

Zastupljenost i važnost učenja talijanskog jezika u turizmu

Šarčević, Anita

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of Šibenik / Veleučilište u Šibeniku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:143:311744>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-23**

Repository / Repozitorij:

[VUS REPOSITORY - Repozitorij završnih radova Veleučilišta u Šibeniku](#)



**VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL MENADŽMENTA
PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ**

Anita Šarčević

**ZASTUPLJENOST I VAŽNOST UČENJA
TALIJANSKOG JEZIKA U TURIZMU**

Završni rad

Šibenik, 2021.

VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU
ODJEL MENADŽMENT
PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ

ZASTUPLJENOST I VAŽNOST UČENJA
TALIJANSKOG JEZIKA U TURIZMU

Završni rad

Kolegij: Poslovni talijanski jezik IV

Mentorica: mr.sc. Ivana Kardum, v.pred.

Studentica: Anita Šarčević

Matični broj studentaice: 1219056589

Šibenik, rujan 2021.

- na ovom mjestu se umeće preslika potpisane izjave o akademskoj čestitosti

ZASTUPLJENOST I VAŽNOST UČENJA TALIJANSKOG JEZIKA U TURIZMU

ANITA ŠARČEVIĆ

Domovinskog rata 29c, asarcevi@vus.hr

Sažetak

Turizam kao vodeća gospodarska grana Hrvatske, čini veliki udio u cjelokupnom BDP-u države što rezultira pozitivnim trendovima u svim društvenim i ekonomskim aspektima. Kako bismo ostali konkurentni na tržištu, promicali identitet i ljepote koje proizlaze iz prirodnih resursa kojima se diči naša zemlja, važno je ulagati u vještine učenja i usvajanja stranog jezika. Zbog svog geografskog položaja i povijesnih okolnosti, talijanski jezik se nameće kao nužna vještina kojom je potrebno ovladati kako bi svakodnevna komunikacija u turizmu bila olakšana.

Ključne riječi: turizam, gospodarstvo, BDP, strani jezik, talijanski jezik, komunikacija

(xx stranica / xx slika / xx tablica / xx literaturnih navoda / jezik izvornika: hrvatski)

Rad je pohranjen u digitalnom repozitoriju Knjižnice Veleučilišta u Šibeniku

Ključne riječi: (tri do pet riječi)

Mentor(ica): mr.sc. Ivana Kardum, v.pred.

Rad je prihvaćen za obranu dana:

PREVALENCE AND IMPORTANCE OF LEARNING THE ITALIAN LANGUAGE IN TOURISM

ANITA ŠARČEVIĆ

Domovinskog rata 29c, asarcevi@vus.hr

Abstract

Tourism, as a leading sector of economy of Croatia, accounts for a large share of the country's total GDP resulting in positive trends in all social and economic aspects. To remain competitive in the tourism market, as well as promote the identity and all beautiful natural resources that our country takes pride in, it is important to invest in learning and acquiring a foreign language. Due to its geographical location and historical background, the Italian language imposes itself as a necessary skill that needs to be mastered in order to facilitate everyday communication in tourism.

Key words: tourism, economy, GDP, foreign language, the Italian language, communication

(xx pages / xx figures / xx tables / xx references / original in Croatian language)

Thesis deposited in Polytechnic of Šibenik Library digital repository

Keywords: (three to five words)

Supervisor: mr.sc. Ivana Kardum, v.pred.

Paper accepted:

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. OBRAZOVNI SUSTAV U REPUBLICI HRVATSKOJ.....	3
2.1 Talijanski jezik u obrazovnom sustavu Republike Hrvatske.....	3
2.2 Škole s nastavom na Talijanskom jeziku.....	4
3. TURIZAM REPUBLIKE HRVATSKE.....	5
3.1 Gospodarstvo Republike Hrvatske.....	5
3.2 Turizam općenito.....	6
3.3 Turizam u Republici Hrvatskoj.....	7
3.3.1 Vjerski turizam u Republici Hrvatskoj.....	10
3.4 Usporedba turističkih sezona 2020. i 2021.	11
4. VAŽNOST UČENJA TALIJANSKOG JEZIKA U TURIZMU.....	17
5. ANALIZA REZULTATA PROVEDENOG ISTRAŽIVANJA.,.....	19
6. ZAKLJUČAK.....	29

1. UVOD

Turizam je u Republici Hrvatskoj jedna od najznačajnijih gospodarskih grana koja zbog svoje kompleksnosti zadire i dotiče se svih društvenih, ali i gospodarskih segmenata. S obzirom da se na tržištu događaju pozitivne promjene u vidu kontrolinga rasta što se pokazalo i na vrijeme svjetske pandemije uzrokovane korona virusom, važno je uvidjeti o ulagati konstantne napore kako bi se ta uzlazna putanja održala i nastavila. Kako upravo najveći dio bruto domaćeg proizvoda (BDP) države dolazi od uslužnih djelatnosti kojima pripada i turizam, potrebno je ulagati dodatan trud, resurse, biti kreativan, inovativan i otvoren zahtjevima sve većeg i dinamičnijeg turističkog tržišta s njegovom povećanom ponudom i potražnjom sve s ciljem održavanja uspješnih rezultata poslovanja. Hrvatska na čelu sa svim nadležnim tijelima, Ministarstvom turizma i sporta te Hrvatskom turističkom zajednicom neprekidno ulaže i stvara nove načine kako bi svijetu pokazala sva bogatstva koja se kriju u naizgled tako maloj državi. Pa tako, osim sunca i mora kao glavnih aduta, Hrvatska nudi veliki izbor ljetnih festivala i manifestacija, avanturističkih izleta u prirodu, pristupačni dentalni turizam, luksuzni čarter turizam i mnoge druge benefite. Aktivno ulaganje u djelatnike, obučavanje i usavršavanje njihovih vještina pridonosi većoj konkurentnosti na tržištu. Najvažniji promotori turističke ponude su upravo oni koji su ujedno i pružatelji usluga, dakle, osobe s kojima turisti ostvaruju neposredni kontakt u vidu razmjene informacija i druge vrste komunikacija. Zbog toga je ključno poznavanje stranih jezika i ostalih vještina koji svakako pridonose boljitku i pozitivnom dojmu kojega se ostavlja na turista.

Ovaj završni rad kroz pet poglavlja nastoji utvrditi, analizirati i potaknuti na razmišljanje o položaju i odnosu prema talijanskom jeziku ne samo u okviru obrazovnog kurikulumu Republike Hrvatske, nego upravo talijanski jezik smjestiti u kontekstu turizma. Sustavnom obradom tema, metodom dedukcije gdje se polazi od pojmova šireg opsega do njihovog svodenja na uže, specifične definicije sve s ciljem kao bi se pokazala stvarna zastupljenost, ali i važnost učenja talijanskog jezika. U drugom poglavlju obrađuje se tema obrazovnog sustava Republike Hrvatske u kojem se naglasak stavlja na učenje i stvaranje talijanskog jezika kroz školski kurikulum te se nastoji ukazati na njegov stvarni položaj. Treće poglavlje se bavi turizmom i gospodarstvom Republike Hrvatske, gdje se detaljnije opisuju, definiraju i analiziraju pojmovi vezani za turizam s naglaskom na Talijane i talijanski jezik.

Četvrto, pak, poglavlje objedinjuje učenje talijanskog jezika i turizma, te opisuje utjecaj i benefite učenja i primjene jezika u komunikaciji. Zadnji dio rada je praktične naravi. u anketi koja je anonimno provedena, upotpunjuje se teorijski prikaz i analiza ove teme s konkretnim, iskustvenim primjerima i konstruktivnim kritikama.

Svrha ovog iscrpnog rada je upoznati, podići svijest i ukazati na važnost koju talijanski jezik ima ne samo u turizmu nego općenito u svakodnevnom životu.

2. OBRAZOVNI SUSTAV U REPUBLICI HRVATSKOJ

Hrvatski obrazovni sustav ostvaruje se na temelju Nacionalnog kurikulumuma Republike Hrvatske za predškolski, osnovnoškolski i srednjoškolski odgoj i obrazovanje kojim se utvrđuju nastavni planovi, programi te vrijednosti ciljevi i sadržaj aktivnosti odgojno obrazovnog sustava. Prema Hrvatskoj enciklopediji obrazovanje se definira kao:

Organizirani pedagoški proces stjecanja znanja i razvijanja spoznaje. Društveno se organizira u zakonom utemeljenim obrazovnim ustanovama koje ostvaruju planove i programe obrazovanja ... Primjereno dobnim skupinama, planovima i programima utvrđuju se sadržaji i trajanje obrazovanja, kojima se osiguravaju obrazovni standardi za svako obrazovno razdoblje.

Reformom hrvatskog obrazovnog sustava, došlo je do promjene u nastavnom planu i programu što se odrazilo na cjelokupni kurikulum, a posebno na učenje i poučavanje stranih jezika u osnovnim i srednjim obrazovnim institucijama. Naime, s učenjem stranih jezika započinje se u sve ranijoj dobi gdje se roditeljima nude mogućnosti cjelokupnog obrazovanja njihove djece na stranim jezicima. Potaknuti globalizacijom, otvaranjem stranog tržišta rada i utjecajem sveprisutnih društvenih mreža učenje dva ili više stranih jezika prestaje biti luksuz, a postaje potreba. Drugim riječima, proces usvajanja stranih jezika danas počinje od malih nogu, crtići i slikovnice, a i zvukovi oko nas su na stranom jeziku najčešće engleskom ili drugom svjetskom jeziku. Budući da je engleski jezik veoma rasprostranjen, te se u neku ruku i podrazumijeva njegovo poznavanje, sve više se pribjegava učenju još jednog stranog jezika. Zbog svog geografskog položaja, povijesnih okolnosti i snažne zajednice u Hrvatskoj koja djeluje na području Istre i Dalmacije sasvim je prirodno da se učenici odlučuju na učenje talijanskog jezika. Za razliku od Slavonije i sjevera Hrvatske u kojima se naglasak stavlja na učenje njemačkog jezika. Osim gore navedenih razloga, također se javlja sve veća potreba za znanjem i učenjem talijanskog jezika u kontekstu turizma u kojem svake godine sve veći broj talijanskih turista posjećuje hrvatsku obalu, otoke, ali i unutrašnjost. To dodatno znanje još jednog stranog jezika i vještina služenja istim u govoru i pismu svakako čini osobu konkurentnijom, adekvatnijom i otvorenijom za sve dinamičnije i zahtjevnije turističko tržište.

