

Turizam u Dalmaciji kao razlog usvajanja njemačkog i češkog jezika

Kovačić, Korina

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:241592>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-25**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Odsjek za germanistiku

Nastavnički smjer

Odsjek za zapadnoslavenske jezike i književnosti

Nastavnički smjer

Diplomski rad

**TURIZAM U DALMACIJI KAO RAZLOG USVAJANJA NJEMAČKOG I
ČEŠKOG JEZIKA**

Korina Kovačić

Mentorica: dr. sc. Mirela Landsman Vinković

Komentor: dr. sc. Petar Vuković, red. prof.

Zagreb, studeni 2023.

Izjava o akademskoj čestitosti

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je ovaj rad rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na objavljenoj i citiranoj literaturi te vlastitom osmišljenom i provedenom istraživanju. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Korina Kovačić (potpis)

U prvom redu želim zahvaliti svojoj mentorici dr. sc. Mireli Landsman Vinković i komentoru dr. sc. Petru Vukoviću na pomoći kod izrade ovog diplomskog rada kao i na prenošenom znanju tijekom studija.

Veliko hvala svim ispitanicima koji su pristali biti dio istraživanja i time obogatili ovaj rad.

Zahvaljujem svom ocu koji mi je uvijek bio uzor i nadahnuće te bez kojeg ne bih razvila interese koji su me potaknuli na pisanje ovog rada.

Hvala mojoj majci, sestri i bratu na podršci.

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Turizam u Hrvatskoj	3
2.1. Razvoj hrvatskog turizma	3
2.2. Turistička sadašnjost Dalmacije.....	4
2.3. Strateške prednosti	5
2.4. Analiza turističkog prometa	6
3. Diplomatski i turistički odnosi.....	10
3.1. Hrvatsko-njemački odnosi	10
3.2. Hrvatsko-češki odnosi	12
4. Usvajanje stranog jezika	14
4.1. Razlika između ovladavanja, usvajanja i učenja.....	15
4.2. Individualni čimbenici u procesu usvajanja jezika	16
4.3. Važnost interakcije za usvajanje jezika.....	18
4.4. Fernsehkinder (hrv. <i>djeca televizije</i>)	21
4.5. Institucionalno i izvaninstitucionalnog učenje.....	22
4.6. Razlozi za učenje stranog jezika	24
5. Važnost poznavanja stranih jezika za turizam	26
5.1. Važnost ranog učenja stranih jezika.....	27
5.2. Zajednički europski referentni okvir za jezike.....	29
5.3. Važnost međukulturalne kompetencije pri usvajanju stranih jezika.....	31

5.4. Poslovi u turističkom sektoru za koje je nezaobilazno znanje stranih jezika	32
5.6. Sličnosti između hrvatskog jezika i češkog i njemačkog jezika	35
6. Istraživanje.....	38
6.1. Metodologija istraživanja.....	38
6.2. Istraživačka pitanja.....	39
6.3. Uzorak.....	39
6.4. Postupak	40
6.5. Analiza podataka.....	43
6.5.1. Poznavanje i učenje stranih jezika u turizmu	45
6.5.2. Upotreba stranih jezika u obavljanju turističke djelatnosti	49
6.5.3. Sličnosti i razlike u ovladavanju pojedinim jezicima.....	52
6.5.4. Važnost poznavanja jezika i stavovi o jezičnom znanju	54
6.5.5. Testovi za ispitivanje razine jezične kompetencije	60
8. Rasprava.....	62
8. Ograničenja i i preporuke za buduća istraživanja	65
9. Zaključak	66
10. Literatura.....	68
11. Prilozi.....	75

Sažetak

U radu *Turizam u Dalmaciji kao razlog usvajanja njemačkog i češkog jezika* nastoji se pokazati važnost kao i niz prednosti koje poznavanje stranih jezika ima za rad u turizmu. Naglasak se stavlja na Dalmaciju koja je jedna od najposjećenijih geografskih regija Hrvatske. Teorijski dio rada na početku tematski obrađuje turizam i usvajanje stranih jezika odvojeno, nakon čega se usvajanje jezika detaljnije sagledava u kontekstu turizma. Strani jezici na kojima je fokus u ovom radu su njemački i češki. Nastoji se dakle podići svijest o važnosti i prednostima poznavanja njemačkog i češkog jezika, kao jezika koji su zastupljeni u emitivnim zemljama, odnosno u zemljama iz kojih turisti dolaze u Hrvatsku, a čija su tržišta najvažnija za turizam Dalmacije. Istraživački dio rada bavi se prikazom intervjua provedenih u razdoblju od prosinca 2022. do veljače 2023. godine na uzorku od 10 zaposlenika u turističkom sektoru, koji govore njemački i/ili češki jezik. Analiza iskustava ispitanika ukazuje na neodvojivost turizma i jezika. Rezultati istraživanja ukazali su na različite načine učenja i usvajanja njemačkog i češkog jezika. U slučaju njemačkog jezika, ispitanici su jezik učili kroz formalno obrazovanje različite duljine trajanja, no također su jezik usvajali i gledajući televizijske sadržaje, interakcijom s izvornim govornicima, kao i uporabom digitalnih alata za učenje jezika te čitanjem tiskovina na njemačkom jeziku. S druge strane, niti jedan ispitanik češki jezik nije učio kroz formalno obrazovanje, već su svi ispitanici jezik usvajali interakcijom s izvornim govornicima, odnosno putem priručnika za učenje češkog jezika. Utvrđena je i visoka važnost poznavanja stranih jezika za obavljanje posla ispitanika. U konačnici, istraživanje je pokazalo kako turizam može biti razlog i sjajna motivacija za usvajanje stranih jezika. Radom u turizmu dolazi do interakcije sa izvornim govornicima stranog jezika, stoga turizam može služiti i kao izvrsna vježba za razvijanje vještina slušanja i govorenja.

Ključni pojmovi: turizam, Dalmacija, usvajanje stranih jezika, njemački jezik, češki jezik

Summary

In the diploma thesis *Tourism in Dalmatia as a reason for learning the German and Czech languages* it is sought to show the importance and numerous advantages that the knowledge of foreign languages has for working in tourism. The focus is on Dalmatia, one of the most visited geographical regions of Croatia. The theoretical part of the thesis deals separately with tourism and foreign language acquisition, after which language acquisition is

examined more closely in the context of tourism. The foreign languages that are the focus of this work are German and Czech. The aim is therefore to raise awareness of the importance and benefits of knowing German and Czech, as languages that are represented in the emitting countries, that is, in the countries from which tourists come to Croatia, and whose markets are the most important for tourism in Dalmatia. The research part of the thesis deals with the presentation of the interviews conducted in the period from December 2022 to February 2023 on a sample of 10 employees in the tourism industry who speak German and/or Czech. The analysis of the respondents' experiences points to the inseparability of tourism and language. The results of the research indicated different ways of learning and acquiring the German and Czech languages. The respondents learned the German language through formal education of varying duration, but they also acquired the language by watching television content, interacting with native speakers, as well as using digital language learning tools and reading German-language newspapers. On the other hand, not a single respondent learned the Czech language through formal education, but all respondents acquired the language through interaction with native speakers, i.e. through manuals for learning the Czech language. The research also revealed the high importance of foreign language skills for the respondent's job performance. Ultimately, the research showed that tourism can be a reason and excellent motivation for foreign language acquisition. Working in tourism leads to interaction with native speakers of a foreign language, therefore tourism can also serve as an excellent exercise for developing listening and speaking skills.

Key words: tourism, Dalmatia, foreign language acquisition, German language, Czech language

Zusammenfassung

In der Diplomarbeit *Tourismus in Dalmatien als Grund für den Erwerb der deutschen und tschechischen Sprache* wird zunächst versucht, die Bedeutung und die zahlreichen Vorteile darzulegen, die Fremdsprachenkenntnisse für die Arbeit im Tourismus haben. Der Schwerpunkt liegt auf Dalmatien, einer der meistbesuchten geografischen Regionen Kroatiens. Der theoretische Teil der Arbeit befasst sich einstweilen thematisch mit dem Tourismus und dem Erwerb von Fremdsprachen separat. Danach wird der Spracherwerb im Kontext des Tourismus näher betrachtet. Die Fremdsprachen, die im Mittelpunkt dieser Arbeit stehen, sind Deutsch und Tschechisch. Ziel ist es daher, Bewusstsein für die Bedeutung und die Vorteile von Deutsch- und Tschechischkenntnissen zu schärfen, da diese zwei Sprachen in

den Emissionsländern vertreten sind, also in den Ländern, aus denen Touristen nach Kroatien kommen und deren Märkte für den Tourismus in Dalmatien am wichtigsten sind. Der Forschungsteil der Arbeit befasst sich mit der Darstellung der Interviews, die im Zeitraum von Dezember 2022 bis Februar 2023 an einer Stichprobe von 10 Angestellten in der Tourismusbranche, die Deutsch und/oder Tschechisch sprechen, durchgeführt wurden. Die Analyse der Erfahrungen der Befragten weist auf die Untrennbarkeit von Tourismus und Sprache hin. Die Forschungsergebnisse zeigten unterschiedliche Wege zum Erlernen und Erwerben der deutschen und tschechischen Sprache auf. Im Fall der deutschen Sprache lernten die Befragten die Sprache durch formale Bildung unterschiedlicher Dauer, sie erwarben die Sprache auch durch das Ansehen von Fernsehinhalten, durch die Interaktion mit Muttersprachlern sowie die Nutzung digitaler Sprachlerntools und das Lesen gedruckter Literatur auf Deutsch. Andererseits lernte kein einziger Befragter die tschechische Sprache durch formale Bildung, sondern alle Befragten erwarben die Sprache durch die Interaktion mit Muttersprachlern, beziehungsweise durch Handbücher zum Erlernen der tschechischen Sprache. Die hohe Bedeutung von Fremdsprachenkenntnissen für die Leistungserbringung der Befragten wurde auch festgestellt. Letztendlich zeigte die Forschung, dass der Tourismus ein Grund und eine hervorragende Motivation für den Fremdspracherwerb sein kann. Die Arbeit im Tourismus führt zur Interaktion mit Muttersprachlern einer Fremdsprache, daher kann der Tourismus auch als hervorragende Übung zur Entwicklung der Hör- und Sprechfähigkeiten dienen.

