojedinog vinskog događaja te prikazati (ne)zadovoljstvo posjetitelja/turista o organizaciji vinskog događaja na kojem su sudjelovali. Istraživanje je podrazumijevalo sudjelovanje na vinskim događajima unutar 5 županija: Brodsko-posavske, Osječko-baranjske, Požeško-slavonske, Virovitičko-podravske i Vukovarsko-srijemske županije.

3.1. Metodološki okvir

U razdoblju od 7. veljače do 20. ožujka 2023. godine provedeno je istraživanje pomoću anketnog upitnika. Upitnik je bio dostupan *on-line* te je istraživanju pristupio ukupno 41 ispitanik. Anketa je bila podijeljena u 3 dijela: socio-demografske značajke ispitanika, sadržaji na vinskim događanjima te (ne)zadovoljstvo dosadašnjom organizacijom vinskih događaja. Rezultati istraživanja prikazani su deskriptivnom analizom.

3.2. Rezultati istraživanja

Istraživanju je pristupio ukupno 41 ispitanik, od kojih je 26 (63,4 %) osoba ženskog, a 15 (36,6 %) osoba muškog spola. Najveći postotak (53,7 %) čine 22 osobe starosti od 26 do 35 godina, zatim 7 osoba (17,1 %) od 56 do 65 godina, 6 osoba (14,6 %) od 36 do 45 godina, 4 osobe (9,8 %) od 18 do 25 godina te 2 osobe (4,9 %) od 46 do 55 godina. U istraživanju nije sudjelovala ni jedna osoba mlađa od 18 i starija od 66 godina. U istraživanju su podjednako sudjelovali ispitanici srednje stručne spreme (39 % – 16 ispitanika) i visoke stručne spreme (39 % – 16 ispitanika), dok su u manjoj mjeri sudjelovale osobe više stručne spreme (19,5 % – 8 ispitanika) i jedna osoba u kategoriji doktora znanosti (2,4 %). Najveći broj ispitanika dolazi iz Bjelovarsko-bilogorske županije (46,3 % – 19 ispitanika), potom iz Virovitičko-podravske županije (22 % – 9 ispitanika) i Osječko-baranjske županije (9,8 % – 4 ispitanika), dok su ispitanici drugih županija zastupljeni u manjoj mjeri. Iz navedenih socio-demografskih pokazatelja može se zaključiti da prosječnog ispitanika istraživanja čini ženska osoba, starosti od 26 do 35 godina, srednje stručne spreme / visoke stručne spreme te da dolazi iz Bjelovarsko-bilogorske županije.

Od manifestacija na kojima su ispitanici sudjelovali najčešće se spominju: *Vincekovo*, *Martinje* i *Maraton u Zmajevcu*, dok su u manjoj mjeri posjećeni *Večer vina i umjetnosti (Osijek)*, *Vinatlon* te ostale manifestacije poput *Wine not* i *Sajam vina i kulena*. S obzirom da vinski događaji poput *Martinja* i *Vincekova* njeguju dugogodišnju tradiciju održavanja nije iznenađujuće da su upravo ta dva događaja i najposjećenija. Također, *Maraton u Zmajevcu* održava se već 17 godina te uključuje najveći broj sudionika (2500) i posjetitelja (6000), stoga nije iznenađujuće da se veći broj ispitanika izjasnio da je sudjelovao na tom događaju.

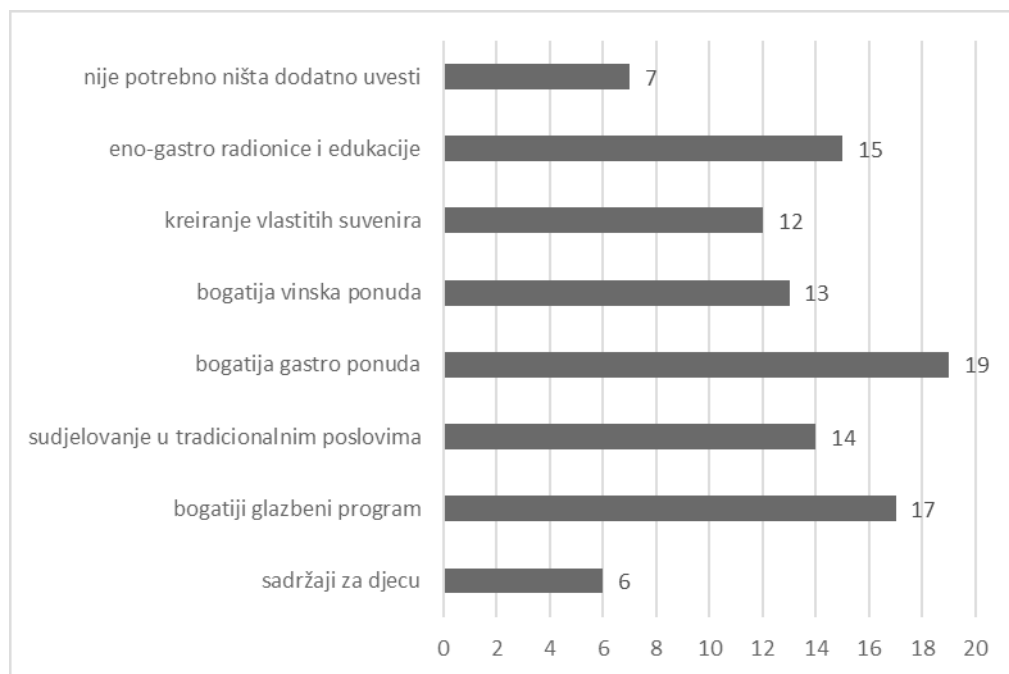
Nadalje, ispitanici su mogli navesti preko kojih su izvora saznali za posjećenosti vinski događaj. Mogućnost je bila izabrati više odgovora. Najčešći odgovori su: *preko društvenih mreža* (56,1 % – 23 ispitanika), *na temelju preporuke prijatelja, rodbine i poznanika* (51,2 % – 21 ispitanik), *mrežna stranica* (26,8 % – 11 ispitanika), *brošure, letci, plakati* (22 % – 9 ispitanika) te *radio postaje* (17,1 % – 7 ispitanika). *Novinski članci* i *TV* kao izvori informacija gotovo nisu prepoznati od ispitanika, što ukazuje na dva zaključka: promidžba se nije provodila pomoću tih kanala ili se ispitanici ne koriste tim kanalima za informiranje.