2.1 Talijanski jezik u obrazovnom sustavu Republike Hrvatske

Kao što je već navedeno u prethodnom poglavlju, engleski jezik, zbog svoje važnosti postao je obvezni predmet u okviru kurikuluma dok se svi ostali jezici daju na izbor najčešće u četvrtom razredu osnovne škole. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku¹ (2012.), školske godine 2010./2011. talijanski jezik je treći najčešći izbor učenika, odmah nakon engleskog i njemačkog jezika. Ukupan broj uzorkovanih učenika je 472.589 od kojih 26.424 ili 5,6% spada na talijanski jezik. Analizirajući dostupne podatke zapaža se veliki skok u broju učenika koji su upisali talijanski jezik u prvom razredu osnovne škole, njih 206 ili 0,5% i onih koji su ga upisali u četvrtom razredu osnovne škole njih 5.568 ili 8,1%. Upravo taj skok rezultat je prethodno navedene mogućnosti upisa izbornog predmeta u četvrtom razredu osnovne škole.

Nakon završetka osnovne škole, učenici imaju priliku izabrati srednju školu prema svojim mogućnostima i afinitetima. Ovisno o obrazovnom programu, škole dijelimo na gimnazije, strukovne i umjetničke. Glavna razlika u odnosu na strane jezike je u broju utrošenih sati na iste. U kurikulumu koji je dostupan na stranicama Ministarstva znanosti i obrazovanja navedeni su podaci o broju predviđenih sati za učenje talijanskog jezika. Prema nastavnom planu iz 2020./2021. (Nacionalni okvirni kurikulum, 2020.), za gimnazije predviđeno je 70 sati godišnje za prve tri godine, a posljednja godina 64 sata. Strukovne, pak, prema programu iz 2019./2020. (Nacionalni okvirni kurikulum 2019.) predviđaju 140 sati za prve tri godine, a za posljednju 128 sati.² Smanjena satnica i u gimnazijskom programu, ali i u strukovnom se dogodio zbog preraspodjele satnice na druge predmete koje učenici dobivaju u višim razredima srednjih škola. Također, proučavajući kurikulum, ali i iskustveno, pristup učenju i usvajanju stranog jezika, konkretno, talijanskog, temelji se na davanju naglaska lingvističkom dijelu jezika, to jest, gramatičkim pravilima, a praksa u vidu konverzacijskih vježbi u kojima se radi na usvajanju većeg fonda riječi, najčešće – izostaje. No, upravo je vještina vođenja razgovora i kvalitetna komunikacija ključna i cijenjena za uspjeh u turizmu. (obрати pažnju izbrisala sam fusnotu br. 2 i proširila je u tekstu)

¹ Navedeni podaci su za akademske godine 2010./2011. te početak 2011./2012. godine.

² Smanjenje satnice se dogodilo zbog preraspodjele opterećenja na druge predmete.

Tablica 1.

Učenici osnovnih škola koji uče strane jezike po razredima, kraj šk. Godine 2010./11.

	Učenika ukupno	Učenici po razredima								nastav- nikā
		I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	
Ukupno	472.589	39.356	40.549	41.777	68.933	68.450	69.937	71.857	71.730	4.960
ENG	330.414	35.100	34.932	36.223	41.464	42.892	45.050	46866	47887	3.260
%	69,9	89,2	86,1	86,7	60,2	62,7	64,4	65,2	66,8	65,7
NJEM	110.434	3.862	4.272	4.155	20.941	19.612	19.204	19.593	18.795	1.241
%	23,4	9,8	10,5	9,9	30,4	28,7	27,5	27,3	26,2	25,0
TAL	26.424	206	1.040	1.119	5.568	4.901	4845	4.448	4.297	345
%	5,6	0,5	2,6	2,7	8,1	7,2	6,9	6,2	6,0	7,0
FRAN	3.601	69	79	75	725	776	601	725	551	65
%	0,8	0,2	0,2	0,2	1,1	1,1	0,9	1,0	0,8	1,3
MADAR	568	52	82	75	70	90	75	65	59	14
Slovački	378	40	51	50	50	40	49	61	37	8
Ruski	337	0	59	37	51	50	46	49	45	4
ŠPANJ	170	0	0	0	27	54	28	35	26	4
Češki	156	21	21	32	24	17	14	10	17	12
Ostali	107	6	13	11	13	18	25	5	16	7

Izvor: Državni zavod za statistiku (Zagreb), Priopćenje broj 8. i 2. osnovne škole (27.4.2012.), ISSN 1330-0350, točka 1.5. http://www.dzs.hr/Hrv_Engl/publication/2012/08-01-02_01_2012.htm

2.2 Škole s nastavom na Talijanskom jeziku³

Hrvatska je oduvijek imala sluha za nacionalne manjine pa se samim time i za talijansku nacionalnu manjinu. Prostorno najrasprostranjeniji su po Istri, Rijeci i Kvarneru te Dalmaciji što je razumljivo zbog geografskih i povijesnih okolnosti. Prema popisu stanovništva iz 2011. godine, u Republici Hrvatskoj živjelo je 17.807 ili 0,42% Talijana (Nacionalne manjine):

Talijanska nacionalna manjina jedina je od svih manjina koja ima svoje dnevne novine, profesionalno kazalište i znanstvenu instituciju ... Iz državnog proračuna Republike Hrvatske financijski se pomažu programi četiri nevladine udruge nacionalne manjine Talijana s ciljem očuvanja i razvijanja nacionalnog i kulturnog identiteta i objedinjuje više od 45 zajednica Talijana.

³ Popis je u cjelosti preuzet sa stranica Vlade Republike Hrvatske, Ured za ljudska prava i prava nacionalnih manjina. Pristupljeno 9. 9. 2021. <https://pravamanjina.gov.hr/nacionalne-manjine-u-republici-hrvatskoj/352>

Na području Hrvatske, također, djeluje jedanaest osnovnih škola s nastavom na talijanskom jeziku, od toga se četiri nalaze u Rijeci, OŠ Belvedere, OŠ Dolac, OŠ Gelsi i OŠ „San Nicolo“. U Bujama je OŠ „Edmondo de Amicis“ i područne škole Brtonigla i Momjan. Zatim, Talijanska osnovna škola u Novigradu, OŠ u Vodnjanu, OŠ Giuseppina Martinuzzi u Puli s dvije područne škole u Galižani i Šišanu. U Istri se još nalaze OŠ Bernardo Parentin u Poreču, OŠ Bernardo Benussi u Rovinju i OŠ Galileo Galilei s područnom školom u Bašani. Srednje škole na talijanskom jeziku nalaze se u Rijeci, Bujama, Puli i Rovinju.

3. TURIZAM U REPUBLICI HRVATSKOJ

Kao i sve države u svijetu, tako i gospodarstvo Hrvatske odlikuje proizvodnja, stjecanje, upravljanje, ulaganje i potrošnja pribavljenih dobara koji su mu dani na raspolaganje. Prema sektoru djelatnosti gospodarstvo se dijeli na primarni, sekundaran, tercijarni, kvartarni i kvintalni. (Gospodarstvo) Drugim riječima, primarni sektor obuhvaća aktivnosti nabavljanja prirodnih resursa kao što su poljoprivreda, ribarstvo, šumarstvo i rudarstvo koji su ključni za poslovanje ostalih sektora. Sekundarni sektor gospodarstva podrazumijeva industriju, energetiku, građevinu, pomorsku i zrakoplovnu industriju i sl. Treći sektor, odnosno, sektor tercijarnih djelatnosti uključuje uslužne djelatnosti prema pojedincu ili skupinama, a najbolje se očituje kroz poslove trgovine, prometa, ugostiteljstva s posebnim naglaskom na turizam. Kvartarni i kvintalni sektor također spadaju u uslužne djelatnosti iako se bave različitim područjima djelovanja.

3.1 Gospodarstvo Republike Hrvatske

Ekonomska korist i profitabilnost jedan je od glavnih pokazatelja uspješnosti gospodarstva. Pa tako, prema Hrvatskoj gospodarskoj komori (2020):

Hrvatsko gospodarstvo u 2020. godini, nažalost, nije obilježeno samo visokom stopom pada već i prekidom niza pozitivnih trendova koji su ga obilježavali u prethodnim godinama ... To “pozitivno” razdoblje obilježeno je umjerenom visokim, ali stabilnim stopama rasta BDP-a, opravkom industrijske proizvodnje i trgovine, snažnim rastom robnog izvoza, turističkih ostvarenja i investicija što je rezultiralo i pozitivnim trendovima na tržištu rada. (str. 3).