Schlüsselwörter: Tourismus, Dalmatien, Fremdspracherwerb, deutsche Sprache, tschechische Sprache

Souhrn

V práci *Turismus v Dalmácii jako důvod pro osvojení německého a českého jazyka* se snaží z první ruky zprostředkovat důležitost i řadu výhod, které má znalost cizích jazyků pro práci v turismu. Důraz je kladen na Dalmácii, která je jednou z nejnavštěvovanějších geografických oblastí Chorvatska. Teoretická část práce se nejprve tematicky zabývá turismem a osvojováním cizích jazyků samostatně, poté se podrobněji zabývá osvojováním jazyka v kontextu turismu. Cizí jazyky, na které se tento článek zaměřuje, jsou němčina a čeština. Cílem je proto zvýšit povědomí o důležitosti a výhodách znalosti němčiny a češtiny, jako jazyků, které jsou v emitujících zemích, tedy v zemích, odkud k nám turisté přijíždějí a jejichž trhy jsou nejdůležitější. pro turistiku v Dalmácii. Výzkumná část práce se zabývá

prezentací pohovorů uskutečněných v období od prosince 2022 do února 2023 na vzorku 10 zaměstnanců v sektoru cestovního ruchu hovořících německy a/nebo česky. Analýza zkušeností respondentů poukazuje na neoddělitelnost cestovního ruchu a jazyka. Výsledky výzkumu naznačily různé způsoby učení a osvojování německého a českého jazyka. V případě německého jazyka se respondenti jazyk učili formálním vzděláváním různé délky trvání, jazyk si však osvojovali také sledováním obsahu, interakcí s rodilými mluvčími, používáním digitálních nástrojů pro výuku jazyků a čtením německy psaných novin. Na druhou stranu ani jeden respondent se nenaučil český jazyk formálním vzděláváním, ale všichni respondenti si jazyk osvojili interakcí s rodilými mluvčími, tedy pomocí příruček pro výuku českého jazyka. Rovněž byla zjištěna vysoká důležitost znalosti cizích jazyků pro výkon práce respondenta. Výzkum nakonec ukázal, že cestovní ruch může být důvodem a velkou motivací pro osvojování cizích jazyků. Práce v cestovním ruchu vede k interakci s rodilými mluvčími cizího jazyka, proto může cestovní ruch sloužit i jako vynikající cvičení pro rozvoj poslechových a mluvených dovedností.

Klíčové pojmy: turismus, Dalmácie, osvojování cizích jazyků, německý jazyk, český jazyk

1. Uvod

Ovaj rad prije svega ukazuje na ulogu koju poznavanje stranih jezika ima u turizmu Republike Hrvatske. Turizam se odnosi na ukupnost odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako je takvo putovanje poduzeto radi odmora i uživanja te se njime ne zasniva stalno prebivalište i ne poduzima se neka gospodarska djelatnost.¹ „Turizam je u razmjerno kratkom vremenu postao globalni fenomen” (Gržinić, 2019: 36), a slijedom toga se i Hrvatska razvila u značajnu turističku destinaciju. U ovom radu se naglasak stavlja na jednu od pet turističkih regija Hrvatske koja ima raznoliku i bogatu turističku ponudu, odnosno na Južno primorje. Turizam igra ključnu ulogu za razvoj gospodarstva Dalmacije. Budući da je riječ o uslužnoj djelatnosti, kvaliteta usluge uvelike ovisi o komunikacijskim vještinama onih koji su se odlučili za rad u turističkoj industriji. Sastavni i neodvojivi dio komunikacijskih vještina čini poznavanje jezika, stoga je sposobnost sporazumijevanja na stranim jezicima nedvojbeno jedna od najvažnijih vještina turističkog djelatnika današnjice. Ovim radom se dakle želi dokazati da ključ uspješnog poslovanja leži u kvalitetnoj komunikaciji između gostiju i turističkih djelatnika te samim time da je za uspješan razvoj turizma kao osnovne gospodarske grane u Hrvatskoj, ključno poznavanje stranih jezika emitivnih zemalja. Najvažnije tržište za hrvatski turizam je Njemačka, a Hrvatska je među tradicionalno omiljenim destinacijama i Česima, stoga je svrha ovoga rada ustanoviti važnost poznavanja njemačkog i češkog jezika s krajnjim ciljem poboljšanja kvalitete turističke usluge. Cilj ovog rada je i pokazati da je rad u turizmu odličan motivator za učenje jezika te da može dovesti i do spontanog usvajanja jezika.

Pisanje ovog rada potencirano je željom za poticanjem turističkih djelatnika Dalmacije na usvajanje drugih stranih jezika osim engleskog, koji je danas dakako neminovan, ali ne i dostatan. Osobno sam duži niz godina bila sezonski radnik u restoranima, slastičarnicama i kafićima, te mogu potvrditi prednosti koje poznavanje više stranih jezika donosi.

Prvi dio rada daje povijesni pregled razvoja hrvatskog turizma, kao i pregled turističke potražnje i prometa u Republici Hrvatskoj i Dalmaciji danas. Zatim slijedi detaljan prikaz diplomatskih i turističkih odnosa između Hrvatske i zemalja njemačkog govornog područja

¹ Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. *Turizam*. URL: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=62763> (28.4.2023.)

kao i između Republike Hrvatske i Češke Republike. Potom se daje teorijski pregled o usvajanju stranih jezika, definiraju se i međusobno uspoređuju pojmovi učenja, usvajanja i ovladavanja jezikom, navode se najvažniji individualni čimbenici koji mogu imati utjecaj na proces ovladavanja jezikom te se ističe važnost interakcije na stranim jezicima. U radu se nadalje ističe važnost samog poznavanja stranih jezika i nužnost razvoja međukulturalne kompetencije za kvalitetan rad u turizmu na primjerima konkretnih poslova iz turističkog sektora. Time se želi ukazati na nerazdvojivost turizma i stranih jezika. Istraživački dio rada opisuje metodologiju istraživanja provedenog na uzorku od 10 zaposlenika u turističkom sektoru, koji govore njemački i/ili češki jezik, a s kojima je proveden polustrukturirani intervju. Nakon što su navedena sva pitanja koja su ispitanicima postavljena, slijedi analiza intervjuom dobivenih podataka. Rezultati kvalitativnog istraživanja poduprti su dijelovima citiranih odgovora ispitanika. Na kraju rada su istaknuta ograničenja i prednosti istraživanja.

2. Turizam u Hrvatskoj

Turizam je bez sumnje jedna od najunosnijih i najbrže rastućih „industrija“ na svjetskoj razini. Iako hrvatski turizam ne može konkurirati turizmu svjetskih receptivnih turističkih velesila kao što su to na primjer Francuska, Španjolska i Grčka, Hrvatska spada među turistički najatraktivnija i najposjećenija odredišta na Mediteranu pa je tako i u Republici Hrvatskoj turizam najvažnija gospodarska djelatnost o kojoj financijski ovisi velik dio njezinih stanovnika. Tijekom ljetne turističke sezone povećava se zaposlenost, što vodi i do povećanja životnog standarda stanovništva.

2.1. Razvoj hrvatskog turizma

Povijest turizma u Hrvatskoj seže do sredine 19. stoljeća, u razdoblje oko 1850. godine. (Pirjevec, 2002: 39). Turizam se do danas uspješno razvijao te se Hrvatska razvila u jedno od najposjećenijih i omiljenijih turističkih odredišta Sredozemlja.

Početak dinamičnog i kontinuiranog razvoja turističkog potencijala na području današnje Hrvatske vezuje se uz zdravstvo. Pedesetih godina 19. stoljeća javlja se trend odlaska na odmor u gradove Jadranske Hrvatske. Za posjećenost ovog područja zaslužna su zdravstvena svojstva morske vode, stoga ova prvotna inačica turizma započinje osnivanjem prvih lječilišnih središta. Izgrađena 1844. godine u Opatiji, Villa Angiolina se ističe kao prvi tuzemski hotel. Početak organiziranog turizma vezuje se uz osnivanje higijeničkog društva na otoku Hvaru 1868. godine (Gržinić, 2019: 39).

Nekada su putovali jedino imućni članovi društva poput plemića i aristokracije. Putovanja danas više nisu luksuz dostupan samo najbogatijem sloju društva, već su dostupna većini ljudi. Suvremeni turizam, kakvog ga znamo u Hrvatskoj danas, možemo povezati s izgradnjom cesta i željeznica te uvođenjem parobrodskih ruta na Jadranskom moru u drugoj polovici 19. stoljeća. Tada se pišu i prvi turistički vodiči i osnivaju prvi turistički uredi. Na međunarodnu turističku scenu je značajno utjecala prometna dostupnost koja je osigurala lakše i kvalitetnije putovanje u Hrvatsku. Bez razvijene prometne infrastrukture nijedna zemlja ne bi mogla biti turistička destinacija, bez obzira na atraktivnost zemlje, ugodnu klimu

i turistički sadržaj. Prva varijanta turističke zajednice je osnovana šezdesetih godina devetnaestog stoljeća na otoku Krku. Riječ je o Društvu za poljepšavanje mjesta.