Od dodatnih sadržaja koji su ispitanici imali na posjećenoj vinskoj manifestaciji najviše se ističu *glazba* (22 ispitanika) i *gastronomija* (21 ispitanik). Ispitanici su još istaknuli *sadržaje za djecu* (4 ispitanika), *štantove OPG-a i ostalih proizvođača* (3 ispitanika), *posjete OPG-ovima* i *upoznavanje s tradicijom poslovanja* (3 ispitanika) te ostale popratne sadržaje u manjoj mjeri po-

put: umjetnosti, poezije, upoznavanje pejzaža i okolice, edukacije o enologiji, sudjelovanje na ceremoniji, pakiranje vina.

Odgovori na pitanje *koje bi sadržaje ispitanici dodatno uveli u sklopu vinskih događanja*, vidljivi su na grafikonu 1.

Grafikon 1. Potreba za dodatnim sadržajima u sklopu vinskih događaja



Izvor: izrada autora

Iz grafikona 1 vidljiva je najveća zainteresiranost za bogatijom gastro ponudom te bogatijim glazbenim programom. Zanimljivo je da su upravo ti sadržaji i najzastupljeniji na vinskim događajima prema mišljenju ispitanika iz prethodnog pitanja. To ukazuje na to da su glazba i gastronomija privlačni faktori u svijesti posjetitelja i turista, da utječu na posjetu određenog vinskog događaja te da je potrebno pomnije planirati glazbene koncerte i gastro ponudu vinskog događaja. Ostali sadržaji također su bitni za razvoj uspješnog vinskog događaja te dokaz da vinski događaji nisu homogeni proizvod, već heterogeni koji uključuju popratne sadržaje/atrakcije destinacije. Samo 7 ispitanika (17,1 %) smatra da nije potrebno uvesti dodatne sadržaje, što ukazuje na njihovo

zadovoljstvo dosadašnjom organizacijom vinskih događaja. Ipak, prisutniji je veći broj ispitanika (82,9 %) koji su iskazali želju za dodatnim sadržajima.

U tablici 3 prikazano je 8 teza za koje su ispitanici Likertovom ljestvicom mogli izraziti svoju mjeru slaganja, odnosno neslaganja s pojedinom.

Tablica 3. (Ne)zadovoljstvo dosadašnjom organizacijom vinskih događaja

Vrijednosti Teze	1 (uopće se ne slažem)	2 (ne slažem se)	3 (niti se ne slažem, niti se slažem)	4 (slažem se)	5 (u potpunosti se slažem)
Ako bi vinski događaj trajao duže od 1 ili 2 dana svakako bih sudjelovao/la sve dane.	n ⁶ =2 (4,9 %)	n=6 (14,6 %)	n=8 (19,5 %)	n=9 (22 %)	n=16 (39 %)
Na vinskom događaju mogao/la sam kupiti vina koja su mi se kušanjem svidjela.	n=4 (9,8 %)	n=0 (0 %)	n=9 (22 %)	n=5 (12,2 %)	n=23 (56,1 %)
Volio/la bih da unutar vinskog događaja kojeg sam posjetio/la postoji više dodatnog sadržaja.	n=0 (0 %)	n=3 (7,3 %)	n=16 (39 %)	n=12 (29,1 %)	n=10 (24,4 %)
Volio/la bih da na vinskim događajima može sudjelovati više ljudi (da nema ograničenja broja sudionika).	n=7 (17,1 %)	n=2 (4,9 %)	n=15 (36,6 %)	n=4 (9,8 %)	n=13 (31,7 %)
Sudjelovanje na vinskom događaju stvorilo je novo iskustvo za mene.	n=4 (9,8%)	n=1 (2,4%)	n=7 (17,1%)	n=10 (24,4%)	n=19 (46,3%)

Na vinskom događaju saznao/la sam nešto novo što do sada nisam znao.	n=3 (7,3%)	n=2 (4,9%)	n=10 (24,4%)	n=7 (17,1%)	n=19 (46,3%)
Nakon sudjelovanja na vinskom događaju dobio/la sam vaučer za sljedeće sudjelovanje što me je i potaklo na ponovni dolazak.	n=23 (56,1%)	n=3 (7,3%)	n=6 (14,6%)	n=3 (7,3%)	n=6 (14,6%)
Svakako bih preporučio/la sudjelovanje na vinskim događajima svojim bližnjima.	n=2 (4,9%)	n=1 (2,4%)	n=7 (17,1%)	n=6 (14,6%)	n=25 (61%)

Izvor: izrada autora

Iz tablice 3 može se zaključiti sljedeće:

1. Većina ispitanika (39 %) priželjkuje da vinski događaji traju duže od 1 do 2 dana te imaju tendenciju dužeg sudjelovanja na događajima.
2. Većina ispitanika (56,1 %) izjasnila se kako su mogli kupiti vina koja su na događaju kušali i pritom su im se svidjela, što ukazuje na to da se na vinskim događajima vrši i prodaja vina.
3. Gotovo svi ispitanici naginju prema slaganju s tezom kako bi trebalo uvesti više dodatnih sadržaja na vinskim događanjima, što potvrđuje zaključak iz prethodnog pitanja prikazanog u grafikonu 1.
4. Ispitanici su podjednakog mišljenja u svezi sudjelovanja većeg broja ljudi na vinskim manifestacijama.
5. Većina ispitanika slaže se (24,4 %) ili se u potpunosti slaže (46,3 %) kako je sudjelovanje na vinskim događajima pružilo novo iskustvo za njih te kako su naučili nešto novo što do sada nisu znali,
6. Većina ispitanika (56,1 %) nije dobila vaučer za sljedeće sudjelovanje na vinskim događajima, što ukazuje na to da se takva praksa ne provodi te da to direktno može utjecati na ponovni nedolazak i nesudjelovanje na vinskom događaju.
7. Pozitivno je što bi većina ispitanika (61 %) preporučila sudjelovanje na vinskim događajima, što ukazuje na njihovo zadovoljstvo organizacijom.

Posljednje pitanje bilo je usmjereno na ocjenjivanje zadovoljstva kvaliteto-
tom pruženih usluga i proizvoda s obzirom na njihovu cijenu. Jedan ispitanik
(2,4 %) dao je ocjenu 1 (nedovoljan), 3 ispitanika (4,9 %) ocjenu 3 (dobar), 15 ispi-
tanika (36,6 %) ocjenu 4 (vrlo dobar) i 23 ispitanika (56,1 %) ocjenu 5 (izvrstan),
što ukazuje na to da je većina ispitanika zadovoljna odnosom cijene i kvalitete
ponuđenih usluga i proizvoda.