Bruto domaći proizvod u 2019. godini porastao je za 2,8%, a u 2020. zabilježen je pad od 8,0%. Nadalje, pad je zabilježen i u sektoru industrijske proizvodnje. Iz tablice 2. može se vidjeti da je 2019. godine zabilježen rast od 0,6%, a 2020. pad od 2,8%. U sektoru uslužnih djelatnosti u koju spada i trgovina bilježi se rast od 3,6% u 2019. godini te pad od 5,8% u 2020. godini. Državni proračun je 2019. godini zabilježio višak od 49,6 milijuna kuna, dok je 2020. godine zabilježio manjak od 21.982,0 milijuna kuna. Najmanji pad se osjetio u izvođenju građevinskih radova gdje je zabilježen rast od 8,3% u 2019. godini, a pad u odnosu na istu godinu za 4,4%. Naj snažnija kriza pogodila je sektor turizma sa deficitom od malo preko 50 tisuća gostiju u

2020. godini u odnosu na prethodnu godinu.

Razlozi i uzroci tako drastičnih padova u 2020. godini ponajprije se vežu za pandemiju COVID-a i posljedice koje je ostavio ne samo na nacionalnoj nego i na globalnoj razini. Budući da je gospodarstvo jedna kompleksna ljudska djelatnost koju karakterizira vitalnost jedne države te se ogleda u različitim sferama ljudskog života i djelovanja, pandemija je imala najznačajniji utjecaj na krizu gospodarstva 2020. godine sa naglaskom na turizam koji ima najveći udio na BDP Hrvatske.

Tablica 2.

Čimbenici hrvatskog gospodarstva za 2019. i 2020. godinu

Čimbenici hrvatskog gospodarstva	2019.	2020.
BDP (%)	2,9	-8,0
Industrijska proizvodnja (%)	0,6	-2,8
Promet u trgovini (%)	3,6	-5,8
Državni proračun (mil. HRK)	49,6	-21.982,0
Građevinski radovi (%)	8,3	4,4
Noćenje turista (u 000)		
Domaći	7.095,3	5.415,0
Strani	84.147,6	35.379,0

Izvor: DZS, HNB, MF, obrada Hrvatska gospodarska komora (Zagreb), Odjel za strateški razvoj i analize. ISSN 1849-644X. Preuzimanje 6.9.2021. <https://www.hgk.hr/documents/hrvatsko-gospodarstvo-2020-web6107a81e2f243.pdf>

3.2 Turizam općenito

Proučavanjem strane i domaće literature u posljednjih nekoliko godina, turizam se sve češće promatra kao samostalna gospodarska grana koja se veže uz gospodarstvo. Razlog tomu je veliki utjecaji koji vrši na prihode i poslovanje države. Turizam je poprimio znatno veće značenje i važnost nego li u prošlosti što se ogleda kroz utjecaje na uravnoteženje platne bilance, stabilizaciju gospodarstva i gospodarski rast. On je odraz razvijenosti društva te njegovog gospodarskog razvoja. Svjetska turistička organizacija (UNWTO) definira turizam

kao društveni i ekonomski fenomen koji obuhvaća kretanja ljudi u mjesta izvan njihove uobičajene sredine radi osobnog odmora ili poslovnog putovanja. A pojam se usko veže uz pojam turista – osobu, posjetitelja koji putuje/obavlja aktivnost kretanja izvan svoje sredine manje od godinu dana s ciljem obavljanja posla, odmora ili drugih osobnih razloga. Ova dva pojma su međusobno isprepletena i jedan bez drugoga se ne mogu proučavati. Nadalje, turizam kao forma, dijeli se na domaći turizam koji uključuje putovanja unutar iste zemlje u kojoj posjetitelj živi, odlazni turizam, odnosno, putovanja građana izvan zemlje u kojoj žive i dolazni turizam koji označava dolaske posjetitelja iz drugih zemalja. (Turizam) Međutim, kako navodi Hrvatska enciklopedija, postoje mnogi kriteriji prema kojima se određuju vrste turizma: prema trajanju putovanja, njenoj organizaciji, kretanju i broju posjetitelja, prostoru i vremenu u kojem se odvija putovanje, te utjecaju na platnu bilancu. Shodno tomu, postoji nekoliko glavnih obilježja turizma: putovanje, kretanje i boravak posjetitelja izvan njihove uobičajene sredine, kružnog je karaktera, ima definiran vremenski period i predviđena je potrošnja, a ne privređivanje turista u zemlji koju posjećuje. Od ključne važnosti za turizam je turističko tržište bez čijih glavnih elemenata – ponude, potražnje i turističkih posrednika - turizam ne bi mogao opstati. Kako bi turizam jedne države (p)ostao konkurentan, važno je neprestano ulagati resurse u dinamičnost potražnje i raznovrsnu ponudu koja može zadovoljiti što širi spektar te time postigla bolje ekonomske učinke. Pod pojmom resursa važno je razlikovati prirodne resurse kao što su klimatski, geografski, hidrografski i pejzažni i društvene resurse poput kulturno-povijesnih, umjetničkih i ambijentalnih. (Čavlek et al., 2011)

3.3 Turizam u Republici Hrvatskoj

Turizam u Hrvatskoj ima zaista veliku ulogu i kao takav zadire u sve sfere društvenog i gospodarskog života Republike Hrvatske. Prema dostupnim povijesnim izvorima, prvi oblici turizma u Hrvatskoj pojavili su se u vrijeme Rimljana koji su posjećivali terme na sjeveru današnje Hrvatske. Kasnije kroz godine kako su se mijenjale sklonosti i potražnja tako se mijenjala i ponuda iz čega su nastale različite faze razvoja turizma koje se mogu pratiti u Republici Hrvatskoj. Različiti autori imaju i različite podjele istih, ali one se mogu svesti na faz faza razvoja turizma u Republici Hrvatskoj. S manjim odstupanjima, prema Antuncu (2001), Pirjevecu i Kesaru (2002), te Vukoniću (2005), razvojne faze turizma su (kao što je navedeno u Čavlek et al., 2011): prva faza ili predturistička faza, druga koja se datira u kraj 19. stoljeća, odnosno oko Prvog svjetskog rata, treća faza ili razdoblje između dva svjetska

rata, nakon koje slijedi četvrta faza i peta koja označava turizam novije hrvatske povijesti.

O razvoju turizmu u Republici Hrvatskoj danas skrbi Ministarstvo turizma i sporta dok na gospodarskoj razini to čine gospodarske komore, a na društvenoj tu funkciju obavljaju turističke zajednice (TZ) kao organizacija koja kroz različite aktivnosti i ponude promiče i potiče turizam i hrvatski nacionalni identitet u svijetu.

Kao što je više puta naglašavano, turizam uistinu ima značajnu ulogu u gospodarstvu Republike Hrvatske te se zbog svoje kompleksnosti može promatrati kao zasebno područje usko vezano uz gospodarsku djelatnost. To je i logično ukoliko se uzme u obzir da je u 2019. godine turizam ostvario zavidnih 19,4% ukupnog BDP-a, a u 2020. 9,8% (HGK, 2020). Hrvatska svakako iskorištava snažni status koji turizam ostvaruje te time jača dohodak, potiče nova, dugotrajna i sezonska zaposlenja, ulaganja u rast i razvoj u različitim gospodarskim sektorima. Iako je bilo spomena kako se turizam ubraja u tercijarni sektor, autori knjige *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav* (2011), ne slažu se s tom podjelom navodeći:

turizam je visokosofisticiran integralni sustav u okviru nacionalnog gospodarstva čiji djelokrug i struktura nadilazi ekonomske kategorije djelatnosti, grane, industrije i sektora, a čine ga međusobno povezani, heterogeni, međuovisni i komplementarni fragmenti različitih gospodarskih grana i djelatnosti koji zajedno čine logičku, funkcionalnu i uravnoteženu cjelinu. (str. 243)

Nadalje, najpouzdaniji indikator razvoja turizma je broj ostvarenih noćenja turista. Kako bi se analizirao ekonomski učinak turizma, naglasak se stavlja na nacionalnu strukturu posjetitelja, odnosno, na zemlju iz koje dolaze s usporedbom na prethodnu godinu, razdoblje od deset godina i možebitne rekordne pokazatelje. Prema tome, podaci Državnog zavoda za statistiku za 2011. godinu navode kako su daleko najveći broj noćenja ostvarili Nijemci, njih 12.487, a odmah nakon njih slijede Slovenci s 6.389 ostvarenih noćenja, te Talijani na trećem mjestu s 4.995 ostvarenih noćenja. (DZS, 2011) Nekoliko godina kasnije, točnije 2019. godine, sezonu pred pandemijom, Nijemci su ostvarili 19.944.549 noćenja što ih čini uvjerljivo najbrojnijom skupinom posjetitelja, Slovenci 7.503.053, a prekomorski susjedi Talijani, 5.141.064 ili 6,1%. Državni zavod za statistiku također navodi kako su Talijani, njih 8,6% iste godine najviše boravili u Istarskoj županiji što je logično s obzirom na blizinu kopnene granice među Hrvatskom i Italijom. (DZS, 2019) Osim geografske povezanosti, jedan od glavnih razloga brojnosti talijanskih gostiju je Ferragosto i vjerski turizam koji spada u specifičan oblik turizma zasnovan na jednom aspektu društvenog resursa – vjeri. Prema

priopćenju direktora Hrvatske turističke zajednice, Kristjana Staničića, popularnost Hrvatske se ogleda i u dobroj promidžbi u renomiranim talijanskim časopisima poput „Caravan e Camper“, „Dove“, „Bell'Europa“ koje donose reportaže o poznatim hrvatskim destinacijama, plažama, otocima, festivalima i nacionalnim parkovima. (ferragosta)

3.3.1 Selektivni oblici turizma

Krajem dvadesetog stoljeća, dolaskom nekih novijih generacija nastale su promjene u poslovnom svijetu i društvu u cijeli. Intenzivni rast i disperzija turizma utjecali su na pojavu posebnih oblika turizma, specifičnih selektivnih oblika. U početku se takva vrsta turizma pojavila kako bi zadovoljila različite potrebe potražnje sukladno raspoloživim prirodnim sredstvima. Raznim marketinškim porukama nudile su se turističke atrakcije te se na taj način stvarala šarolika lepeza turističke ponude. Kasnije pojavom interneta, takva vrsta turizma dospjela je do još veće mase ljudi. U to vrijeme sve što je obuhvaćalo kvalitetni, rekreativni odmor i bijeg u ne zagađenu prirodu s daškom kulture postalo je primamljivo široj populaciji. Ljudi su se počeli sve više okretati selektivnim oblicima turizma u manjim organiziranim skupinama šaljući na taj način kritiku na masovni suvremeni turizam.