Razdoblje između Prvog i Drugog svjetskog rata obilježeno je u Hrvatskoj snažnim zamahom u razvoju turizma kada se počinje prepoznavati značaj koji turizam ima za lokalnu zajednicu i državu općenito. Tijekom ovog razdoblja se uvode boravišne pristojbe, počinju graditi brojni hoteli, poboljšavaju se ceste i željezničke pruge i obogaćuje se sadržaj i ponuda. Strani turisti su se u to vrijeme uglavnom sastojali od gostiju iz Čehoslovačke, Austrije i Njemačke. Po završetku Drugog svjetskog rata obnovljena je uništena turistička infrastruktura, čime je ojačan međunarodni turistički promet. Do Domovinskog rata hrvatski turizam postigao je izuzetne rezultate po broju dolazaka i noćenja inozemnih turista. Tijekom Domovinskog rata posve razumljivo dolazi do velikog pada turističkog prometa. Godine 1995. dosegnuto je svega 2,5 milijuna dolazaka, no početak 21. stoljeća opet bilježi značajno povećanje broja stranih gostiju. „Poratni period (1996.-2002.) bilježi povećanje broja turista i turističke potrošnje po stopi od oko 12% godišnje” (Gržinić, 2019: 40).

2.2. Turistička sadašnjost Dalmacije

Kao što je ranije u radu spomenuto, turizam je jedna od najvažnijih gospodarskih grana Hrvatske. O turističkim prihodima osobito ovise stanovnici primorja.

Možemo izdvojiti pet turističkih regija Hrvatske: Sjeverno primorje (Istra i Kvarner), Južno primorje (Sjeverna, Srednja i Južna Dalmacija), Gorska regija, Peripanonska regija te Panonska regija. Nedvojbeno najvažnija za turizam jest primorska regija, u kojoj se nalazi 92,5% smještajnih kapaciteta Hrvatske i ostvaruje oko 94,5% noćenja. U ovom radu naglasak se stavlja na prostor Južnog primorja, odnosno na prostor Dalmacije. Dalmacija u današnjem poimanju se proteže od velebitskog masiva do Rta Oštra na poluotoku Prevlaci. Obuhvaća prostor četiriju županija: Zadarske županije, Šibensko-kninske županije, Splitsko-dalmatinske županije i Dubrovačko-neretvanske županije. Oko 75% hrvatskih otoka, odnosno više od 900, se nalazi u Dalmaciji. Dalmacija je protkana dugim pješčanim i šljunčanim plažama. Blizina popularnih otoka poput Brača, Hvara, Paga, Korčule, Visa i Kornata spada između ostalog među brojne strateške prednosti turizma Dalmacije (Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, 2023).

Najveći dio turističkih putovanja u Dalmaciju odvija se tijekom ljetnih mjeseci, prije svega u srpnju i kolovozu. U usporedbi s drugim mediteranskim regijama sezona u Dalmaciji relativno kratko traje.

Sjevernodalmatinska turistička regija obuhvaća prostor Zadarske i Šibensko-kninske županije. Najvažnija turistička odredišta su dakako Zadar i Šibenik. U ovoj regiji se nalaze tri nacionalna parka i dva parka prirode. U srednjodalmatinskoj turističkoj regiji ističu se Split, Trogir, Omiš, Makarska te otoci Brač, Hvar, Vis i Šolta. Split obiluje povijesnim spomenicima kao što je to Dioklecijanova palača, a šest kilometara udaljeno od Splita, u današnjem Solinu, nalaze se ostaci antičkog grada Salone. Trogirska gradska jezgra u cijelosti je pod zaštitom UNESCO-a. Valja spomenuti i Vidovu goru, Modru špilju, Crveno i Modro jezero te kanjon Cetine pokraj Omiša. Južnodalmatinska regija poklapa se s područjem Dubrovačko-neretvanske županije. Za turizam je najvažniji grad Dubrovnik, ali atraktivno je i dubrovačko primorje, s Cavtatom, Korčulom, Mljetom i Lastovom (Vrbanac, 2014).

2.3. Strateške prednosti

Više je razloga što je Hrvatska danas na samom vrhu svjetske turističke potražnje. Strateške prednosti turizma Dalmacije su raznolike: čisto i bistro plavo more, brojni otoci, mješavina kultura, globalno vrijedni spomenici kulture, dalmatinski duh i način življenja, dalmatinski ambijent s pijacama, rivama i kalama kao naglašenim urbanim artefaktima, bogatstvo izletničkih punktova u razmjerno malom i kulturno i pejzažno raznolikom prostoru, spoj turističkog iskustva s lokalnom agri/marikulturom i gastronomijom i mnoge druge. Hrvatska se može pohvaliti s 8 nacionalnih parkova i 12 parkova prirode koji nadopunjuju turističku ponudu (Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, 2023). Hrvatska ima najviše zaštićene nematerijalne baštine UNESCO-a u Europi, a globalno je odmah iza Kine i Japana. Zahvaljujući povijesnim zbivanjima te miješanju različitih kultura, na ovim prostorima postoji pregršt kulturno-povijesnih spomenika iz različitih povijesnih perioda. Mnoštvo različitih utjecaja prožima se na vrlo malom prostoru. Blaga mediteranska klima još je jedan atraktivni element turističke ponude Dalmacije. Ljeta su suha i topla, a zime su blage. Jadranska obala jedna je od najsunčanijih u Sredozemlju (Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine). Najsunčaniji hrvatski grad je Hvar s gotovo 2700 sunčanih sati u godini. Neki od gradova u kojima ljeto najduže traje su i Dubrovnik (više od

2600), Mali Lošinj (oko 2500) i Rab (također oko 2500 sunčanih sati godišnje) (Državni hidrometeorološki zavod, 2023).

Hrvatska ima dakle sve preduvjete za daljnji razvoj turizma. Čisto more, ljepota krajolika, očuvana prirodna bogatstva i okoliš, ekološka očuvanost, ugodna klima, hrvatska kuhinja, ali pristupačnost i susretljivost turističkih radnika čine Dalmaciju konkurentnom turističkom destinacijom. Svjetski časopisi i drugi mediji sve češće prepoznaju Hrvatsku kao međunarodnu top destinaciju. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR), njemačka agencija za istraživanje tržišta, u svom je godišnjem izvješću Reiseanalyse za 2022. godinu objavila da je Hrvatska po prvi put među top 5 destinacija na listama anketiranih Nijemaca, što može značiti da će Nijemci Hrvatsku u budućnosti posjećivati u još većem broju.²

2.4. Analiza turističkog prometa

Turistička potražnja se prati i mjeri uglavnom zbog ekonomskog utjecaja te u svrhu razvoja marketinških i komunikacijskih politika. Analiza turističke potražnje se sagledava prema broju turista, prema emitivnim zemljama iz kojih turisti dolaze, prema duljini boravka, potrošnji i sl. Ovo potpoglavlje će se primarno usredotočiti na zemlje njemačkog govornog područja, točnije na Njemačku i Austriju, te na Češku kako bi se naglasila važnost učenja njemačkog i češkog jezika.

U strukturi turista tradicionalno prevladavaju strani turisti. U 2019. godini strani turisti imaju udio od oko 89% u dolascima te oko 92% u noćenjima (Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, 2023). Najviše dolazaka i noćenja u Hrvatskoj već godinama ostvaruju Nijemci. Udjel njemačkih noćenja u ukupnim stranim noćenjima u posljednjih 10 godina iznosi prosječno 24%. Na drugom mjestu su turisti iz Slovenije. Turisti iz Austrije tradicionalno zauzimaju treće ili četvrto mjesto po broju dolazaka te obično sačinjavaju 9% ukupnih stranih noćenja. Na petom mjestu po broju noćenja već dugi niz godina su Česi. Do

² Cimerfraj (16.03.2022). *Najpopularnija destinacija u Njemačkoj*. URL: <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/najpopularnija-destinacija-u-njemackoj>

2020. dolasci i noćenja turista iz godine u godinu progresivno rastu.³ Nakon što je 2019. godina bila jedna od rekordnih godina po broju dolazaka (19,6 milijuna) i noćenja (91,2 milijuna), 2020. godina je podbacila.⁴ U 2020. godini se zbog pandemije prouzročene koronavirusom znatno smanjio broj dolazaka i noćenja turista. Zatvaranje granica između država, karantena, ograničeno slobodno kretanje i putovanja te pridržavanje epidemioloških mjera u cijelom svijetu pa tako i kod nas, u svrhu suzbijanja daljnjeg širenja epidemije, negativno su se odrazili na ukupan broj ostvarenih dolazaka i noćenja. Nažalost slogan Hrvatskog turizma „Croatia full of life“ ili u prijevodu „Hrvatska puna života“ nije opisivao stanje turizma 2020. godine. „U komercijalnim smještajnim objektima u 2020. ostvareno je 7,0 milijuna dolazaka i 40,8 milijuna noćenja turista, što je 64,2% manje dolazaka i 55,3% manje noćenja turista u odnosu na 2019.“⁵ U 2020. godini opet prednjače Nijemci: „Turisti iz Njemačke ostvarili su najviše noćenja stranih turista u 2020., i to 11,7 milijuna, što je 33,2% od ukupno ostvarenih noćenja stranih turista.“⁶ Velik broj noćenja ostvarili su i gosti iz Češke i Austrije i to 3,2 milijuna i 2,1 milijuna noćenja.⁷ Premda epidemija bolesti COVID-19 još uvijek traje, turisti su zbog pridržavanja propisanih epidemioloških mjera i odgovornog ponašanja Hrvatsku prepoznali kao sigurnu turističku destinaciju. Godine 2021. je broj turista dosegao gotovo 14 milijuna, što je 34% manje nego rekordne 2019. godine, prije pandemije korona virusa, ali 70% više dolazaka nego u odnosu na 2020. Tradicionalno, najbrojniji su Nijemci, koji čine 25,7% dolazaka i 31,7% ukupno ostvarenih noćenja stranih turista.