4. ZAKLJUČAK

Prikazana terminologija vinskog turizma ukazuje na različitost definiranja
vinskog turizma, ali i na to da je vinski turizam usko vezan za vinsku regiju
u kojoj se odvija. U radu je vinski turizam prikazan kao heterogen proizvod,
s obzirom na heterogenu turističku potražnju. Turistička potražnja u vidu
vinskog turizma predstavlja osobe koje su željne istraživanja. Tako se vinski
turisti mogu podijeliti u nekoliko skupina kao što su gastro, vinski, slučajni,
poslovni...

Vinski događaji kao dio turističke ponude vinskog turizma pružaju dodatno
iskustvo, zabavu i edukaciju za vinske turiste. U empirijskom dijelu prikazano
je u kojoj su mjeri ispitanici zadovoljni dosadašnjom organizacijom vinskih
događaja na kojima su sudjelovali. Sveukupni zaključak je da su ispitanici za-
dovoljni dosadašnjom organizacijom, međutim postoji mjesto za napredak u
vidu: uvođenja dodatnih i poboljšanja postojećih popratnih sadržaja, vremen-
skog produljenja trajanja događaja te uvođenja vaučera za povratak na doga-
đaj. Pozitivan ishod vidljiv je iz činjenice da većina ispitanika preporučuje su-
djelovanje na vinskim manifestacijama.

LITERATURA

1. Casar, M., Caruana, A., Vella, J. (2018). Positioning of wine tourism websites
across different country winescapes. *International Journal of Wine
Business Research*, 30 (4), 394-409.
2. Charters, S., Ali-Knight, J. (2002). Who is the wine tourist?. *Tourism
management*, 23(3), 311-319.
3. Dowling, R.K. (1998). Three Conferences in Western Australia: Wine,
Geography of Tourism and Ecotourism. *Proceedings of Tourism Recreation
Research*, 3 (2), 78-80.

4. Fountain, J., Charters, S. (2009). Generation Y as wine tourists: their expectations and experiences at the winery-cellar door. In *Tourism and generation Y (47-57)*. Wallingford UK: Cabi.
5. Gatti, S., Maroni, F. (2004). A profile of wine tourists in some Italian region vineyards: an application of the multiple correspondence analysis. *Successful paths*, 17.
6. Geić, S. (2011). *Menadžment selektivnih oblika turizma*. Split: Sveučilište u Splitu.
7. Getz, D., Brown, G. (2006). Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis. *Tourism management*, 27 (1), 146-158.
8. Getz, D. (2000). *Explore Wine Tourism: Management, Development & Destination*. New York: Communication Corporation.
9. Hall, C. M., Prayag, G. (2017). Wine tourism: moving beyond the cellar door?. *International Journal of Wine Business Research*, 29 (4), 338-502.
10. Hall, M., Sharples, L., Combourne, B., Macionis, N. (2000). *Wine tourism around the world: Development, management and markets*. Oxford: Butterworth Heinemann.
11. Hoffman, D., Beverland, M., Rasmussen, M. (2001). The evolution of wine events in Australia and New Zealand: A proposed model. *International Journal of Wine Marketing*, 13 (1), 54-71.
12. Hrvatska turistička zajednica. Dostupno na: <https://www.htz.hr/hr-HR> (08.05.2023.)
13. Hrvatski zavod za statistiku (2022). Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/media/reqcjk5h/si-1694-poljoprivredna-proizvodnja-u-2021.pdf> (09.03.2023.)
14. Jević, G., Jević, J., Barović, S. (2016). Uloga Beogradskog sajma vina BeoWine na razvoj vinskog turizma u Srbiji. *Ekonomika poljoprivrede*, 63 (4), 1347-1363.
15. Koščak, M. (2018). Izazovi integriranja održivog vinogradarstva u vinski turizam-primjeri iz Slovenije i inozemstva. *Acta Economica Et Turistica*, 4 (2), 197-211.
16. Mănilă, M. (2010). Wine Tourism – a great offer face to new challenges. *Journal of Tourism*, (13), 54–60.
17. Marzo-Navarro, M., Pedraja-Iglesias, M. (2009). Profile of a wine tourist and the correspondence between destination and preferred wine: A study in Aragon, Spain. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26 (7), 670-687.

18. Marzo-Navarro, M., Pedraja-Iglesias, M. (2021). Use of a winery's website for wine tourism development: Rioja region. *International Journal of Wine Business Research*, 33 (4), 523-544.
19. Ministarstvo turizma i sporta. Dostupno na: <https://mint.gov.hr/istaknute-teme-turizam/11> (08.05.2023.)
20. Pine, D., Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business Press
21. Quadri-Felitti, D., Fiore, A. M. (2012). Experience economy constructs as a framework for understanding wine tourism. *Journal of vacation marketing*, 18 (1), 3-15.
22. Santos, V. R., Ramos, P., Almeida, N., Santos-Pavón, E. (2019). Wine and wine tourism experience: a theoretical and conceptual review. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11 (6), 718-730.
23. Sekulić, D., Petrović, A., Dimitrijević, V. (2017). Who are wine tourists? An empirical investigation of segments in Serbian wine tourism. *Економика пољопривреде*, 64 (4), 1571-1582.
24. Šlezak, H. (2010). Međimurska vinska cesta. *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu*, 1 (2), 84-91.
25. Vina Hrvatske (2019). Dostupno na: <http://www.vinahrvatske.com.hr/uncategorized/vinske-regije-hrvatske/> (09.03.2023.)