Danas prema suvremenoj literaturi selektivni turizam predstavlja svojevrsni odgovor na probleme u suvremenom turizmu uzrokovane masovnim turizmom i njegovom infrastrukturom.⁴

S obzirom na postojanje veliki broj selektivnih oblika turizma, definicije pojedinih oblika javlja se kroz karakteristike neki posebnih motiva koje su podjeljene u dvije skupine: prema motivaciji i prema vanjskim učincima. Glavne odlike su što pojedinca potiče na putovanje.

⁴ Menadžment selektivnih oblika turizma, Stanko Geić

Neki od selektivnih oblika turizma su:

- Ekoturizam
- Ruralni turizam
- Lovni turizam
- Sportski, avanturistički i biciklistički turizam
- Zdravstveni turizam
- Volonterski turizam
- Poslovni turizam
- Turizam događaja
- Gastronomski i vinski turizam
- Urbani turizam
- Vjerski duhovni turizam
- Kulturni turizam
- Mračni turizam

Religijski turizam je jedan od najstarijih oblika turizma čiji se korijeni mogu naći u najranijim zajednicama kada su ljudi zbog religijskih obreda putovali i posjećivali pojedina mjesta – svetišta, pritom prelazeći velike udaljenosti. Takav oblik turizma se i danas prakticira, pogotovo u Italiji, državi koja je većinski katolička. Upravo takva hodočašća u svetišta daju još jednu dodatnu nit poveznicu prema hrvatskoj.

Hrvatski narod i zemlja od samih su početaka prožeti velikim poštovanjem i dubokim uzdanjem u katoličku vjeru i štovanje Djevice Marije. Crkva kao ustanova i kao zajednica ima veliki značaj za Hrvate. To se posebno očituje u brojnosti marijanskih i drugih svetišta poput Krašića, Karlovca i Ludbrega kroz koje godišnje prođe veliki broj hodočasnika. Početak hodočašća i začetak svetišta većinom je pokrenuto raznim zagovorima i zavjetima s kojima se narod susretao tijekom povijesti. Primjerice, hodočašće vjernika grada Zagreba pokrenuto je na inicijativu oca Šimatića, a na kojoj se utjecalo „Bistričkoj Djevici, Čudotvorki Kraljevine Hrvatske“ za prestanak suše koja je zadesila sjever Hrvatske u ljeto 1723. godine. (Belić, 1984, str. 641). Primjeri uslišanih molitava, predanosti srca i čuda koje su se dogodila na pojedinim mjestima ojačali su vjeru posebice Hrvata, a također i ljudi cijelog svijeta koji potaknuti tuđim iskustvima i ozdravljenjima, obilaze ova svetišta.

Talijani su tako usko vezani uz Međugorje i Trsat. Prema statističkim podacima sa službenih stranica Međugorja, od 1986. do kolovoza 2021., 106.656 Talijana se pričestilo, što ih čini drugom najbrojnijom skupinom odmah nakon engleskog govornog područja. (Međugorje) Također, posebnu ljubav gaje prema talijanskim zajednicama i udrugama koje svake godine organiziraju hodočašća i dovode veliki broj vjernika. Jedna od takvih zajednica je i Cenacolo koja se iz Italije proširila po cijelom svijetu, uključujući Hrvatsku i Bosni i Hercegovini gdje skupa broje 9 bratstava. Osim zajednice Cenacolo, u Hrvatskoj je pokrenuta i volonterska udruga Vrt plavih ruža koja djeluje u Specijalnoj bolnici za dječje bolesti Gornja Bistra, a koju je osnovao upravo Talijan, svećenik don Ermanno D'Onofrio. Vrt plavih ruža tijekom ljetnih mjeseci, svaki tjedan, u bolnici ugošćuje nove volontere koji dolaze iz Italije te svojim nesebičnim radom pomažu djeci s poteškoćama.

3.4 Usporedba turističkih sezona 2020. i 2021.

Unazad par godina Hrvatska je imala zdravu brojku rasta dolazaka i ostvarenih noćenja. Međutim, situacija s pandemijom unazadila je i usporila predviđeni rast. Pojavom pandemije COVID-a, došlo je do značajnih pomaka u brojkama već ustaljeno rastuće statistike. Naime, sva prethodna predviđanja drastično su promjenila svoj tijek. Na globalnoj razini gospodarstvo je pretrpjelo velike gubitke što je utjecalo i na turizam. Isto nije zaobišlo Hrvatsku kojoj je turizam jedna od najvažnijih grana gospodarstva. Kako je već spomenuto, Istarska županije je vodeća po broju noćenja i svojom ponudom i potražnjom dominantna u kontekstu turizma. Zbog navedenih i drugih značajnih razloga, ovaj rad će se fokusirati upravo na podatke prikupljene na području Istarske županije, a tiču se broja noćenja Njemačkih posjetitelja kao dominantne skupine, Talijanskih koji su usko vezani za područje istraživanja i analize ovog rada, Slovenskih i drugih država Europske unije.

Tablica 3.

Broj noćenja ostvaren u razdoblju od 1. 1. do 31. 8. 2020. i isto razdoblje 2021.

Zemlja	Noćenja 01.01. – 31.08.2020.	Noćenja 01.01.- 31.08.2021.
Njemačka	4.475.272	7.171.014
Slovenija	2.318.394	2.197.775
Italija	573.420	773.170
Austrija	889.307	2.155.023
Češka	545.154	915.852

Izvor: eVisitor (2021.) Turistička zajednica Istarske županije. Preuzimanje 10. 9. 2021.

<https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika/arhiva-2020>

Prema podacima navedenim u tablici, Njemačka je i dalje vodeća zemlja po broju noćenja na nacionalnoj razini, a posebno u Istarskoj županiji gdje je zabilježen skok posjetitelja u 2021. godini u odnosu na 2020. i to sa 4 475 272 na 7 171 014. Nakon njih, po broju noćenja prednjače susjedne nam države Slovenija i Austrija, a na četvrtom mjestu Italija sa ostvarenih 773 170 noćenja.

Imajući na umu globalni problem pandemije, Hrvatska se poprilično dobro nosila s popunjavanjem smještajnih kapaciteta. Tako u priloženoj tablici vidimo kako se broj noćenja povećao iako su predviđanja i prognoze bile loše.

Rezultati prema vrstama smještajnih kapaciteta/objekata

Vrsta objekta	VIII 2021.		VIII 2020.		Mjesečni indeks	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Hoteli	965.758	4.692.469	516.159	2.516.625	187,10	186,46
Kampovi	848.707	6.396.257	421.041	3.305.599	201,57	193,50
Objekti na OPG-u	6.709	31.601	3.991	20.178	168,10	156,61
Objekti u domaćinstvu	1.857.280	13.070.422	1.312.307	9.629.088	141,53	135,74
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj	371.922	1.971.502	218.835	1.273.291	169,96	154,84
Ostalo	4243	20912	557	3302	761,76	633,31
Restorani	111	333	118	373	94,07	89,28
Ukupno komercijalni smještaj	4.054.730	26.183.496	2.473.008	16.748.456	163,96	156,33
Nekomercijalni smještaj	131.393	3.768.998	124.026	3.735.758	105,94	100,89
Nautika	98.355	795.830	84.471	587.112	116,44	135,55
Ukupno	4.284.478	30.748.324	2.681.505	21.071.326	159,78	145,92

Izvor: HTZ (podaci eVisitor+integrirano eCrew)

Izvor: HTZ (podaci eVisitor+integrirano eCrew)

Prema rezultatima u županijama u apsolutnim brojkama, najveći promet turista tijekom kolovoza (mjereno noćenjima) ostvaren je na području Istre, a potom slijede Splitsko-dalmatinska županija i Kvarner. Gledajući ukupan promet mjereno noćenjima tijekom kolovoza 2021., u odnosu na kolovoz prethodne godine, rast bilježe sve regije.

Županija	Dolasci	Noćenja
Istra	1.110.181	8.607.612
Splitsko-dalmatinska	866.071	5.781.220
Kvarner	733.847	5.662.119
Zadarska	505.962	4.853.696
Šibensko-kninska	281.913	2.274.076
Dubrovačko-neretvanska	338.154	1.949.668
Ličko-senjska	178.908	1.069.264
Grad Zagreb	103.868	191.857
Karlovačka	73.493	146.816
Krapinsko-zagorska	22.914	51.495
Varaždinska	14.764	34.013
Međimurska	11.444	31.055
Zagrebačka	16.044	30.846
Osječko-baranjska	7.870	19.316
Bjelovarsko-bilogorska	2.303	7.982
Vukovarsko-srijemska	3.962	7.387
Koprivničko-križevačka	2.778	7.296
Brodsko-posavska	4.449	7.010
Sisačko-moslavačka	2.330	6.984
Požeško-slavonska	1.744	5.152
Virovitičko-podravska	1.479	3.460

Izvor: HTZ (podatci eVisitor+integrirano eCrew)

Promatrajući sveukupne rezultate, zapažamo da Italija uvijek među top 5 država prema dolascim.