³ Ministarstvo turizma i sporta (2013). *Turistički promet u 2013. godini (službeni podaci)*. URL: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/140228-tpromet-013sl.pdf>

Ministarstvo turizma i sporta (2014). *Turisti i noćenja u Republici Hrvatskoj u 2014. godini*. URL: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/150219_t-stat-014.pdf

Ministarstvo turizma i sporta (2015). *Turistički promet od siječnja do prosinca 2015. godine*. (službeni podaci). URL: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/015_160407_XII.pdf

Ministarstvo turizma i sporta (2016). *Turistički promet stranih turista, siječanj – listopad 2016*. URL: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/161212_stat_X_016.pdf

Ministarstvo turizma i sporta (2017). *Dolasci i noćenja turista u 2017*. URL: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/180213_DZS_2017.pdf

Cimerfraj (03.01.2019). *Statistike turističke 2018. godine*. URL: <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/statistike-turisticke-2018-godine>

⁴ Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (28.2.2020). *Dolasci i noćenja turista u 2019*. URL: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA_2020_ABC/c_dokumenti/200228_DZS_turizam2019.pdf

⁵ Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2021). *Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje*. URL: https://web.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci_i_nocenja_2020.html

⁶ Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2021). *Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje*. URL: https://web.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci_i_nocenja_2020.html

⁷ Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (5.3.2021). *Dolasci i noćenja turista u 2020*. URL: https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/04-03-02_01_2020.htm

Austrijanci su četvrti (9,0%) a Česi peti (7,6%), nakon Poljaka i Slovenaca.⁸ Zabilježen je porast noćenja svih navedenih turista u odnosu na 2020. godinu.

Osim pandemije koronavirusa, prijetnju turističkom sektoru u Europi čine i trenutna događanja na istoku Europe, odnosno ruska invazija na Ukrajinu. Za očekivati je da će državljani ovih zemalja manje putovati dok god traje sukob. Pokoje receptivne zemlje će odsutnost turista iz ovih zemalja nedvojbeno zamijetiti. Turisti iz Ruske Federacije i Ukrajine su činili 12,1% i 9,2 % i ukupnih noćenja u Crnoj Gori te su zauzeli čak treće i četvrto mjesto na popisu najbrojnijih stranih turista u 2021. godini.⁹ Hrvatski ugostitelji i turistički radnici su manje zabrinuti jer su posjetitelji iz Ukrajine i Ruske Federacije kod nas 2021. dosegli udio od samo 2% ukupnog broja noćenja. Dolazaka ovih turista će dakako biti manje, ali oni u Hrvatskoj svakako ne čine značajniji udio, stoga se predviđa da će se nedostatak gostiju s ovih tržišta nadomjestiti prometom s ostalih. Predviđanja za blisku budućnost turizma su dakle izrazito pozitivna, unatoč pandemiji koronavirusa i ratnog stanja na istoku kontinenta. Iz iskustva znamo da se turizam brzo oporavi nakon nepogoda i ratova.

DRŽAVNI ZAVOD ZA STATISTIKU CROATIAN BUREAU OF STATISTICS		2011.	2012.	2013. ²⁾	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Dolasci turista, tis.		<i>Tourist arrivals, '000</i>											
ukupno	<i>Total</i>	11 456	11 835	12 434	13 128	14 343	15 594	17 431	18 667	19 566	7 001	12 776	17 775
domaćih	<i>Domestic</i>	1 529	1 466	1 485	1 505	1 660	1 786	1 838	2 022	2 213	1 456	2 135	2 451
stranih	<i>Foreign</i>	9 927	10 369	10 948	11 623	12 683	13 809	15 593	16 645	17 353	5 545	10 641	15 324
Indeksi dolazaka turista		<i>Tourist arrival indices</i>											
ukupno	<i>Total</i>	108,0	111,6	117,3	123,8	135,3	147,1	164,4	176,0	184,5	66,0	120,5	167,6
domaćih	<i>Domestic</i>	102,4	98,2	99,5	100,8	111,2	119,6	123,1	135,4	148,2	97,5	143,0	164,1
stranih	<i>Foreign</i>	109,0	113,8	120,2	127,6	139,2	151,6	171,1	182,7	190,5	60,9	116,8	168,2
Noćenja turista, tis.		<i>Tourist nights, '000</i>											
ukupno	<i>Total</i>	60 354	62 743	64 818	66 484	71 605	78 050	86 200	89 652	91 243	40 794	70 202	90 040
domaćih	<i>Domestic</i>	5 603	5 221	5 138	5 160	5 743	5 857	5 978	6 477	7 095	5 415	7 354	7 753
stranih	<i>Foreign</i>	54 751	57 522	59 680	61 324	65 863	72 193	80 222	83 175	84 148	35 379	62 848	82 288
Indeksi noćenja turista		<i>Tourist night indices</i>											
ukupno	<i>Total</i>	107,0	111,2	114,9	117,8	126,9	138,3	152,8	158,9	161,7	72,3	124,4	159,6
domaćih	<i>Domestic</i>	103,3	96,3	94,7	95,1	105,9	108,0	110,2	119,4	130,8	99,8	135,6	142,9
stranih	<i>Foreign</i>	107,4	112,8	117,0	120,3	129,2	141,6	157,2	163,1	165,0	69,4	123,2	161,4

Izvor: Državni zavod za statistiku 2022.

Slika 1. Dolasci i noćenja turista u Hrvatskoj od 2011. – 2022.

⁸ Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (10.3.2022). *Dolasci i noćenja turista u 2021.* URL: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/4-3-2_Dolasci%20i%20nocenja%20turista%20u%202021.pdf

⁹ ibid.

Iz slike je vidljivo da je broj stranih turista bio u kontinuiranom porastu prije pandemije koronavirusa. U 2020. godini se broj dolazaka i noćenja smanjio, ali nakon toga se ponovo rapidno povećava. U narednom poglavlju opisuju se diplomatski i turistički odnosi Hrvatske, Njemačke i Češke.

3. Diplomatski i turistički odnosi

Njemačka i Češka važne su za hrvatski receptivni turizam. S vremenom su se odnosi između Hrvatske i navedenih zemalja razvijali. Kroz povijest su se prvo razvijali diplomatski odnosi, da bi se razvojem turizma i turističke ponude počeli razvijati i turistički odnosi. Razvojem turističkih odnosa te sve češćim dolascima Nijemaca i Čeha u hrvatska odredišta ukazala se i potreba jezične prilagodbe za turističku industriju, odnosno usvajanja njemačkog i češkog jezika turističkih djelatnika. Zbog toga će se ukratko opisati povijest diplomatskih i turističkih odnosa između Hrvatske i tih dviju zemalja.

3.1. Hrvatsko-njemački odnosi

Odnosi Hrvatske sa zemljama njemačkog govornog područja i njihovim kulturama dugotrajni su i kompleksni. Hrvatska je, prvo u Habsburškoj, a potom Austro-Ugarskoj Monarhiji, ukupno provela gotovo četiri stoljeća. Početkom 13. stoljeća doseljenici iz njemačkih zemalja sudjeluju u osnivanju sjeverozapadnih hrvatskih gradova i stupaju u bračne veze s hrvatskom aristokracijom (Piškorec, 2002: 853). Nakon osmanskog povlačenja od 18. do kraja 19. st. dolazi do značajnijeg naseljavanja Hrvatske, posebice područja Panonske Hrvatske, od strane Nijemaca (Geiger, 1991: 278). Vrijedi i suprotno, Hrvati su u 19. stoljeću krenuli naseljavati Njemačku. Šezdesetih i sedamdesetih godina prošlog stoljeća dolazi do velike potrebe za radnom snagom te se Hrvati u okviru gastarbajterskih programa masovno upućuju prema Njemačkoj. Očekivalo se da će njihov boravak u Zapadnoj Njemačkoj biti privremen, međutim mnogi su povelj svoje obitelji i ondje se trajno naselili.

„Zbog već spomenutih višestoljetnih državnopravnih i sociokulturnih veza s Austrijom, građanstvo i plemstvo u Hrvatskoj bilo je do sredine 20. st. velikim dijelom dvojezično”, dok su „višestoljetni hrvatsko-njemački jezični dodiri“ ostavili traga u suvremenim hrvatskim narječjima u vidu velikog broja posuđenica, „od kojih su najstarije iz razdoblja starovisokonjemačkoga“.¹⁰ U Njemačkoj danas živi gotovo 450 tisuća Hrvata te zauzimaju

¹⁰ Leksikografski zavod Miroslav Krleža. *Hrvatsko-austrijski i hrvatsko-njemački odnosi*. URL: <https://croatia.eu/index.php?view=article&lang=1&id=57>

čak šesto mjesto na listi najbrojnijih skupina stranaca u Njemačkoj¹¹. Broj državljana Hrvatske s boravkom u Njemačkoj se od ulaska Hrvatske u Europsku uniju gotovo udvostručio. Njemačka i Hrvatska su u Europskoj uniji jedna drugoj moćan i vjeran partner. Njemačka je pružala snažnu podršku i hrvatskim nastojanjima za ulazak u schengenski prostor i eurozonu, što je u konačnici i ostvareno.

Za vrijeme Domovinskog rata Njemačka je humanitarno pomagala Hrvatskoj i hrvatskim žrtvama, kada još jedan val Hrvata odlazi u Njemačku tražeći sklonište.

Suradnja između Hrvatske i Njemačke kao i Hrvatske i Austrije vidljiva je i u obrazovanju.