UNAPREĐENJE KVALITETE OBITELJSKOG SMJEŠTAJA

Prethodno priopćenje

Ana-Marija Vrtodušić Hrgović

Sveučilište u Rijeci
Fakultet za menadžment u turizmu
i ugostiteljstvu
Katedra za kvalitetu i kontroling
Primorska 46
51410 Opatija
anamariv@fthm.hr

Sažetak

Kvaliteta usluga i dalje predstavlja jedan od značajnijih konkurentskih čimbenika u svim segmentima ponude, pa tako i u obiteljskom smještaju, što ukazuje na potrebu njezinog osiguranja, ocjenjivanja te kontinuiranog poboljšanja. Kvaliteta usluge u objektima u domaćinstvu uključuje opipljive (materijalni aspekt, npr. opremljenost objekta) i neopipljive elemente (funkcionalni aspekt, npr. gostoljubivost, personalizirani odnos s gostima). Funkcionalni je aspekt kvalitete usmjeren na odnos s gostom, i to prije dolaska, za vrijeme boravka i nakon odlaska, dok su materijalni aspekti većim dijelom definirani u okviru postojećeg sustava kategorizacije. Iako i dalje u strukturi dominiraju objekti s 3 zvjezdice, prisutan je trend porasta objekata s 4 i 5 zvjezdica, što govori u prilog povećanju razine kvalitete u ovom segmentu ponude. Kao nadopuna postojećem sustavu kategorizacije razvijene su oznake kvalitete obiteljskog smještaja koje u okviru ponuđenih kriterija uz opipljive elemente nude i kriterije vezane uz neopipljive elemente (npr. gostoljubivost, piće dobrodošlice). U radu će se prikazati oznake kvalitete koje dodatno potiču izvrsnost u obiteljskom smještaju s posebnim naglaskom na oznake razvijene na području Ličko-senjske i Krapinsko-zagorske županije. Oznake za kvalitetu potiču izvrsnost u obiteljskom smještaju te time doprinose i obogaćivanju turističke ponude u destinaciji. U cilju daljnjeg unapređenja kvalitete ponude obiteljskog smještaja potrebno je staviti naglasak i na osiguranje dodatnih usluga važnih za gosta (npr. konzumiranje lokalnih proizvoda, najam opreme...) te nalaženje načina kako se diferencirati od drugih. U skladu s tim

u radu će se prezentirati rezultati primarnog istraživanja, provedenog 2020. godine na uzorku od 168 gostiju u objektima u domaćinstvu, o važnosti dodatnih sadržaja, i to posebno za domaće i posebno za strane goste. Unapređenjem kvalitete ponude obiteljskog smještaja stvaraju se preduvjeti za unapređenje destinacijskog lanca vrijednosti, a time i moguće dodatno produljenje sezone.

Ključne riječi: objekti u domaćinstvu, kvaliteta usluge, oznake kvalitete, dodatni sadržaji

IMPROVEMENT OF QUALITY IN HOUSEHOLD ACCOMMODATION

Abstract

Service quality remains one of the most important competitive factors in all segments of the tourist offer, including household accommodation, which indicates the need for its assurance, evaluation, and continuous improvement. Service quality in household accommodation includes tangible (material aspects – e.g., equipment) and intangible elements (functional aspects – e.g., hospitality, personal relationship with guests). The functional aspect of quality focuses on the relationship with guests before their arrival, during their stay and after they leave, while the tangible aspects are mostly defined within the existing categorization system for household accommodation. Although 3-star establishments still dominate in the structure, there is an increasing trend toward 4- and 5-star establishments, which indicates an increase in the level of quality in this segment of the offer. As a complement to the existing categorization system, quality seals for household accommodation have been developed, offering criteria related to intangible elements (e.g., hospitality, welcome drink) in addition to tangible elements. The quality seals are presented with special attention to the quality seals in Lika-Senj and Krapina-Zagorje counties. These quality seals additionally promote the excellence of household accommodation and thus contribute to the enrichment of the tourist offer in the destination. To further improve the quality of the offer of household accommodation, it is necessary to focus on providing additional services that are important for guests (e.g., trying local products, equipment rental, etc.) and find ways to stand out from other household accommodation providers. Accordingly, this paper presents the results of a survey conducted in 2020 among a sample of 168 guests in household accommodation on the importance of additional services, especially for domestic and foreign guests. Improving the quality of the offer of household accommodation creates the conditions for improving the value chain of the destination and, consequently, for a possible additional extension of the season.

Keywords: household accommodation, service quality, quality seals, additional amenities

1. UVOD

Značaj smještaja u domaćinstvu u Hrvatskoj, kao i činjenica da kvaliteta predstavlja jedan od temeljnih čimbenika konkurentske prednosti, ukazuje na

potrebu unapređenja kvalitete u ovom segmentu ponude. S obzirom na visok udio objekata u domaćinstvu u ukupnim smještajnim kapacitetima, u radu se temeljem sekundarnih podataka, preuzetih iz javno dostupnih izvještaja Hrvatske turističke zajednice pored sveukupnog udjela obiteljskog smještaja u ukupnim kapacitetima, analizira i udio pojedinih klastera u smještajnoj ponudi (Dalmacija – Split, Dalmacija – Zadar, Dalmacija – Šibenik, Dalmacija – Dubrovnik, Istra, Kvarner, Lika – Karlovac, Središnja Hrvatska, Grad Zagreb, Slavonija) s posebnim naglaskom na zastupljenost objekata u domaćinstvu. Ako se želi osigurati željena razina kvalitete i zadovoljstvo gosta, potrebno je voditi računa o cjelokupnom procesu pružanja usluga, kao i kvaliteti ponude dodatnih sadržaja koji doprinose diferencijaciji na tržištu. Kao okvir za unapređenje kvalitete u radu se uz institucionalni okvir, koji je definiran sustavom kategorizacije, prikazuju i oznake kvalitete u obiteljskom smještaju, a naglasak je stavljen na oznake kvalitete razvijene u Ličko-senjskoj i Krapinsko-zagorskoj županiji. U radu se daje i prikaz rezultata primarnog istraživanja koji ukazuju na važnost dodatnih sadržaja u obiteljskom smještaju, s posebnim naglaskom na razlikama između domaćih i stranih gostiju. Ovi rezultati proizlaze iz istraživanja provedenog tijekom 2020. godine na uzorku od 168 ispitanika.

2. STANDARDIZACIJA USLUGE – OBITELJSKI SMJEŠTAJ

ISO 9000: 2015 definira kvalitetu kao „stupanj u kojem niz svojstvenih značajki nekog predmeta ispunjava zahtjeve“. „Usluga se definira kao rad koji se obavlja za druge“ dok se „kvaliteta usluge definira i mjeri sa stajališta gosta, a ocjenjuje se usporedbom očekivanja o određenoj usluzi sa stvarno dobivenom uslugom“ (Kotler i suradnici 2010:42,50). Kvaliteta usluge može se definirati kao „razlika između očekivanja kupaca i njihove percepcije“ (O’Neill, 2001:162. prema Berry i suradnici 1988.). Stoga, razlike koje postoje između očekivanja kupaca o kvaliteti usluga i njihovih iskustava (doživljaja) kvalitete određuju njihovo zadovoljstvo (Kotler i suradnici, 2006:652). Prema Grönroos (1984) kvaliteta se usluge u objektima u domaćinstvu može promatrati kroz opipljive (materijalni aspekt, npr. opremljenost objekta) i neopipljive elemente (funkcionalni aspekt, npr. gostoljubivost, personalizirani odnos s gostima). Funkcionalni je aspekt kvalitete usmjeren na odnos s gostom, i to prije dolaska, za vrijeme boravka i nakon odlaska, dok su materijalni aspekti većim dijelom definirani u okviru postojećeg sustava kategorizacije. Gosti različito percipiraju kvalitetu usluga. Kvaliteta usluge doprinosi većem zadovoljstvu gosta (Gašević, Vranješ, 2019: 47).