Prosječni broj dana boravka stranih turista po dolasku	Struktura stranog turističkog prometa po zemljama (u %)					
			DOLASCI TURISTA		NOĆENJA TURISTA	
	2019.	2020.	2019.	2020.	2019.	2020.
Njemačka	6,9	7,9	16,7	26,8	23,9	33,3
Austrija	5,3	6,1	8,3	13,9	9,0	13,4
Slovenija	6,3	6,8	5,4	11,6	7,0	12,3
Italija	6,7	6,7	4,3	8,7	6,0	9,1
Poljska	3,7	5,9	8,0	6,4	6,2	5,9
Ujedinjena Kraljevina	4,4	5,4	6,8	4,1	6,2	3,5
Češka	4,9	5,5	3,6	3,8	3,6	3,3
Mađarska	6,4	6,7	2,5	2,6	3,4	2,7
Francuska	3,5	3,9	3,6	2,5	2,7	1,5
SAD	5,0	5,1	5,0	2,1	5,2	1,7
Ostali	3,6	4,9	35,8	17,4	26,9	13,2
UKUPNO STRANI	4,8	6,4	100,0	100,0	100,0	100,0

Izvor: Državni zavod za statistiku

4. VAŽNOST UČENJA TALIJANSKOG JEZIKA U TURIZMU

Poznavanje više stranih jezika preduvjet je za uspješnu komunikaciju u turističkoj industriji. Koliko je važno poznavati talijanski jezik na hrvatskoj obali može se primijetiti iščitavajući brojke posjetitelja s talijanskog govornog područja. Geografska blizina i slična kulturološka obilježja dovoljna su kako bi se svake godine sve veći broj Talijana odlučio upravo za odmor na Hrvatskoj obali. Istra je pak najčešća destinacija koju odabiru talijanski posjetitelji a ponajviše za vrijeme Ferragoste. Hrvatska je naravno prepoznala važnost talijanskih posjetitelja te već duži niz godina unaprjeđuje ponudu i prilagođava je potražnji. Tako su od prošle godine uvedene dodatne trajektne linije prema ostalim dalmatinskim gradovima kao što su Split i Zadar. Naravno, još uvijek prema pristupačnosti i povezanosti prednjači istarsko područje gdje se najveći broj talijanskih posjetitelja odlučuje za gradove kao što su Mali Lošinj, Rovinja, Medulin, Pula i Umag gdje je ove godine zabilježeno više od 31 tisuća noćenja od ukupnih 630 tisuća na razini države.

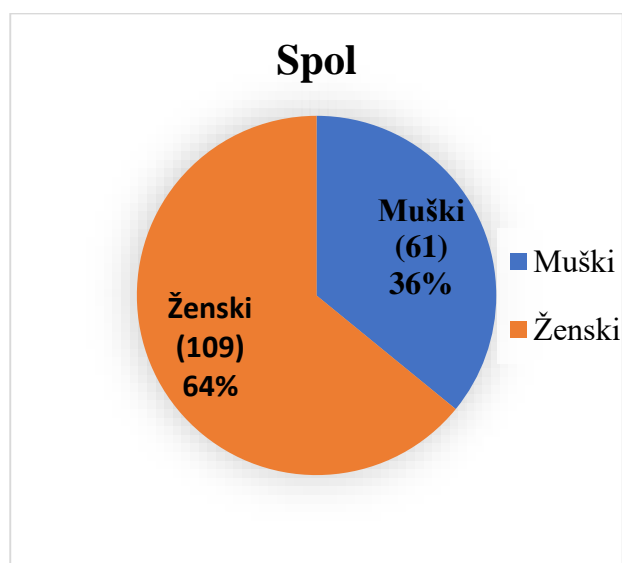
Budući da je potražnja iz godine u godinu sve veća, samim time se i ponuda treba povećavati odnosno širiti smislu ponuđenog sadržaja. Tržište postaje zasićeno uobičajenim atrakcijama a konkurencija na razini Europske unije sve veća. Danas isključivo prirodne ljepote nisu dovoljne, stoga je važno ulagati u obrazovanje uslužnog sektora. Obrazovanje poprima novu razinu važnosti kad je u pitanju obuka zaposlenika. Zbog sezonalnosti turističkog sektora Republike Hrvatske djelatnici su često nedovoljno educirani i prema potrebi mijenjaju radno mjesto, te se poslodavcu ne isplati ulagati u zaposlenika i njegovo znanje jer ga nakon nekoliko ljetnih mjeseci rada gubi. Svakako da poznavanje talijanskog kao stranog jezika nije jednako važno u svim sektorima turizma i svim djelovima Hrvatske, te da puno veću težinu ima u organizacijama kao što su hoteli, restorani, turističke zajednice, dakle svi oni poslovi koju uključuju direktnu komunikaciju. Međutim kada posjetitelju date na važnosti pružajući mu uslugu uz njegov materinjski jezik dobivate dodatno na važnosti i zahvalnosti. S psihološkog aspekta gledano stvaranjem takve ugode povezujete se na višoj razini i ostvarujete bolju komunikaciju a samim time i sveukupni dojam. Upravo zbog tog dojma kvalitete koji se ostavlja poznavanjem talijanskog jezika stvara se želja kod posjetitelju da se opet vrati i širi dobar glas. Podizanje svijesti o važnosti poznavanja stranih jezika je nužno, jedn od glavnih grana gospodarstva hrvatske leži na turizmu te ovisi o kvaliteti koju će uslužni sektor pružiti

posjetiteljima.

5. ANALIZA REZULTATA PROVEDENOG ISTRAŽIVANJA

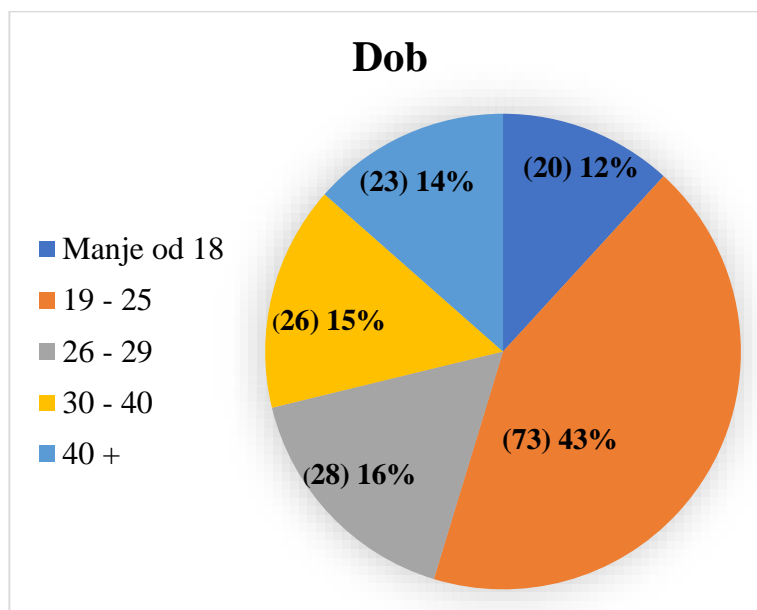
Potaknuta proučavanjem već postojećih, sličnih istraživanja, odlučila sam napraviti manje, vlastito istraživanje na temu Zastupljenosti i važnosti učenja talijanskog jezika u turizmu. Istraživanje je provedeno u razdoblju od 1. rujna do 15. rujna putem online obrasca na uzorku od 170 slučajnih ispitanika. Anketni upitnik bio je anoniman kako bi ispitanici što iskrenije i poštenije odgovorili na postavljena pitanja. Također, upitnik je podijeljen na društvenim mrežama s ciljem da ga ispuni što raznovrsnija publika različitog obrazovnog i dobnog uzrasta na širem geografskom području Hrvatske. Svi ispitanici anonimno su pristupili i ispunili 13 pitanja otvorenog i zatvorenog tipa. Anketa obuhvaća spektar pitanja na temu osobnog iskustva, obrazovanja na području učenja stranih jezika i iskustva o potrebi poznavanja talijanskog jezika u turizmu.

Prvo postavljeno pitanje odnosilo se na spol ispitanika. Od ukupnog broja anonimnih ispitanika, njih 170, 109 izjasnilo se kao osobe ženskog spola što iznosi 64,1% , dok se nešto manje ispitanika, njih 61, izjasnilo kao osobe muškog spola, u postotcima izraženo 35,9%. Prema dostupnim rezultatima, prevladava ženski spol u anketnom upitniku.



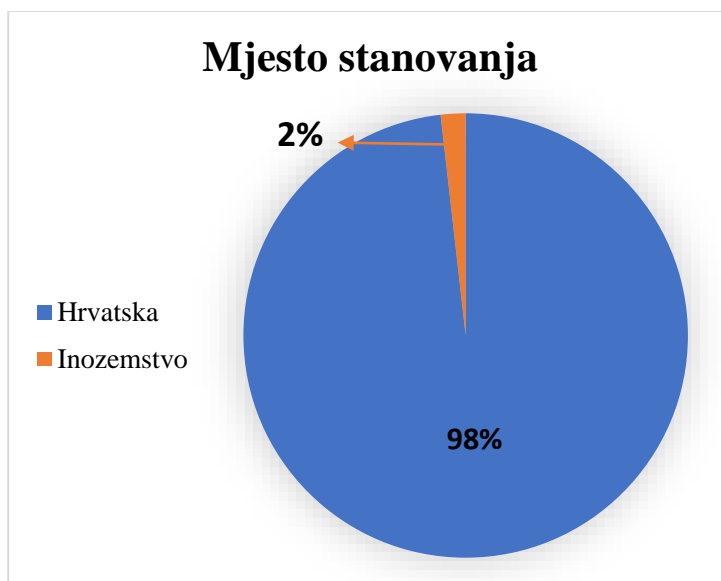
Slika 1. Spol ispitanika, Izvor: vlastita izrada autora

Drugo anketno pitanje vezano je za dob ispitanika. Najviše ispitanika, gotovo polovica ima između 19 i 25 godina, njih 73 što iznosi 42,9%. Sljedeća najbrojnija dobna skupina ispitanika je od 26 do 29 godina, njih 28 što prema postotcima iznosi 16%. Onih između 30 i 40 godina, te starijih od 40 godina, ima podjednako, izraženo u postotcima 15% i 14%. Najmanje ima mlađih od 18 godina, njih svega 20.