„Bliske veze s Austrijom znatno su utjecale i na razvoj školstva u Hrvatskoj. Prve gimnazije u Zagrebu (1607), Rijeci (1627) i Varaždinu (1636) osnivaju isusovci iz Bečkoga kolegija. [...] Austrijske prosvjetne vlasti [su] od 1849. započele reformu srednjoškolske i visokoškolske nastave”.¹²

Razni programi stipendiranja, Goethe-Institut Kroatien, Austrijski kulturni centar, Njemačka međunarodna škola i hrvatske škole i fakulteti na kojima se izvode programi učenja njemačkog jezika i promiče austrijska i njemačka kultura, još su jedan dokaz uspješne suradnje ovih zemalja.

Turizam je još jedan izuzetno važan most između ovih zemalja koji pridonosi međusobnom razumijevanju, osobito uzimajući u obzir da gotovo tri milijuna njemačkih turista dolazi u Hrvatsku na odmor. Povijesno gledajući, razvoj turističkih odnosa između Hrvatske i Njemačke započeo je još nakon Prvog svjetskog rata, kada je Hrvatska ostvarivala više od 80% inozemnog prometa od turista iz Njemačke, Italije, Engleske, Čehoslovačke, Austrije i Mađarske (Gržinić, 2019: 39). Šezdesetih godina prošlog stoljeća dolazi do jačanja turizma te sve većeg dolaska njemačkih gostiju na Jadran. Tada se javlja i potreba za sve većim korištenjem i učenjem njemačkog jezika radi kontakta s gostima, kako turističkih djelatnika, tako i ostalih građana koji su se počeli baviti ugošćivanjem stranih gostiju. Krpan (2013: 15) ističe kako je to bilo „razdoblje neizbježnih *Zimmer frei* natpisa i uporaba mnogih germanizama vezanih uz termine i predmete za more, odmor i ljetovanje (*badeancug, bezecirati, ferije, rasfriškati, šlah*)“. Može se zaključiti kako je turizam ujedno i jedan od

¹¹ cronews (19.05.2020) *Hrvati u Njemačkoj*. URL: <https://www.cronews.de/hrvati-u-njemackoj/>

¹² ibid.

razloga za današnju uporabu germanizama u hrvatskom jeziku. S vremenom je Njemačka postala hrvatsko najvažnije emitivno tržište.

3.2. Hrvatsko-češki odnosi

Prema legendi o Čehu, Lehu, Mehu sestri Vilini, praotac Čeha utemeljitelj je Češke čijim se rodnim mjesto smatra Krapina, stoga su mnogi Česi smatrali da potječu iz Hrvatske. Hrvati i Česi imaju dugu zajedničku povijest života u istoj državi. Do raspada Austro-Ugarske i formiranja novih država početkom 20. stoljeća, kulturne, poslovne i političke veze Hrvatske i Češke poprilično su oslabile. Nastankom Čehoslovačke i Jugoslavije, Česi su u Hrvatskoj i formalno postali nacionalna manjina. U današnje vrijeme, većina pripadnika češke manjine u Hrvatskoj potomci su nekadašnjih malih poljoprivrednika koji su svoje posjede dobivali od osiromašenog plemstva u zapadnoj Slavoniji.¹³

Prva češka udruga, koja za cilj ima okupljanje pripadnika češke manjine kao i ostale građane Grada Zagreba i okolice, osnovana je u Zagrebu 1874. pod nazivom *Česká beseda*. *Česká beseda* neguje češki jezik, pismo i običaje češke manjine te se bavi promicanjem i razvijanjem prijateljske suradnje između građana Republike Hrvatske i Češke Republike.¹⁴

Unatrag 30 godina, nakon što je Hrvatska međunarodno priznata, uspostavljeni su diplomatski odnosi s tadašnjom Čehoslovačkom, a danas su odnosi između Hrvatske i Češke vrlo prijateljski. Ispoljavaju se najviše kroz uzajamne odnose, bilo da je riječ o nacionalnim manjinama, turizmu ili obrazovanju. Ulaskom u Europsku uniju se Hrvatskoj ukazuju nove prilike u turizmu i nove mogućnosti financiranja pa tako rastu i češka ulaganja u svim gospodarskim sektorima u Hrvatskoj. Ulaskom Hrvatske u Schengen otvara se mogućnost slobodnog putovanja iz Hrvatske u Češku i obratno, odnosno bez dokumenata. Slobodno putovanje znači slobodno kretanje turista i samim time kulturnu razmjenu, a slobodno tržište znači slobodno investiranje u razne hrvatske projekte od strane čeških poduzetnika. I nacionalne manjine su slobodne razvijati odnose s matičnim državama.

¹³ Hrvatska danas (28.9.2020) *Česi i Slovaci u Hrvatskoj (1): Zajednička povijest i život u istoj državi, te mnoge kulturne i političke veze*. URL: <https://hrvatska-danas.com/2020/09/28/cesi-i-slovaci-u-hrvatskoj-1-zajednicka-povijest-i-zivot-u-istoj-drzavi-te-mnoge-kulturne-i-politicke-veze/>

¹⁴ Česká beseda Zagreb. *Iz Statuta Češke besede Zagreb – preambula*. URL: https://www.ceska-beseda-zg.hr/hr/o_nas/

Česi su bili oni koji su prvi otkrili i ljepotu i potencijal jadranskog priobalja početkom 20. stoljeća kada počinje dugogodišnja tradicija turističke povezanosti ovih zemalja. Dolazak češke radničke klase na najbližu obalu potaknuo je razvitak brojnih turističkih mjesta u Dalmaciji. Još donedavno se češke turiste smatralo gostima drugog reda. Stvoreni su negativni stereotipi o češkim turistima i njihovim potrošačkim navikama. Nazivalo ih se „pašteta-turistima“ jer su dolazili na odmor s prtljažnicima punim namirnica. Međutim, doba kada su Česi, putujući u starim Škodama, ljetovali samo u najjeftinijim smještajima je prošlo. Danas su klijentela koja odsjeda u hotelima s četiri ili više zvjezdica, voze luksuzne automobile i svake godine tijekom ljetne sezone na Jadranu ostave stotine milijuna eura. No, Česi su bili i ostali naši najvjerniji gosti, koji nas nisu napustili niti za vrijeme Domovinskog rata, a niti u doba kada je koronavirus dosegao svoj vrhunac.

Uz njemačko, češko emitivno tržište za Hrvatsku također ima veliki značaj. Zbog velikog broja dolazaka Nijemaca i Čeha u Jadransku regiju, postoji potreba za poznavanjem ta dva jezika od strane turističkih djelatnika. U narednom poglavlju opisuje se proces usvajanja stranih jezika.

4. Usvajanje stranog jezika

Sporazumijevanje na stranim jezicima nedvojbeno je jedna od najvažnijih vještina turističkog djelatnika današnjice. Naime, ključ uspješnog poslovanja leži u dobroj komunikaciji gostiju i turističkih djelatnika. Jedan od osnovnih preduvjeta za uspješnu komunikaciju u sferi turizma jest upravo ovladavanje stranim jezicima jer strani turisti čine u prosjeku 90% ukupnog broja turističkih noćenja. To je vještina koja je potrebna za gotovo sve sezonske poslove koji se nude i jedna je od uobičajenih rubrika u svakom životopisu.

Prema autorici Zrinki Jelaska (Jelaska, 2005: 24-25) materinski jezik podrazumijeva prvi jezik koje dijete usvaja u najranijem djetinjstvu. No, ovaj termin vuče za sobom niz polemika, stoga stručnjaci koriste i termin rodni i prvi jezik, naime riječ je o prvom jeziku kojemu dijete biva izloženo u životu i koji usvaja. Prvi jezik treba razlikovati od termina prvotni jezik koji označava jezik koji pojedincu može naknadno postati glavnim komunikacijskim jezikom (Jelaska, 2005: 26). Primjerice, pojedinac u najranijem djetinjstvu usvaja hrvatski jezik, no zatim odlazi u Njemačku te mu tamo njemački jezik postaje glavnim komunikacijskim jezikom. Kada upotreba prvog jezika postane rjeđa, tada on dobiva status sekundarnoga jezika. Sekundarni jezik se naziva još i kućni ili obiteljski jer ga se najčešće koristi samo u krugu obitelji (Medved Krajnović, 2010: 3). Autorica Medved Krajnović navodi i pojam nasljedni jezik. Riječ je o jeziku koji novi naraštaji nasljeđuju od svojih predaka. U pravilu se nasljedni jezik usvaja u osnovama i najčešće je ograničen samo na vještinu govora.

Pojam drugi jezik se koristi za onaj jezik koji se usvaja nakon prvog. U vidu ovladanosti jezikom, drugi se jezik odnosi na onaj kojim pojedinac slabije vlada. Često se javljaju kolebanja pri diferenciranju stranog i drugog jezika.

Jelaska nadalje pravi razliku između prototipnog stranog jezika koji predstavlja „jezik [...] koji se uči u školi ili na posebnim tečajevima u zemlji u kojoj se njime ne služi” (Jelaska i dr. 2005: 29), dok je prototipni drugi jezik onaj „koji se uči u okolini gdje se govori u kojoj učenik trajno prebiva“ (Jelaska i dr. 2005: 33). Prema Jelaski se strani jezik dakle uči izvan okruženja u kojem se govori i osoba se njime služi povremeno, dok je drugi jezik nematerinski jezik sredine u kojoj se uči i osoba se njime služi redovito, iako ga je možda naučila u odrasloj dobi.