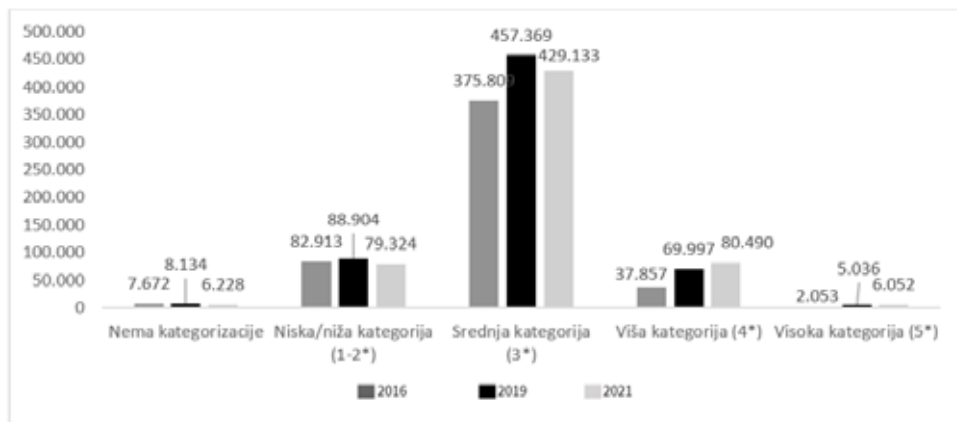
Nastojanja usmjerena na postizanje kvalitete kao značajnog preduvjeta postizanja konkurentne prednosti dovela su do standardizacije turističkih i ugostiteljskih usluga i na nacionalnom i na međunarodnom planu. Cilj definiranja i testiranja kvalitete je rangiranje kvalitete, a to se rangiranje najčešće provodi institucionalnim i izvaninstitucionalnim sustavom kategorizacije.

Kao i u većini europskih zemalja, u Hrvatskoj je sustav označavanja kvalitete zvjezdicama institucionalni način mjerenja kvalitete. Prema Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu (Narodne Novine, 9/16, 2016) kategorije objekata određuju se na temelju propisanih uvjeta za uređenje, opremu, uređaje, usluge, održavanje i drugo, a kategorije imaju vrste: Soba, Studio apartman, Apartman, Kuća za odmor i Kamp. Postojeći i novi objekti imaju sljedeće kategorije od najniže do najviše (Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu NN 9/16,2016):

1. Vrste Soba i Studio apartman imaju tri kategorije; dvije, tri i četiri zvjezdice
2. Vrste Apartman, Kuća za odmor i Kamp imaju četiri kategorije; dvije, tri, četiri i pet zvjezdica.

U nastavku je dat prikaz objekata u domaćinstvu za 2016., 2019. i 2021. godinu prema kategoriji.

Grafikon 1: Objekti u domaćinstvu prema kategoriji – 2016., 2019. i 2021.



Izvor: HTZ, Smještajni kapaciteti hrvatskog turizma s analizom popunjenosti i sezonalnosti prometa prema vrstama smještajnih kapaciteta, 2022., str. 6.

Iako objekti s 3 zvjezdice dominiraju, sve je prisutniji trend investiranja u objekte s 4 i 5 zvjezdica. Tako je primjerice u 2021. u odnosu na 2016. zabilježen porast objekata s 4 zvjezdice od 112 % te objekata s 5 zvjezdica za 194 %. U pandemiji je zabilježen pad ponude obiteljskog smještaja u objektima s 2 i 3 zvjezdice (HTZ, Smještajni kapaciteti hrvatskog turizma s analizom popunjenosti i sezonalnosti prometa prema vrstama smještajnih kapaciteta, 2022., str. 6).

Tijekom prethodnih sezona objekti u domaćinstvu više i visoke kategorije su pretpandemijskim pokazateljima bilježili najbolju popunjenost, a taj je trend prisutan i tijekom pandemijskih godina (2020. i 2021.). (prema: HTZ, Smještajni kapaciteti hrvatskog turizma s analizom popunjenosti i sezonalnosti prometa prema vrstama smještajnih kapaciteta, 2022., str. 28).

Kao rezultat nastojanja za poboljšanjem kvalitete uz sustave kategorizacije smještajnih objekata razvili su se i standardi i oznake kvalitete za objekte u domaćinstvu. U Istarskoj županiji su to *Domus Bonus*, *Istra Bike&Bed*, *Eco Domus Bonus*, u Primorsko-goranskoj županiji *Kvarner Family*, u Zadarskoj županiji *Welcome*, u Šibensko-kninskoj *Like Home*, u Ličko-senjskoj *Blue & Green Homestay* i u Krapinsko-zagorskoj *True Zagorje Home*.

Program *True Zagorje Home* usmjeren je na turističke smještajne objekte na području Krapinsko-zagorske županije, i to za objekte kategorizirane kao kuće za odmor (Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije, 2022. Pravilnik označavanja kvalitete (labelling) „True Zagorje Home” u obiteljskom smještaju – kuće za odmor, str. 1). Kriteriji oznake definirani su u sljedećim područjima: osnovna kategorizacija objekta/tradicija, uređen okoliš, interijer, osigurano parkirno mjesto, upravljanje i komunikacija, odlazak na edukacije i društveni angažman domaćina, mobilnost, opći dojam povjerenstva. Oznaka ima i podbrend *Ride&Bike* (Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije, 2022. Program označavanja kvalitete (labelling) obiteljskog smještaja destinacije Zagorje – bajka na dlanu – „True Zagorje Home“, str. 4 i 5).