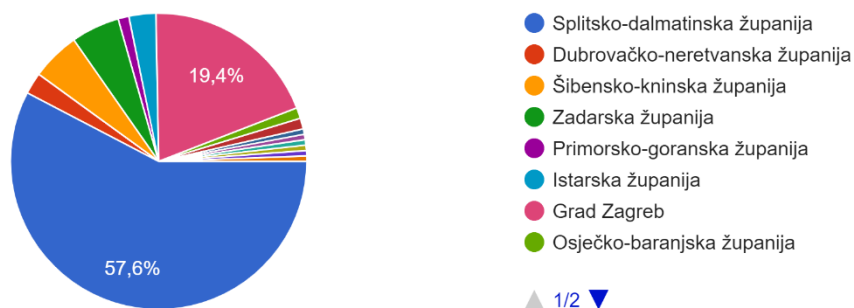
Slika 2. Dob ispitanika, Izvor: vlastita izrada autora

Treće pitanje je od ispitanika zahtjevalo da se izjasne o mjestu stanovanja, ukoliko pripadaju inozemnom stanovništvu. Dislociranost i potencijalno drugačiji sustav obrazovanja utjecao bi na analizu podataka s obzirom da je promatrano područje istraživanja usmjereno na Hrvatsku. No, jako mali broj ispitanika dolazi iz inozemstva, konkretno samo njih 2%, što znači da gotovo svi ispitanici žive u Republici Hrvatskoj



Slika 3. Mjesto stanovanja ispitanika, Izvor: vlastita izrada autora

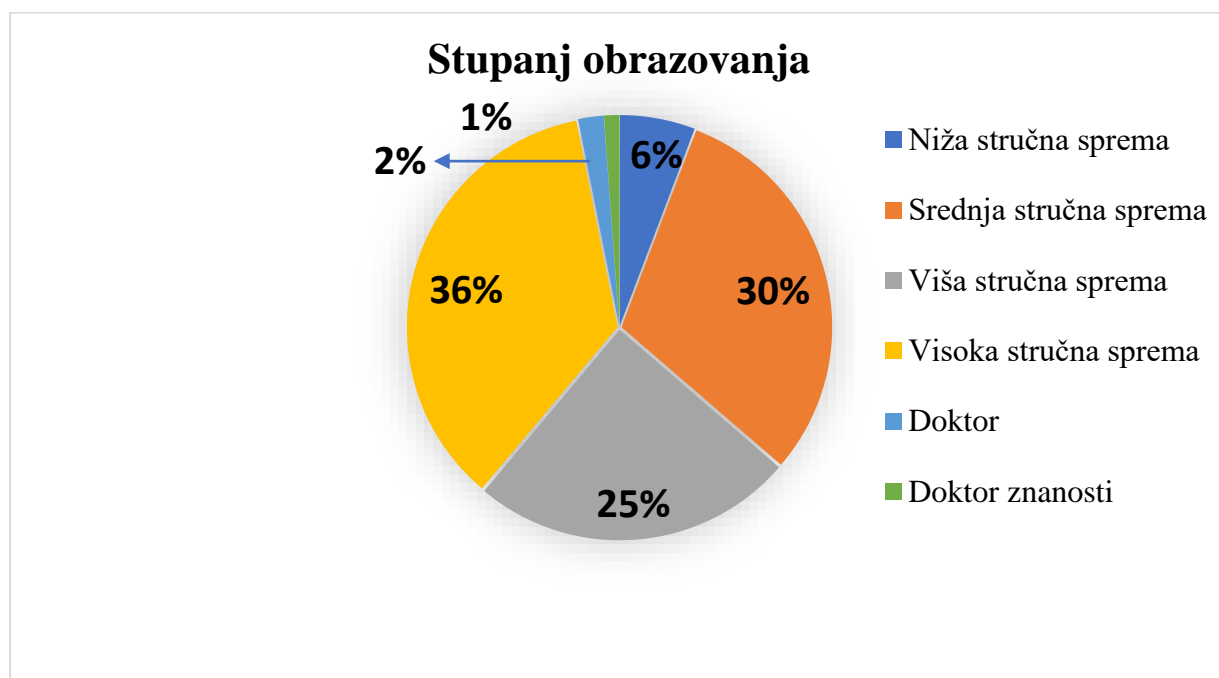
Četvrto pitanje odnosilo se na određivanje županijske pripadnosti prema mjestu stanovanja sa svrhom usporedbe potreba poznavanja stranih jezika u različitim županijama. Najveći broj ispitanika je iz Splitsko-dalmatinske županije s postotkom od 57,6% i grada Zagreba s postotkom od 19,4%. Slijede Šibensko-kninska županija i Zadarska s jednakim postotkom od 5,3%. Manji broj ispitanika pripada Istri i Kvarneru, a najmanji dio anketiranih ispitanika dolazi sa sjevera Hrvatske.



Slika 4. Županijska pripadnost ispitanika, Izvor: vlastita izrada autora

Na peto pitanje ispitanici nisu imali obavezu odgovoriti, a pitanje se odnosilo na ispitanike koji su se prethodno izjasnili kao stanovnici neke druge inozemne države. Samo nekolicina ispitanika se izjasnila da žive u inozemstvu, konkretnije Švicarska i Njemačka.

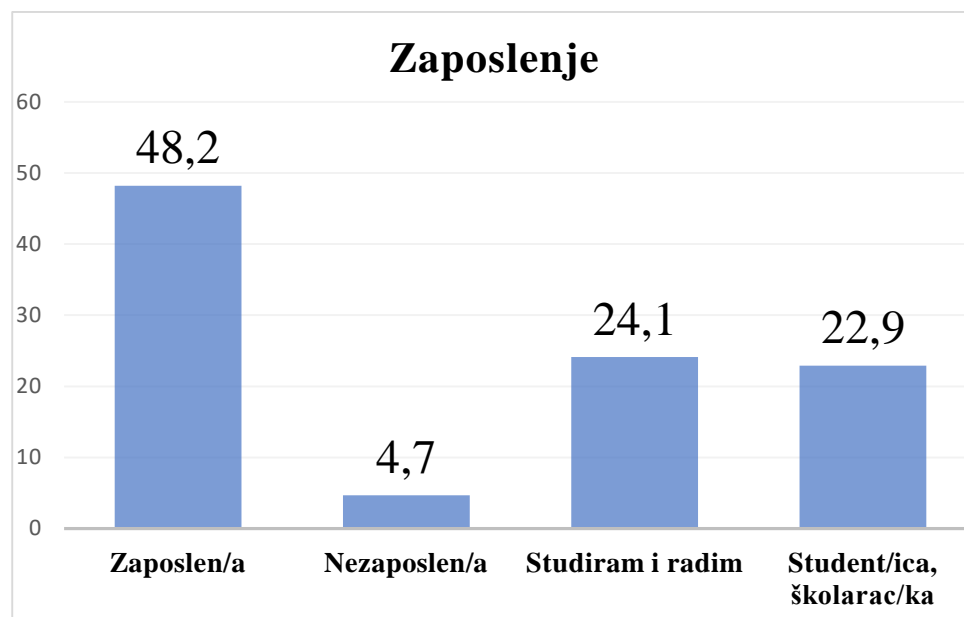
Pitanje broj šest, odnosi se na stupanj obrazovanja. Proučavajući rezultate ankete uočava se kako je jako mali broj ispitanika ima samo nižu stručnu spremu s pretpostavkom da su to osobe mlađe od 18 godina i da njihovo obrazovanje još uvijek traje. Od 170 ispitanika, više od polovine ima višu stručnu spremu ili visoku stručnu spremu. Najviše ispitanika ima visoku stručnu spremu, njih 63 što u postotku predstavlja 26%. Slijede ispitanici sa srednjom stručnom spremom, njih 30% te 25% ispitanika s višom stručnom spremom. Manji broj anketiranih ispitanika posjeduje titulu doktora ili pak doktora znanosti, njih svega 3%.