Termin *ini jezik* se koristi za svaki jezik koji pojedinac usvaja nakon prvog. Taj se pojam, odnosi i na strani i na drugi i na nasljedni jezik. Jelaska (2012: 19) navodi kako ovladavanje inim jezikom (stranim, drugim, nasljednim) neka obilježja dijeli s ovladavanjem materinskim jezikom koji je prvi i glavni jezik neke osobe, no druga ne. Sličnosti i razlike protežu se kroz područja unosa i usvajanja, uspjeha, poučavanja, ispravljanja, ovladavanja pisanim jezikom, jezičnog razvoja, i dr. Primjerice, za razliku od materinskog jezika, koji se usvaja relativno brzo i uspješno putem jednostavne izloženosti i sposobnosti izravnog sporazumijevanja, kao što su slušanje i govorenje, inherentne jezične aktivnosti koje se razvijaju prirodno, usvajanje stranog jezika nije tako jednostavno. Samo izlaganje stranom jeziku u prirodnim situacijama često nije dovoljno za uspješno usvajanje, a nije ni samorazumljivo da će se jezik usvojiti bez daljnjeg napora. Učenje stranog jezika zahtijeva ovladavanje različitim jezičnim vještinama, uključujući slušanje, govor, pisanje i čitanje. Te vještine treba aktivno učiti kako bi se stekle ili usvojile. U mnogim slučajevima, osobito kada je riječ o učenju stranog jezika izvan govornog okruženja, učenik nije dovoljno izložen ciljnom jeziku. Zbog toga je od iznimne važnosti da jezična izloženost bude obogaćena i poticajna kako bi se postiglo uspješno ovladavanje jezikom.

4.1. Razlika između ovladavanja, usvajanja i učenja

Usvajanje i učenje su podređeni pojmovi nadređenom pojmu ovladavanje. Autorica Medved Krajnović objašnjava da se učenje stranog jezika odnosi na institucionalno ovladavanje jezikom s naglaskom na strukturalni pristup jezičnoj građi. Radi se o osviještenom stjecanju znanja u osmišljenim okolnostima. Usvajanje jezika se suprotno tome odvija kao prirodan i spontan proces u pojedinčevoj životnoj sredini prilikom komunikacije na tom nematerinskom jeziku u kojemu se ne obraća toliko pažnje na jezične oblike (Medved Krajnović 2010: 4–5). Krashen usvajanje i učenje slično opisuje - učenje je svjestan proces, koji implicira usmjerenost na gramatičke strukture, pravila i vokabular jezika koji se uči, dok prilikom usvajanja jezika izostaje namjerna usredotočenost na pojedine jezične strukture (Krashen (1976) u Medved Krajnović, 2010: 26). Može se dakle zaključiti da učenje može biti nesvjesno odnosno implicitno i svjesno odnosno eksplicitno (Medved Krajnović, 2010: 26). Znanje može prelaziti iz implicitnog u eksplicitno i obrnuto. Primjerice, osoba koja je usvojila njemački jezik gledanjem satelitskih TV programa upiše studij germanistike i treba za ispit iz

jezičnih vježbi naučiti gramatička pravila. Implicitno znanje ove osobe učenjem tada postaje eksplicitno. Suprotno tome, student bohemistike odluči provesti semestar u Češkoj. Zahvaljujući čestoj uporabi nekih jezičnih oblika ostvaruje njihovu automatizaciju i na taj način eksplicitno znanje postaje implicitnim. U kontekstu, kada nije važno ili nije poznato je li pojedinac jezik uči ili ga usvaja, koristimo termin „ovladavanje“. To znači da ga se formalno uči i neformalno usvaja. Za lakše razumijevanje ovog pojma možemo navesti primjer turističkog radnika koji polazi tečaj njemačkog ili češkog jezika i ujedno usvaja jezik kroz svakodnevnu komunikaciju s turistima na poslu.

Još jedan bitan pojam vezan uz usvajanje jezika je „međujezik“. Riječ je o jeziku koji se sustavno oblikuje kako osoba napreduje u ovladavanju inim jezikom. Polazište međujezika, prema Medved Krajnović, bi uglavnom bilo potpuno nepoznavanje ciljnog jezika, iako svaki pojedinac posjeduje određeno jezično znanje stečeno kroz iskustvo usvajanja prvoga i eventualno još nekoga inoga jezika. Međujezični razvoj se smatra završenim kada znanje ciljnog jezika dosegne razinu izvornog govornika ili kada pojedinac donese odluku da više neće napredovati u ciljnom jeziku, primjerice kada znanjem zadovoljava svoje komunikacijske potrebe (Medved Krajnović 2010:24). Autorica Karin Kleppin (Kleppin, 1998: 39) naglašava da se učenički jezik ne razvija linearno i ravnomjerno od nule do savršenstva. Učenik razvija specifičan jezični sustav, radi se o gotovo zasebnom jeziku, koji ima karakteristike i materinskog i ciljnog jezika, ali koji ima vrlo specifične elemente koji nemaju svoje porijeklo ni u prvom ni u ciljnom jeziku. Ovaj vrlo specifičan jezični sustav promjenjiv je i nestabilan, mijenja se u smjeru ciljnog jezika, ali se može i vratiti u smjeru faze za koju se mislilo da je prevladana (Kleppin, 1998: 39).

4.2. Individualni čimbenici u procesu usvajanja jezika

Iako je proces usvajanja prvog jezika sličan za sve, i dalje je uvjetovan nizom čimbenika, koji predstavljaju uvjete za usvajanje jezika. Pojedine urođene predispozicije, uvjeti odrastanja i življenja i socio-emocionalni status su samo neki od njih. Ove individualne čimbenike je još značajnije imati na umu kod procesa usvajanja inog jezika jer imaju velik utjecaj na postupke i rezultate ovladavanja inim jezikom.

Postoje različite klasifikacije i podjele individualnih čimbenika. Prvo ćemo spomenuti podjelu na one koji se ne mogu promijeniti metodama poučavanja i na one koji mogu. Nepromjenjivi čimbenici su dob, spol, prvi jezik, a promjenjivi motivacija i stavovi osobe koja neki jezik usvaja. Individualni čimbenici se mogu podijeliti i na kognitivne i afektivne. Čovjek je multidimenzionalno biće. Osim što misli, odnosno koristi razum i kogniciju, također i osjeća te ga je nemoguće promatrati, a ne obratiti pažnju na njegove reakcije na događaje i podražaje iz okruženja kao i na njegovo emocionalno stanje. U kognitivne čimbenike spadaju inteligencija, jezična nadarenost i strategije učenja, dok afektivne faktore čine stavovi, pojam o sebi, strah od stranog jezika, motivacija i drugi (Dörnyei, 2005). Afektivni čimbenici su individualni i zavise o okolnostima u kojima se pojedinac nalazi. Ta individualnost i promjenjivost čini afektivne čimbenike teško mjerljivima.

Inteligencija se može protumačiti kao sposobnost snalaženja pojedinca u novonastalim situacijama. Mnoga istraživanja provedena 80-ih godina prošlog stoljeća pokazala su da uistinu postoji povezanost između inteligencije i ovladavanja inim jezikom. Inteligentnije osobe često su uspješnije u uporabi jezika i ostvaruju bolje rezultate po pitanju znanja, ipak razlike u kvocijentu inteligencije ne objašnjavaju u potpunosti razlike između pojedinaca kod usvajanja jezika. Kognitivni čimbenik koji je od značaja za ovaj rad jest jezična nadarenost. Jezična nadarenost je kompleksan pojam koji se sastoji od niza sastavnica kao što su asocijativno pamćenje, gramatička osjetljivost, učinkovito usmjeravanje pažnje na različite jezične pojavnosti, automatizacija i dr. Ukratko, riječ je o sposobnosti brzog učenja stranog jezika. Ne moraju sve spomenute sastavnice jezične nadarenosti biti visoko razvijene da bi pojedinac bio uspješni korisnik inoga jezika. Jezična nadarenost je razmjerno nepopularan pojam jer ukazuje na razliku među ljudima koji usvajaju strani jezik i može za neke pojedince biti demotivirajući. Važno je imati na umu da jezična nadarenost ne implicira automatsko usavršavanje jezika. Nadareni pojedinci neće napredovati bolje od ostalih ako ne ulažu trud.

U uskoj vezi s jezičnom nadarenošću je dakle motivacija. Motivacija podrazumijeva sve razloge zbog kojih osoba uči novi jezik. Prema Mihaljević-Djigunović motivacija podrazumijeva kombinaciju truda i želje za postizanjem cilja (Mihaljević-Djigunović, 1998). Pritom govorimo o afektivnom čimbeniku o kojem uvelike ovisi uspjeh u ovladavanju inim jezikom. Međutim, ne utječe samo motivacija na uspjeh već i obratno. Uspjeh čovjeka dodatno motivira. Motivacija, uspjeh i jezična nadarenost međusobno su u recipročnom

odnosu i djeluju istovremeno, iz toga proizlazi, da se afektivnost ne bi smjela odvajati od kognitivnih sposobnosti.

Dörnyei dijeli motivaciju na intrinzičnu i ekstrinzičnu. Ponašanje pojedinca uvjetovano nekim vanjskim čimbenicima se smatra ekstrinzičnom motivacijom. Primjerice, recepcionar koji je zbog posla trebao naučiti češki jezik. Intrinzična motivacija podrazumijeva onu u kojoj je pojedinčevo ponašanje uvjetovano vlastitim interesima i emocijama (Dörnyei, 2001: 55). Primjer intrinzične motivacije bi bio pojedinac koji uči njemački jezik isključivo iz razloga što mu se taj jezik sviđa. Dakle, iz vlastitog zadovoljstva. Jedan od ova dva oblika motivacije nije nužno učinkovitiji od drugog.

Motivacija za učenje se često temelji na stavovima, koji su u svojoj osnovi ono što čovjek osjeća prema predmetima i ljudima. Pozitivan stav je naravno povezan s efektivnijim usvajanjem inoga jezika.