Blue & Green Homestay, oznaka koja je razvijena na području Ličko-senjske županije, ima za cilj podizanje kvalitete usluge turističke ponude obiteljskog smještaja, postizanje bolje tržišne prepoznatljivosti, promociju na turističkom tržištu (TZ Ličko-senjske županije, Program rada za 2022. godinu).

Osnovni kriteriji oznake uključuju: objekte kategorije minimalno 3 zvjezdice, uređen okoliš, ugodno opremljen interijer, osigurano parkirno mjesto, doživljaj domaćinskog i obiteljskog ugođaja, minimalno dvije godine obiteljske tradicije u iznajmljivanju, vjernost gostiju (minimalno dvije rezervacije od istih gostiju), knjigu dojmova i sudjelovanje u edukacijama. Razvijeni su i sljedeći podbrendovi: *Bike friendly*, *Hike friendly* i *Motorbike friendly*. (Brendiranje privatnog smještaja, chrome-extension://efaidnbmninnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.hgk.hr/documents/ankica-grabasnjakbrendiranje-obiiteljskog-smjestaja5cd2b140b5646.pdf, pristup 28.6.2023.)

Važnu ulogu u unapređenju kvalitete ponude smještaja u domaćinstvu ima i ponuda dodatnih sadržaja. U okviru projekta pod nazivom Kvaliteta u obiteljskom smještaju – perspektiva gosta provedeno je istraživanje u kojem su sudjelovali strani i domaći gosti iz 17 zemalja koji su boravili u obiteljskom smještaju (sobama, apartmanima, studio apartmanima i kućama za odmor) u razdoblju od srpnja do rujna 2020. Ukupno je prikupljeno 168 ispravno popunjenih anketa. Anketa je bila pripremljena u papirnatom obliku na četiri jezika: hrvatskom, engleskom, njemačkom i talijanskom. U skladu s unaprijed definiranim istraživačkim planom istraživanje je realizirano u razdoblju od srpnja do rujna 2020. godine i obuhvatilo je turističke destinacije u kontinentalnom i priobalnom dijelu Hrvatske. Pilot istraživanje i obuka anketara prethodili su terenskom istraživanju. Ukupno je 106 stranih gostiju sudjelovalo u istraživanju, što čini 64 % uzorka, dok je 36 % domaćih gostiju. Najviše stranih gostiju dolazi iz Njemačke (18 %), Italije (13 %) i Austrije (7 %). Nešto manji broj ispitanika dolazi iz Poljske, Slovenije, Mađarske, Engleske, Češke, Švedske, Bosne i Hercegovine, Srbije, Estonije, Francuske, Švicarske, Brazila i Kostarike. Rezultati istraživanja analizirani su pomoću SPSS softverskog paketa.

Poseban fokus u primarnom istraživanju stavljen je na unapređenje kvalitete ponude smještaja u domaćinstvu ponudom dodatnih sadržaja, a rezultati su prikazani u nastavku (tablica 1). Ocjenjivanje važnosti dodatnih sadržaja provodilo se Likertovom skalom s pet stupnjeva. Gosti su imali priliku ocijeniti sadržaje na skali od 1 do 5, pri čemu je ocjena 1 označavala „vrlo nevažno”, dok je ocjena 5 označavala „vrlo važno”. Analiza rezultata izvršena je pomoću softverskog paketa SPSS.

Tablica 1: Važnost dodatnih sadržaja

dodatni sadržaji	domaći gosti		strani gosti		ukupno	
	prosječna ocjena	std. dev.	prosječna ocjena	std. dev.	prosječna ocjena	SD
bazen	2,70	1,442	2,98	1,563	2,88	1,521
sauna	2,00	1,099	2,22	1,387	2,14	1,291
roštilj	3,41	1,379	3,56	1,393	3,51	1,386
prihvat kućnih ljubimaca	3,17	1,498	3,37	1,521	3,30	1,511
satelitski programi/ kabelska televizija	3,27	1,219	3,47	1,435	3,39	1,36
odvajanje otpada	3,33	1,217	3,66	1,3	3,54	1,276
sadržaji za djecu	2,63	1,529	3,36	1,395	3,10	1,483

sadržaji za osobe smanjene pokretljivosti	2,98	1,49	3,02	1,563	3,01	1,532
prijevoz do zračne luke	2,60	1,368	2,85	1,525	2,76	1,47
najam opreme (bicikli, čamci)	3,03	1,365	2,97	1,404	2,99	1,386
mjesto za odlaganje opreme (bicikli, čamci, ronilačka oprema)	2,93	1,339	3,02	1,414	2,99	1,384
vođenje gostiju u obilazak mjesta, ribolov i sl.	3,13	1,282	3,33	1,328	3,26	1,311
usluge peglanja/pranja odjeće	3,12	1,29	3,38	1,204	3,28	1,239
info mape (gastroomska ponuda, događaji, kulturni sadržaji)	4,07	1,177	3,98	1,043	4,01	1,091
mogućnost konzumiranja ekološki uzgojene hrane	3,53	1,295	3,42	1,392	3,46	1,355
sef	3,35	1,459	3,70	1,4	3,58	1,428

Izvor: Istraživanje autora, rujan 2020.

Najviše ocjene zabilježene su kod domaćih gostiju za info mape (gastroomska ponuda, događaji, kulturni sadržaji), što je slučaj i kod stranih gostiju. Zatim kod domaćih gostiju slijedi mogućnost konzumiranja ekološki uzgojene hrane i mogućnost korištenja roštilja. Kod stranih gostiju po važnosti dalje slijedi ponuda sefa te mogućnost odvajanja otpada.

Budući da su inicijalnom analizom aritmetičkih sredina identificirane razlike u prosječnim ocjenama, sljedeći korak u analizi podataka bio je izvršiti test radi utvrđivanja statističke značajnosti tih razlika između dviju skupina ispitanika. Provođenjem analize normalnosti podataka utvrđeno je da podatci ne pokazuju normalnu distribuciju, stoga je u ovom istraživanju primijenjena neparametrijska inačica t-testa Mann-Whitney U test. Cilj provedbe Mann-Whitney U testa bio je utvrditi postoji li statistički značajna razlika u percepciji važnosti dodatnih sadržaja između domaćih i stranih gostiju. Mann-Whitneyjev U test neparametrijski je test za testiranje pretpostavke o razlikama dviju populacija, u ovom slučaju testiraju se razlike važnosti dodatnih sadržaja s obzirom na zemlju podrijetla ispitanika (domaći i strani). Prilikom testiranja dviju distribucija uspoređuju se prosječni rangovi uzorka (Horvat i Mijoč, 2019; 509-510).