Slika 5. Stupanj obrazovanja ispitanika, Izvor: vlastita izrada autora

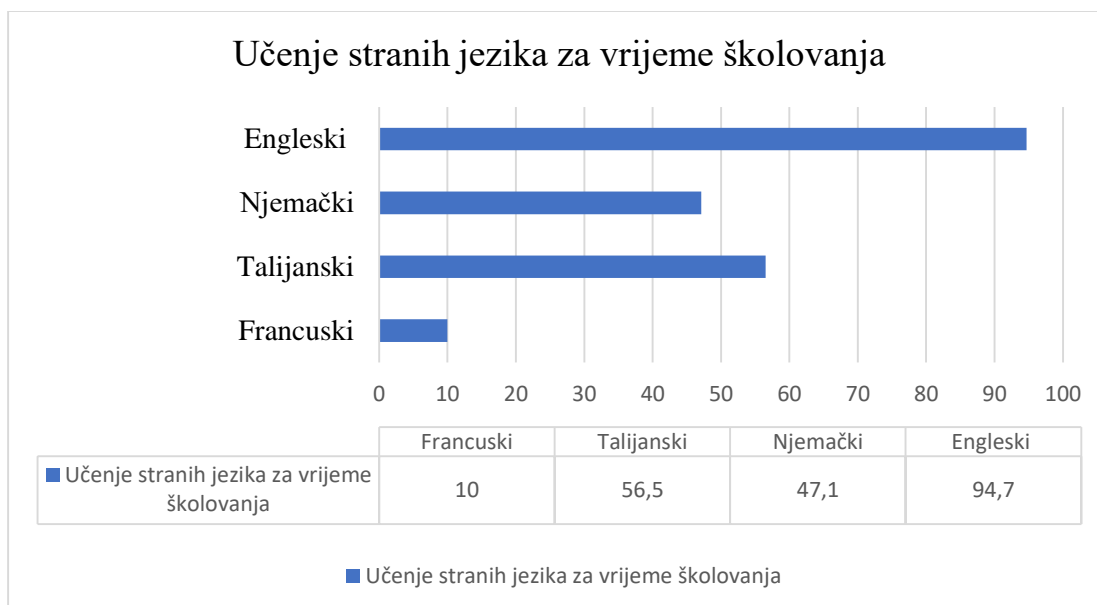
Sedmo pitanje je pitanje statusa ispitanika, odnosno, je li učenik, student ili pak u radnom odnosu. Najveći broj ispitanika (82) pripada skupini zaposlenih, njih 48%. Zatim slijedi skupina studenata i učenika koji zajedno čine grupu od 80 anketiranih ispitanika iako pripadaju različitim skupinama ovisno o tome jesu li u radnom odnosu za vrijeme studija ili ne.

24% ispitanika studira i radi dok 23% isključivo studira ili pohađa srednju školu. Samo 4,7% ispitanika izjasnilo se kao nezaposleni. Zbrojimo li sve zaposlene ispitanike, dolazimo do rezultata od 72% što ih čini relevantnima prilikom anketiranja koje od njih traži da iznesu vlastito mišljenje i stavove oko upotrebe stranog jezika na poslu.



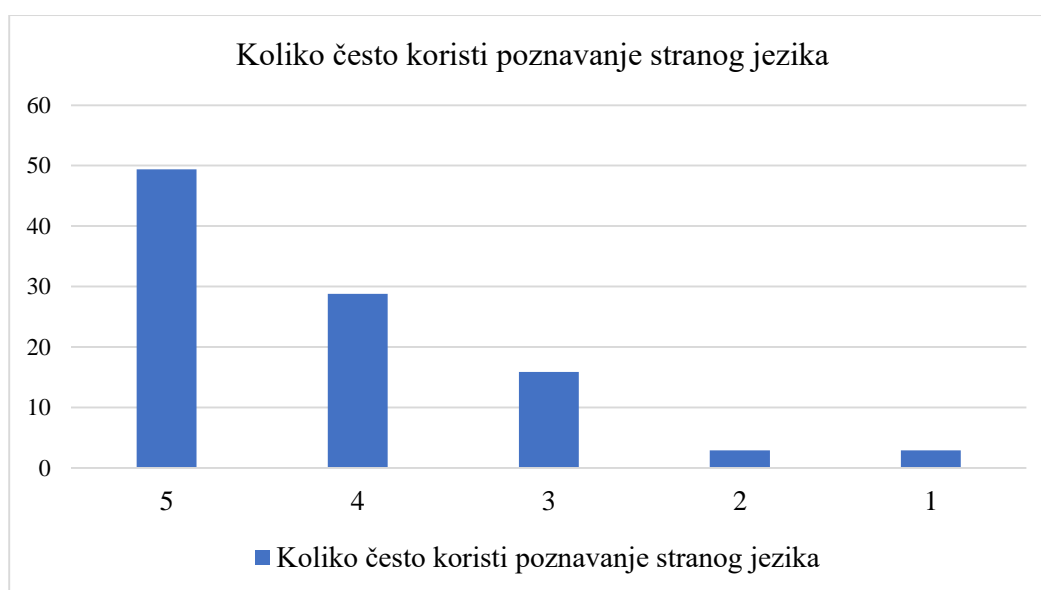
Slika 6. Zaposlenje ispitanika, Izvor: vlastita izrada autora

Osmo pitanje odnosilo se na poznavanje i učenje stranih jezika. Važno je napomenuti kako su svi sudionici učili barem jedan strani jezik kroz školovanje. Najviše ispitanika izjasnilo se kako su za vrijeme obrazovanja učili engleski jezik, njih čak 94,7% te da su imali dodatni izborni strani jezik koji je prema priloženim postotcima najčešće bio njemački jezik s 56,7%. Zatim, talijanski jezik s 47,1%. Ostali ispitanici su učili manje „popularne“ jezike kao što su francuski, španjolski, ruski i drugi.



Slika 6. Učenje stranih jezika kod ispitanika, Izvor: vlastita izrada autora

Deveto pitanje daje odgovore na pitanja o učestalosti korištenja vještina poznavanja stranih jezika. Ispitanicima su ponuđene ocjene od jedan do pet, pri čemu broj pet označava najvišu vrijednost (jako često), a broj jedan najnižu vrijednost (jako rijetko). Najveći broj ispitanika izjasnio se kako jako često koriste svoje poznavanje stranog jezika s 49,9%, a samo 2,9% ispitanika izjasnilo se kako jako rijetko koriste strane jezike.



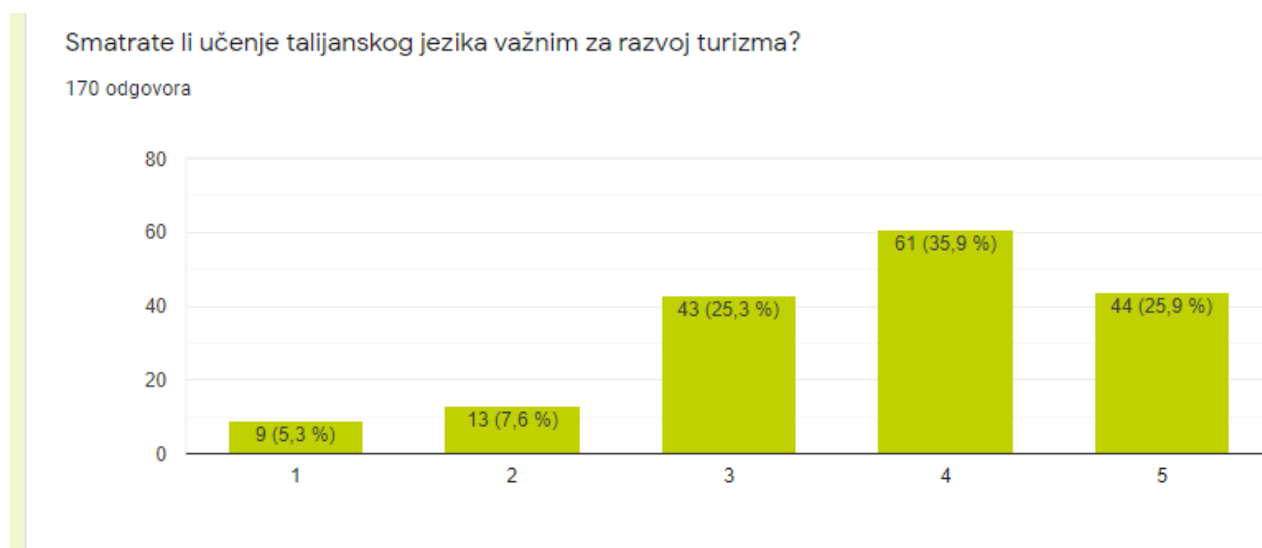
Slika 7. Učestalost korištenja stranog jezika, Izvor: vlastita izrada autora

Rezultati desetog pitanja prikazuju kako se velika većina slaže s izjavom da je iznimno važno poznavanje drugog stranog jezika u radu u turizmu. Brojke ukazuju na to da su svi ispitanici svjesni važnosti poznavanja stranog jezika i njegove primjene u poslu. Samo 8% ispitanika smatra kako je dovoljan samo jedan strani jezik u turizmu.



Slika 8. Izjava o važnosti poznavanja više od jednog L2 jezika, Izvor: vlastita izrada autora

U jedanaestom pitanju se od ispitanika očekivalo da ocjene na skali od 1 do 5 važnost poznavanja talijanskog jezika za razvoj turizma. Njih 61,8% smatra da je ta vještina vrlo do iznimno važna, dok njih 13,9% smatra da je poznavanje istog slabo do nevažno.



Slika 9. Važnost učenja talijanskog jezika u turizmu, Izvor: vlastita izrada autora

Pretposljednje, dvanaesto pitanje namijenjeno je onima ispitanicima koji posluju u sektoru turizma ili na neki način imaju doticaj s turizmom. Ispitanici su imali priliku prema vlastitom nahođenju procijeniti vlastitu učestalost poznavanja i primjene talijanskog jezika u turizmu. Njih 30,2% izjasnilo se ocjenom tri što na skali vrijednosti predstavlja izraz srednje. Zatim, 25% njih se izjasnilo ocjenom četiri što predstavlja izraz poprilično često. Iznenadujuće, najmanje ispitanika, njih 13,5% izjasnilo se kako jako često imaju potrebu koristiti talijanski jezik. Rijetko, gotovo nikada, 16,7% ispitanika se (ne)koristi talijanskim jezikom u turizmu.