Još jedan individualni čimbenik je pojam o sebi, što se odnosi na razumijevanje i vrednovanje samog sebe, pri čemu je bitno zadržati pozitivan pojam o sebi, čak i kada se učenjem ne postigne željeni rezultat. U suprotnom može doći do obeshrabrenja u daljnjem učenju inog jezika.

Strah od stranog jezika se javlja u situacijama kada se od pojedinca očekuje korištenje stranog jezika kojim nije dovoljno ovladao. To je često prisutno na nastavi stranog jezika, a manifestira se strahom od komuniciranja i testiranja. Taj strah potiče stvaranje negativnog pojma o sebi i reflektira se na motivaciju za usvajanje stranog jezika, no može se suzbiti pozitivnim iskustvima tijekom usvajanja inog jezika.

4.3. Važnost interakcije za usvajanje jezika

Jezik je društveno uvjetovana tvorevina, čiji je cilj poslužiti kao sredstvo ljudske komunikacije. Usvajanje jezika se uvijek odvija u određenom društvenom kontekstu i smatra se da upravo taj kontekst bitno utječe na uspješnost čitavog procesa.

„Obilježen je dvjema osnovnim djelatnostima: primanjem (engl. reception), koje se sastoji od slušanja i čitanja, te proizvodnjom (engl. production), koju sačinjavaju govorenje i pisanje” (Jelaska, 2005: 12).

Ovladati inim jezikom može se u vrlo kontroliranom, institucionaliziranom, tj. didaktičkom okruženju, daleko od stvarnih jezičnih dodira s izvornim govornicima i kulturom jezika kojim se ovladava. Takvo okruženje zasigurno dovodi do oblika i stupnjeva jezičnog umijeća različitih od onih kada se inim jezikom ovladava u prirodnom okružju (Medved Krajnović 2010: 88).

Uloga jezičnog unosa (eng. input) je jasna. Jezični unos nužno mora postojati kako bi uopće moglo doći do usvajanja jezika. Jezični ostvaraj (eng. output) služi uvježbavanju i automatizaciji jezičnih struktura i podizanju svjesnosti o vlastitoj jezičnoj proizvodnji (Medved Krajnović 2010: 90). Kada se jezični obrasci stalno iznova koriste, jačaju se.

Interakcijska hipoteza (eng. interaction hypothesis) je teorija usvajanja drugog jezika koja tvrdi da je razvoj jezičnog znanja olakšan interakcijom licem u lice i komunikacijom (Johnson, 1999: 174). Ova teorija se pripisuje Michaelu Longu, koji ističe važnost unosa i ostvaraja jezika za ovladavanje jezikom. Ne slažu se svi stručnjaci da je interakcija primarni način kojim se razvija jezično znanje niti da interakcija olakšava učenje. Neki čak navode da može imati i negativan utjecaj i proizvesti previše jezičnog unosa, koji će na kraju zatrpiti nove korisnike viškom informacija. Jedan od ciljeva ovog diplomskog rada jest istražiti kako duže bavljenje turizmom i duže integriranje s turistima na njihovom jeziku utječe na usvajanje jezika turističkih djelatnika.

Brojna istraživanja su dokazala sponu između dobi i krajnje razine usvojenosti jezika. Što se ranije počne učiti i usvajati jezik, to je razina usvojenosti veća (Medved Krajnović 2010:66). Dokazano je da se proces starenja negativno odražava na sposobnost učenja pa samim time negativno utječe na pojedinčevu sposobnost ovladavanja jezikom (Medved Krajnović 2010: 71).

Potreba za govorenjem stranih jezika u globaliziranom okruženju raste. Zbog toga je izuzetno važno poticati učenje stranog jezika od najranije dobi. U ranom djetinjstvu, djeca posjeduju sposobnost brzog učenja i pokazuju specifičan pristup učenju. Glavne prednosti učenja stranog jezika u mladoj dobi uključuju poticanje kulturne svijesti, poboljšanje

kognitivnog razvoja djece, olakšavanje pravilnog izgovora stranog jezika, razvoj komunikacijskih vještina te poticanje kognitivnog razvoja. Većina istraživača se slaže da početak učenja stranog jezika u ranoj dobi povećava izgleda za usvajanje jezika s lakoćom (Glavaš, 2022: 3).

Kim i Plotka (2016: 9) ističu kako postoje razlike u ciljevima usvajanja prvog i drugog jezika. Djetetov cilj učenja prvog jezika inherentno se razlikuje od cilja učenja drugog jezika. Dok usvaja prvi jezik, dijete uči kako koristiti jezik kao sredstvo za komunikaciju s drugima. Učeći drugi jezik, dijete uči komunicirati na određenom jeziku u specifičnom kontekstu. Usvajanje jezika univerzalni je razvojni zadatak ranog djetinjstva, ali usvajanje drugog jezika nije. Zbog toga je razvoj prvog jezika relativno neproblematičan za djecu, a individualne karakteristike igraju malu ulogu. Međutim, kod učenja drugog jezika individualne karakteristike igraju mnogo veću ulogu. Jedna karakteristika koja igra važnu ulogu u usvajanju drugog jezika je sposobnost jer se ljudi jako razlikuju u svojim sposobnostima učenja drugog jezika. Pored toga, važne uloge igraju socijalne karakteristike, kao što su društvenost, samopouzdanje i sramežljivost, te stupanj spremnosti na preuzimanje rizika u društvenim situacijama. Nadalje, motivacija i povoljan stav pojedinca prema dominantnom jeziku čine razliku u procesu usvajanja tog jezika.

Prema najnovijim istraživanjima, djeca su sposobna usvojiti čak do šest stranih jezika bez većih poteškoća do svoje jedanaeste godine. Ključno je da se komunikacija odvija unutar stvarnih situacija, uključujući različite osobe s kojima dijete komunicira i raznolike kontekste u kojima se ta komunikacija odvija (Glavaš, 2022: 3).

Međutim, Jelaska (2012: 29-30) napominje kako je vrlo malo djece koja su jezično jednako uspješna u oba jezika. Čak i onda kada dijete jezik usvaja u prirodnoj okolini, u jednakom okružju u kojem druga djeca usvajaju svoj materinski jezik, drugi jezik ne usvaja se uvijek u potpunosti, već često samo do neke razine koja se ne prelazi bez obzira na duljinu izloženosti jeziku. To upućuje na zaključak da se nesvjesni jezični razvoj drugog jezika često odvija samo do određene razine; nakon toga razvoj je potrebno nastaviti poučavanjem i učenjem.

Za učenje stranih jezika u ranoj dobi od velike je važnosti motivacija. Motivacija učenika za učenje stranih jezika temelji se na uspostavljanju veza između svakodnevnog života (uključujući probleme s kojima se učenici suočavaju) i nastavnog procesa. Učenici

razvijaju promjenjiv mentalni sklop, poznat kao „growth mindset“, koji potiče aktivno sudjelovanje i preuzimanje odgovornosti ne samo za vlastite postupke, već i za vlastito učenje. Kao rezultat toga, učenik teži prema dubljem razumijevanju, prihvaća izazove, koristi svoju maštu, njeguje znatiželju, ne odustaje lako, uloži napor, surađuje s drugima, uči iz konstruktivne kritike, postiže uspjehe i kontinuirano nadmašuje svoje vlastite granice. Suradnja između odgajatelja, učitelja, nastavnika i roditelja ima izuzetno važnu ulogu jer značajno utječe na motivaciju djece i učenika (Boras, 2021: 90).

4.4. Fernsehkinder (hrv. *djeca televizije*)

Određeni postotak govornika stranog jezika svoje jezične vještine stekao je samostalno, bez vođenja. Među njima su posebno zanimljivi „Fernsehkinder“, odnosno djeca koja su jezik usvajala putem televizije. U svojem istraživanju Popović, Vukajlović i Vollstädt (2021) došli su do zaključka kako je jezik moguće usvojiti isključivo putem televizije. Međutim, precizni procesi koji se pritom odvijaju još nisu u potpunosti istraženi.

Pašica i Turza-Bogdan (2020) navode kako se gledanjem televizijskih sadržaja, kao što su, između ostaloga, i crtani filmovi, stječe prilika za usvajanje znanja o drugim kulturama, poistovjećivanja s televizijskim likovima, ali i bogaćenje rječnika te stjecanje osnova pasivnog poznavanja stranog jezika.

Crtani filmovi omogućuju upoznavanje s drugom kulturom. U procesu učenja novog jezika važno je uključiti i učenje o kulturnim aspektima kako bi komunikacija između članova različitih kultura mogla biti uspješna. Nepoznavanje kulturnih aspekata može uzrokovati nesporazum i konačni neuspjeh u komunikaciji s izvornim govornicima. Osim što su crtani filmovi posrednici međukulturalne kompetencije, na zabavan način omogućuju i razvijanje jezičnih kompetencija. Kako bi uopće moglo doći do razvoja jezika, mora postojati jezični unos, a gledanjem crtića djeca slušaju pravilni izgovor riječi.

U ranoj dobi usvajanja jezika, važna je vanjska motivacija koju djeca dobivaju jer u tom trenutku nisu zainteresirana za svjesno stjecanje znanja. Umjesto toga, mogu biti motivirana da udovolje roditeljima, oponašaju kolege iz razreda ili likove iz crtića. Posebno uživaju u igricama i zabavi na stranom jeziku. Stoga je važno pružiti raznolike poticaje kako bi se dijete

potaknulo da u aktivnostima sudjeluje iz radosti i uživanja, baš kao što dijete stječe svoj materinski jezik kroz interakciju s okolinom kroz igru. Isti princip vrijedi i za učenje stranog jezika (Kralj, 2022).