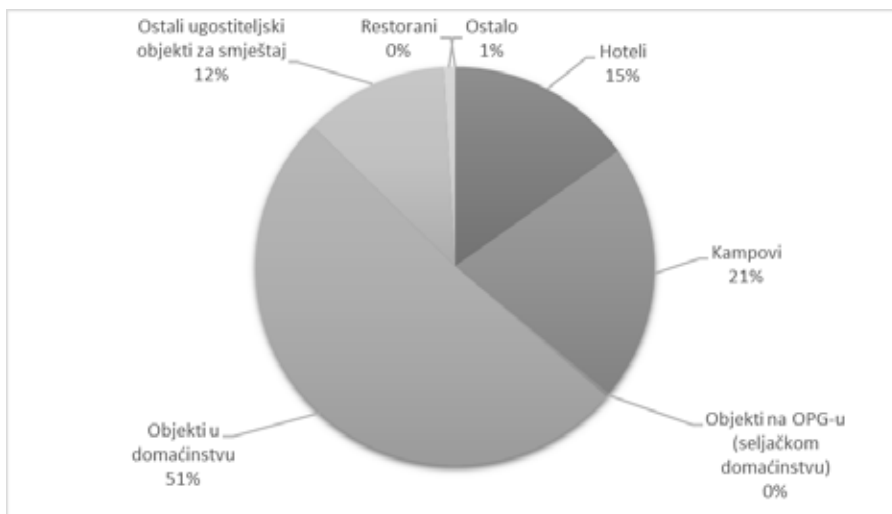
Analizom je utvrđen samo jedan dodatni sadržaj gdje postoji statistički značajna razlika ($U=2315,5$, $p=,004$) između domaćih i stranih gostiju, to je „sadržaji za djecu“. Prosjek rangova ukazuje da su strani gosti (90,97) dodijelili statistički značajno veće ocjene sadržajima za djecu nego domaći gosti (69,06). U ostalim elementima dodatnih sadržaja nema statistički značajne razlike.

Rezultati iz ovog istraživanja pokazuju da ne postoji statistički značajna razlika u percepcijama domaćih i stranih gostiju, a vezano za važnost dodatnih sadržaja. Međutim, potrebno je istaknuti da to ne isključuje mogućnost postojanja razlika među gostima u drugim karakteristikama, kao što su dob, spol ili svrha putovanja te je u ovom segmentu ponude potrebno provesti dodatna istraživanja.

3. SMJEŠTAJNI KAPACITETI – OBITELJSKI SMJEŠTAJ

Posljednjih godina prisutno je značajno povećanje kapaciteta smještaja u domaćinstvu, što za rezultat ima njegov najveći udio u komercijalnom smještaju u turističkom sektoru Republike Hrvatske (51 %), grafikon 2.

Grafikon 2: Smještajni kapaciteti Hrvatskog turizma u komercijalnom smještaju u 2021. godini

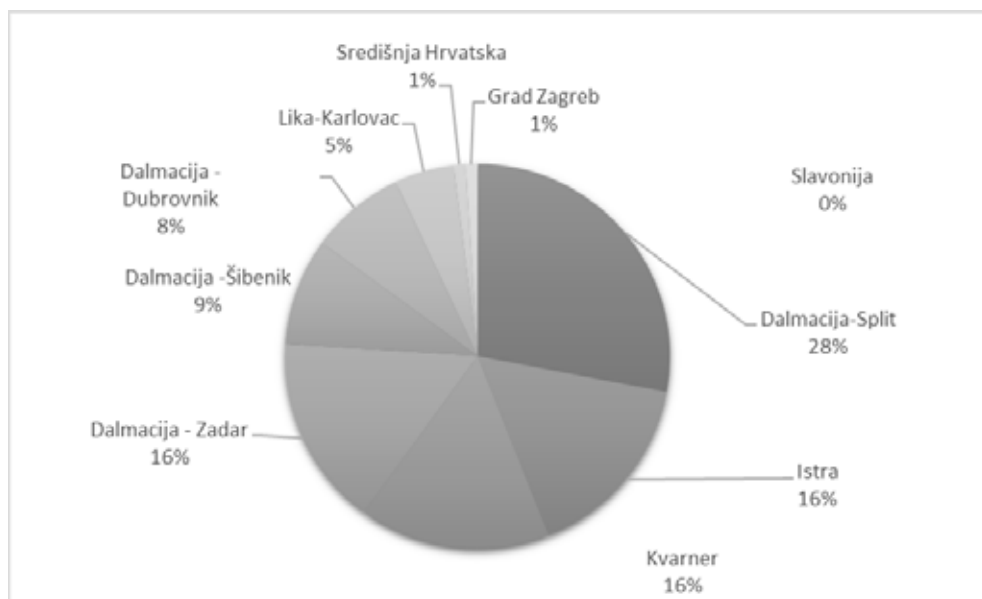


Izvor: HTZ, Smještajni kapaciteti hrvatskog turizma s analizom popunjenosti i sezonalnosti prometa prema vrstama smještajnih kapaciteta, 2022., str. 3

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku u ovom segmentu smještaja ostvaren je najveći udio turističkih dolazaka i noćenja. Tako je u 2022. godini ostvareno 42,4 % dolazaka od ukupnog broja dolazaka i 49,0 % noćenja od ukupnog broja noćenja, pri čemu najveći broj noćenja ostvaruju strani gosti, 40.848.155, što predstavlja 92,4 % ukupnog broja noćenja te 6.757.573 dolazaka, što čini 89,6 % od ukupnog broja dolazaka (DZS, https://web.dzs.hr/PXWeb/Default.aspx?px_language=hr&rxid=b5ad7c91-8011-4858-9d39-7046b11865eb, pristup 12.4.2023.).

Ako se promatra zastupljenost objekata u domaćinstvu po klasterima, situacija je sljedeća (grafikon 3).

Grafikon 3: Obiteljski smještaj prema klasterima u 2021. godini



Izvor: HTZ, Smještajni kapaciteti hrvatskog turizma s analizom popunjenosti i sezonalnosti prometa prema vrstama smještajnih kapaciteta, 2022, str. 9

Najveći udio bilježi klaster Dalmacija – Split s 28 %, zatim slijede Istra, Kvarner i Dalmacija – Zadar svaki sa po 16 %, Dalmacija – Šibenik s 9 % i Dalmacija – Dubrovnik s 8 %. Kod klastera Lika – Karlovac zabilježen je udio od 5 %, dok je najniži udio od 1 % zabilježen u Središnjoj Hrvatskoj i Gradu Zagrebu.