Slika 10 koiko često koristite talijanski jezik u turizmu jezika, Izvor: vlastita izrada autora

Veliki broj ispitanika odlučio je odgovoriti na neobavezno trinaesto pitanje gdje su imali priliku komentirati obrazovni sustav i iznijeti svoje sveukupne dojmove na temu ulaganja u poznavanje jezika. Iako je svaki odgovor bio individualan i podložan osobnom iskustvu, iz priloženih rezultata se da iščitati veliko nezadovoljstvo ispitanika. Više od 80% ispitanika anonimne ankete izjasnilo se *nezadovoljnim* u vezi organizacije i uređenja školstva u vidu učenja stranih jezika. Naglasak je stavljen na engleski kao glavni jezik dok se ostalim jezicima posvećuje znatno manje pažnje što je vidljivo i iz danih satnica. Svi ispitanici su u nekom trenutku obrazovanja učili dva strana jezika, ali samo manji dio njih su aktivni govornici oba strana jezika. Budući da anketa nije bila zatvorenog tipa, s lakoćom su se mogli analizirati prikupljeni podaci i usporediti sa rezultatima sličnih istraživanja. U nastavku slijedi niz kritičkih komentara anonimnih ispitanika (Vlastita izrada autora):

- *Ovisno koji jezik, engleski kao prvi strani jezik smatram da se jako dobro obrađuje no ostali prođu ispod radara i ni profesori ni studenti ih ne smatraju toliko bitnima da se stavi fokus na učenje tih jezika u toj mjeri da se i oni nauče govoriti a ne samo razumijevati*
- *Engleski jezik je na vrlo visokom nivou dok ostali jezici zaostaju po kvaliteti.*
- *Ja sam uvijek imala kvalitetne profesore iz stranih jezika. Međutim ono što sam kroz svoje obrazovanje primijetila je da ne ovisi kvaliteta nastave isključivo o profesoru već i o zainteresiranosti učenika. Ako učenik nije zainteresiran za jezik koji uči, već ga uči zato što mora, neće ga nikada dobro naučiti.*
- *Mislim da bi se trebalo više vremena posvetiti učenju jezika, a posebno konverzaciji.*
- *Puno toga, kao i u ostalim predmetima, ovisi o profesorima kao pojedincima. Važno je poznavati jezike, ali pošto sam bila u inozemstvu i puno puta bila primorana koristiti strani jezik, shvatila sam da gramatika nije najvažnija, već poznavanje riječi i širina vokabulara. Stoga bi moja sugestija za naše školovanje bila: više pričati na stranim jezicima za vrijeme sata kako bi učenici (studenti) što lakše i brže naučili jezik*
- *Smatram kako kvaliteta i potreba učenja određenih stranih jezika varira od mjesta do mjesta. U južnijim djelovima zemlje akcent bi se trebao staviti na učenje talijanskog, pa čak i poljskog i češkog jezika zbog velikog broja turista iz tih zemalja dok u sjevernijim krajevima oni nisu toliko zastupljeni te uz učenje engleskog, mađarski i njemački jezik bi bili potrebni.*

Uz to, rezultati istraživanja pokazali su minimalna odstupanja u mišljenjima ispitanika na temu kvalitete učenja stranih jezika u hrvatskom obrazovnom sustavu. Svi ispitanici su složni kako je učenje stranog jezika na zavidnoj razini, ali da ima još jako puno prostora za napredak. Najveće odstupanje u mišljenju je kod ispitanika na dvanaestom pitanju, a koje se tiče konkretnog rada u turizmu i poznavanju talijanskog jezika. Iako svi ispitanici rade u sektoru turizma, odgovori nisu suglasni. Iz toga se može zaključiti da svaki posao nije jednako zahtjevan te nema jednaku zastupljenost talijanskih posjetitelja. Zanimljivo, analizom odgovora ispitanika nije otkrivena značajna razlika u mišljenju starije populacije na temu važnosti učenja i usvajanja drugih stranih jezika. Dakle, svi su složni da često koriste poznavanje stranih jezika.

6. ZAKLJUČAK

Prema svemu gore navedenom, može se iščitati kako Talijani uživaju povjerenje hrvatskog stanovništva, dijelom kao Nacionalna manjina a dijelom kao redovni turistički posjetitelji. Koliko je talijanski jezik važan i zastupljen u Hrvatskoj se zapaža kroz činjenicu da je Talijanski jezik treći najzastupljeniji jezik prema izboru učenika. Popularizacija talijanskog jezika i sveopća potreba za dvojezičnošću oslikava se upravo na mladima koji se sve češće odlučuju za dodatno usavršavanje.

Zanimljivo je primijetiti kako je nekolicina ispitanika anketnog upitnika izjasnila kako zbog opisa posla ili potrebe posla te zahtjeva tržišta bila primorana upisati privatne škole stranih jezika te na taj način kompenzirati nedostatak razvijanje govornih vješana. Iako su se susretali sa stranim jezicima za vrijeme školovanja, nisu ih kvalitetno usvojili. Također zapažamo kako dobiveni rezultat ukazuje na to da je nedovoljan broj sati talijanskog jezika koji se izvodi u okviru redovne nastave te se time umanjuje prilika za njegovo kvalitetno usvajanje. Umanjivanjem kvalitete studenti kasnije prilikom zapošljavanja ostaju uskraćeni za korištenje istog.

Iako je zastupljenost poznavanja talijanskog jezika visoka u turističkom uslužnom sektoru smatram kako još ima mjesta za napredak. Sjeverni dijelovi i unutrašnjost Hrvatske ne pružaju jednaku uslugu u smislu poznavanja talijanskog jezika te samim time ostaju bez talijanskih posjetitelja. Ne moramo nužno biti podložni Talijanima i raditi isključivo na unaprijeđenu dvojezičnosti zaposlenika ali smatram kako to uvelike pomaže i doprinosi gospodarskom rastu. Talijani će uvijek biti dobro došli u Hrvatskoj na svim jezicima.

LITERATURA

- Belić, P., (1984). Kult Bogorodice u bizantskom obredu (VIII). *Služba Božja: liturgijsko-pastoralna revija*, 24(4), 641. <https://hrcak.srce.hr/241030>
- Čavlek, N., Bartoluci, M., Prebežac, D., Kesar, O., Hendija, Z., Bilen, M., Mikulić, J., Tomašević, A., Čižmar, S. (2011). *Turizam - ekonomske osnove i organizacijski sustav*. Školska knjiga.
- Državni zavod za statistiku (2011.), Statistička izvješća. *Turizam u 2011*. Pristupljeno 8. 9. 2021. https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2012/SI-1463.pdf
- Državni zavod za statistiku (2012.), Priopćenje broj 8.1.2. Osnovne škole. Pristupljeno 3. 9. 2021. http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2012/08-01-ferragosta. Hrvatska turistička zajednica (2019.), *Usred Ferragosta u Hrvatskoj dnevno boravi više od 66 tisuća Talijana*. Pristupljeno 8. 9. 2021. <https://www.htz.hr/hr-HR/press/objave-za-medije/usred-ferragosta-u-hrvatskoj-dnevno-boravi-vise-od-66-tisuca-talijana>
- gospodarstvo. Encyclopedia-titanica (2021.) Značajke ekonomskih sektora. Pristupljeno 6. 9. 2021. <https://hr.encyclopedia-titanica.com/significado-de-sectores-econ-micos>
- Juričić, Bukarica, A. (2021, rujan 2). U kolovozu dvostruko više Talijana nego lani: „Opet smo turistički pobjednici Mediterana“ *Novi list*. Pristupljeno 10. 9. 2021. https://www.novolist.hr/novosti/hrvatska/u-kolovozu-dvostruko-vise-talijana-nego-lani/?meta_refresh=true
- Međugorje. Međugorje – mjesto molitve i pomirenja. *Statistika: Podijeljene svete pričesti Međugorje 1985 – 2021*. Pristupljeno 10. 9. 2021. <http://www.medjugorje.hr/hr/medjugorski-fenomen/statistike/>
- MZO. Ministarstvo znanosti i obrazovanja RH (2020.), *Okvirni godišnji izvedbeni kurikulum za Nastavnu godinu 2020./2021.*, Zagreb. Pristupljeno 5. 9. 2021. <https://mzo.gov.hr/vijesti/okvirni-godisnji-izvedbeni-kurikulumi-za-nastavnu-godinu-2020-2021/3929>
- MZO. Ministarstvo znanosti i obrazovanja RH (2019.) *Nacionalni kurikulum nastavnog predmeta Talijanski jezik i književnost.*, Zagreb. Ministarstvo znanosti i obrazovanja RH.
- nacionalne manjine. Vlada Republike Hrvatske. Ured za ljudska prava i prava nacionalnih manjina. *Nacionalne manjine u Republici Hrvatskoj*. Pristupljeno 5. 9. 2021.

obrazovanje. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. Pristupljeno 3. 9. 2021.

<http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=44619>

tourism. World Tourism Organization (UNWTO). *Glossary of Tourism Terms*. Pristupljeno 6. 9. 2021. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

Turistička zajednica Istarske županije (2021.), *Dolasci i noćenja turista u Istri po zemljama porijekla*. Pristupljeno 10. 9. 2021.

<https://www.istra.hr/hr/business-information/istra-u-medijima/statistika/arhiva-2020>

Zubak, D. i Hanzel, Ž. (2020.). *Hrvatsko gospodarstvo 2020. godine*. Hrvatska gospodarska komora. Pristupljeno 6. 9. 2021.

https://www.hgk.hr/documents/hrvatsko-gospodarstvo-2020_web6107a81e2f243.pdf