Iako se radi o manjem udjelu objekata u domaćinstvu, kada je riječ o klasteru

ru Lika – Karlovac, tu je zamjetan visok udio obiteljskog smještaja u ukupnim komercijalnim kapacitetima. U Središnjoj Hrvatskoj veći je udio hotelskih kapaciteta, ali obiteljski smještaj bilježi rast. Visok udio hotelskih kapaciteta zabilježen je i u Gradu Zagrebu, gdje je također prisutan trend porasta obiteljskog smještaja do 2019., nakon čega dolazi do laganog pada u 2021. Slavonija je klaster s najmanjim volumenom ukupnih smještajnih kapaciteta, gdje je nešto značajniji porast broja kreveta do pojave pandemije zabilježen jedino u obiteljskom smještaju (prema: HTZ, Smještajni kapaciteti hrvatskog turizma s analizom popunjenosti i sezonalnosti prometa prema vrstama smještajnih kapaciteta, 2022., str. 9)

Grafikon 4: Smještaj po klasterima i grupama za 2016., 2019. i 2021. godinu



Izvor: HTZ, Smještajni kapaciteti hrvatskog turizma s analizom popunjenosti i sezonalnosti prometa prema vrstama smještajnih kapaciteta, 2022., str. 16 – 19.

Iako je na području klastera Lika – Karlovac, Grad Zagreb, Središnja Hrvatska i Slavonija zabilježen manji udio obiteljskog smještaja u ukupnim smještajnim kapacitetima u 2019., u promatranom je razdoblju zabilježen porast broja objekata u domaćinstvu.

ZAKLJUČAK

Standardizacija i unapređenje kvalitete obiteljskog smještaja doprinose promociji te jačanju konkurentnosti destinacije. Pri tome posebno pažnju treba posvetiti podizanju svijesti i edukaciji pružatelja usluga o važnosti kvalitete i njezinom utjecaju na povećanje zadovoljstva gostiju. U tom procesu značajnu ulogu imaju institucionalni okviri (sustav kategorizacije), kao i standardi i oznake kvalitete posebno razvijeni za obiteljski smještaj. Sukladno tome, kontinuirano praćenje zahtjeva gostiju postaje imperativ, kao jedna od važnih aktivnosti usmjerenih na unapređenje kvalitete smještaja u domaćinstvu.

U kontekstu unapređenja kvalitete potrebno je posebnu pažnju usmjeriti i na osiguranje dodatnih sadržaja u ponudi obiteljskog smještaja. Za analizu statistički značajnih razlika u percepciji domaćih i stranih gostiju korišten je Mann-Whitney U test. Ova statistička metoda omogućuje precizno ispitivanje razlika, čak i u slučajevima kada podatci nisu normalno distribuirani, čime se pruža odgovarajuća metoda za daljnju statističku analizu podataka. Rezultati provedenog primarnog istraživanja na uzorku od 168 gostiju pokazuju da gosti najveću važnost pridaju raspoloživosti info mapa u objektima (gastronomska ponuda, događaji, kulturni sadržaji) te da u percepciji važnosti statistički značajna razlika postoji jedino kod sadržaja za djecu. Navedeno ukazuje da ne postoji razlika u percepcijama domaćih i stranih gostiju te da je potrebno uključivanje drugih varijabli koje bi mogle utjecati na percepciju gostiju, kao što su dob, spol ili svrha putovanja, a u cilju boljega razumijevanja preferencija gostiju vezano uz ponudu dodatnih sadržaja u obiteljskom smještaju. Sve navedeno ukazuje na potrebu definiranja strategija unapređenja ovog segmenta ponude.

LITERATURA

1. Berry, L.L., Parasuraman, A., Zeithaml, V.: The Service Quality Puzzle, *Business Horizons*, Vol. 28, No. 5, 1988.
2. Brendiranje privatnog smještaja, preuzeto 28.6.2023. s <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.hgk.hr/documents/ankica-grabasnjakbrendiranje-obiceljskog-smjestaja5cd2b140b5646.pdf>
3. DZS, preuzeto 12.4.2023. s https://web.dzs.hr/PXWeb/Default.aspx?px_language=hr&rxid=b5ad7c91-8011-4858-9d39-7046b11865eb,
4. Gašević D., Vranješ M.,
5. Tomašević D.: Kvaliteta usluga u funkciji zadovoljstva potrošača, *Ekonomija, teorija i praksa*, Vol 12., Br. 2., Novi sad, 2019. 45-53.

6. Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, Vol. 18, No. 4.
7. Horvat, J., Mijoč, J. (2019), *Istraživački SPaSS*, Naklada Ljevak, Zagreb
8. HTZ, (2022) *Smještajni kapaciteti hrvatskog turizma s analizom popunjenosti i sezonalnosti prometa prema vrstama smještajnih kapaciteta*
9. Kotler, P., Brown, J.T., Makens, J., (2010), *Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu*, Mate d.o.o., Zagreb.
10. Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., Armstrong, G.: *Osnove marketinga*, Mate/Zagrebačka škola ekonomije i managementa, Zagreb, 2006.
11. O'Neill, M. : *Measuring Service Quality and Customer Satisfaction*, u: Kandampully, J., Mok, C., Sparks, B. (Ed.): *Service Quality Management in Hospitality, Tourism and Leisure*, The Haworth Hospitality Press, New York, 2001.
12. *Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu*, Narodne Novine, 9/16 (2015)
13. *Sustav upravljanja kvalitetom - Temeljna načela i terminološki rječnik ISO 9000:2015*, (2015) peto izdanje, Hrvatski zavod za norme
14. *Turistička zajednica Krapinsko-zagorske županije, (2022.) Program označavanja kvalitete (labelling) obiteljskog smještaja destinacije Zagorje Bajka na dlanu -True Zagorje Home*
15. *Turistička zajednica Ličko Senjske županije, Program rada za 2022. godinu, (2022) preuzeto 18.6.2023. s chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcgglefindmkaj/https://visit.lika.com/uploads/files/program_rada_2022.pdf*

SUORGANIZATORI / CO-ORGANIZERS





VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences



Filozofski fakultet



PAR
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
VELEUČILIŠTE



EU4Dua



SPONZORI / SPONSORS