Djeca koja u ranoj dobi gledaju crtiće u kojima izvorni govornici posuđuju glasove ili slušaju pjesmice na stranom jeziku pokazuju bolju sposobnost učenja tog stranog jezika. Osim toga, lakše razumiju gramatiku stranog jezika i često ga govore bez izraženog naglaska.¹⁵

Što je veća izloženost gledanju televizijskog sadržaja na stranom jeziku, veća je i vjerojatnost da će dijete usvojiti jezik. Međutim, gledanje televizije posjeduje i negativne strane, stoga je aspekta roditeljstva važno naći balans između gledanja crtića i drugih aktivnosti djeteta.

„Fernsehkinder“ pokazuje kako se strani jezik može savladati i bez formalnog obrazovanja. U principu, to je samo jedan od primjera izvaninstitucionalnog učenja, međutim, za mnoge je dovoljan da savladaju ne samo osnove stranog jezika, već i puno više od toga.

4.5. Institucionalno i izvaninstitucionalnog učenje

U kontekstu učenja jezika važno je razdvojiti institucionalno i izvaninstitucionalnog učenje. Najpoznatiji primjer institucionalnog učenja stranog jezika odvija se kroz obvezno školovanje kroz koje se učenici susreću s barem jednim stranim jezikom. Institucionalno učenje odnosi se na formalno obrazovanje i strukturirane programe koji se nude u školama i na fakultetima, a također podrazumijeva i pohađanje tečajeva stranih jezika.

U današnje vrijeme postoji velik izbor tečajeva stranih jezika, koji se odvijaju na različite načine. Primjerice, mogu se odvojiti klasičnom, tradicionalnom nastavom u učionici, odnosno predavaonici, ali i na suvremenije načine, putem interneta i različitih digitalnih alata. Postoje i tečajevi jezika u inozemstvu (i za djecu i za odrasle), gdje se polaznicima nudi i

¹⁵ Helen Doron. *Tri razloga zbog kojih djeca s lakoćom uče strane jezike*. URL: <https://helendoron.hr/tri-razloga-zbog-kojih-djeca-s-lakocom-uce-strane-jezike/>

razgovor na stranom jeziku s izvornim govornicima, upoznavanje novih ljudi, novo okruženje, zanimljive aktivnosti, i dr.¹⁶

I u obveznom obrazovanju određeni se broj učenika susreće s mogućnošću odabira stranog jezika koji želi učiti u vidu izbornih predmeta. Nažalost, broj jezika između kojih učenik može birati često je ograničen. Za učenike koji ne mogu ostvariti svoje želje učenja stranog jezika kroz obvezno obrazovanje, na raspolaganju su i druge mogućnosti institucionalnog obrazovanja (npr. tečajevi), ali prije svega i široke mogućnosti izvaninstitucionalnog obrazovanja.

Osim putem gledanja televizije, izvaninstitucionalnog učenje odvija se i na druge načine. Primjerice, mnoga djeca, ali i odrasle osobe, odlučuju se samostalno učiti jezik koristeći različite resurse kao što su knjige, internetski tečajevi i mobilne aplikacije kao što je Duolingo. Duolingo nudi učenje više od 30 stranih jezika, a zamišljena je kao svojevrsna edukativna igra u kojoj se odgovaranjem na pitanja na jednostavan način uči jezik. Osim toga, postoje i objašnjenja, upute i savjeti na što valja obratiti pažnju kod nekog jezika, kao i gramatičke i pravopisne specifičnosti (Gračanin, 2021).

Internet nudi bogat izbor besplatnih i plaćenih resursa za učenje jezika, uključujući YouTube kanale, blogove, web stranice, podcaste i druge materijale. Izvaninstitucionalnog učenje stranih jezika odvija se i aktivnim sudjelovanjem u razgovoru s govornicima ciljnog jezika, bilo u stvarnom životu ili putem interneta. U stvarnom životu, razgovor s izvornim govornicima može se odvijati u vlastitoj zemlji, tj. tamo gdje pojedinac prebiva ili boravi ili pak u inozemstvu, što je ujedno i dobar način za upoznavanja s drugim kulturama.

U konačnici, izbor načina na koji će pojedinac učiti jezik vrlo je velik te u današnje vrijeme svatko tko želi učiti jezik to može i relativno jednostavno realizirati. Osim toga, kao što je rečeno, ovladavanje jezikom može se dogoditi i spontano, stoga pojedinac kako bi znao neki jezik ne mora imati ni svjesnu želju za njegovim upoznavanjem.

¹⁶ Integraledu. Tečajevi jezika u inozemstvu. URL: <https://www.integraledu.hr/tecajevi-stranih-jezika>

4.6. Razlozi za učenje stranog jezika

Postoje različiti razlozi za učenje stranog jezika. Može se reći i da je korist od učenja i usvajanja stranog jezika višestruka. Istraživanja su potvrdila da poznavanje stranih jezika pozitivno utječe na kognitivni razvoj i može zaštititi mozak od gubitka kognitivnih funkcija, što može odgoditi pojavu demencije u kasnijim godinama života. Studija provedena na Sveučilištu u Yorku pokazala je da aktivna upotreba stranog jezika restrukturira i ojačava kontrolne mreže u mozgu koje su odgovorne za obradu oba jezika, što konačno povećava mentalnu fleksibilnost, odnosno sposobnost prilagodbe promjenama.¹⁷ Dakle, jedan od razloga učenja stranih jezika može biti i poboljšanje te zadržavanje kognitivnih funkcija.

Učenje stranog jezika uvijek predstavlja i učenje o drugoj kulturi te različitim običajima. Kroz primjećivanje razlika i sličnosti između vlastite kulture i drugih kultura, učenici će razvijati pozitivne vrijednosti poput tolerancije i otvorenosti, te će steći dublje razumijevanje društvenih procesa. Učenici će shvatiti da njihova kultura nije jedina i da nije najbolja među svim kulturama. To je iz razloga što je kultura društveni konstrukt te je kao takva relativna, a ne apsolutna.¹⁸ Komunikacija nije samo prenošenje poruke nego i emocija, doživljaja, iskustva, razumijevanja i tolerancije. Učenje stranog jezika i uživljavanje u novu kulturu i svjetonazor najsigurniji je način za postajanje otvorenom i tolerantnom osobom. Nakon što se osvijeste činjenice da su ljudi kulturna bića i plod svog okruženja te nakon što se prepozna kulturna osnova ljudskih nazora i postupaka, počinje se druge promatrati u povoljnijem svjetlu. Govor tuđim jezikom pokazuje da je osobi koja uči stalo. Čak i samo usvajanje nekih od osnova pokazuje spremnost uložiti trud. Upoznavanje s nekim na njihovom materinskom jeziku je način da se tu osobu bolje upozna. Jezik pomaže izraziti osjećaje, želje i na taj se način povezati s drugim ljudima. Upoznavanje novih i zanimljivih ljudi i razvoj cjeloživotnih prijateljstava svakako su ciljevi kojima vrijedi težiti, a učenje stranog jezika je siguran način da se taj proces ubrza.

Još jedan od razloga učenja stranog jezika odnosi se na bolje rezultate u obrazovanju. Kao posljedica razvoja viših kognitivnih sposobnosti, istraživanja ukazuju na to da se pozitivni rezultati učenja novog jezika odražavaju na boljim ocjenama u ispitima iz

¹⁷ Trinajstić, M. (13.06.2016.). *Zašto i kada učiti strani jezik*. URL: <https://www.profil-klett.hr/zasto-i-kada-uciti-strani-jezik>

¹⁸ ibid.

matematike, razumijevanja teksta i vokabulara. Jezične vještine doprinose sposobnosti rješavanja problemskih zadataka, što je jedan od ključnih razloga za uvođenje obaveznog učenja stranih jezika u školama. Osim toga, poznavanje jednog stranog jezika može olakšati i ubrzati proces učenja novih, odnosno drugih jezika.¹⁹

Gehrmann i Petravić (2021: 10) navode kako se strani jezici u današnje vrijeme više ne uče zbog njih samih ili kako bi se višejezičnim obrazovanjem upoznale druge kulture, već se odluka o učenju stranih jezika procjenjuje i prema njihovoj ekonomskoj iskoristivosti na tržištu rada. Na ovo se može nadodati i konstatacija da je jedan od najčešćih razloga učenja stranih jezika, posebno u odrasloj dobi, upravo povećanje konkurentnosti na tržištu rada.

Već po završetku formalnog obrazovanja, učenik koji se služi stranim jezicima ima bolje mogućnosti na hrvatskom i međunarodnom tržištu rada.²⁰ To posebno vrijedi za određene sektore i djelatnosti, kao što je turistička.

Turizam nudi pregršt poslovnih mogućnosti onima koji poznaju strane jezike i stoga je odličan razlog za usvajanje češkog i njemačkog jezika. U današnje je vrijeme čak pomalo neobično biti jednojezičan, pogotovo u Europi. Kako svijet postaje sve više globaliziran, tako višejezičnost postaje sve korisnija i korisnija vještina. Premda je istina da je tehnologija automatskog prevođenja postala nevjerojatno napredna tijekom posljednjih nekoliko desetljeća, još uvijek nije dorasla stvarnom poznavanju jezika i ne može nadomjestiti izravnu međuljudsku komunikaciju koja predstavlja turističku svakodnevicu. U narednom poglavlju opisuju se važnost poznavanja stranih jezika za rad u turističkoj djelatnosti.

¹⁹ Kezele – škola stranih jezika i poslovne komunikacije. *10 razloga za učenje stranih jezika*. URL: <https://skola-kezele.hr/10-razloga-za-ucenje-stranog-jezika/>

²⁰ Trinajstić, M. (13.06.2016.). *Zašto i kada učiti strani jezik*. URL: <https://www.profil-klett.hr/zasto-i-kada-uciti-strani-jezik>

5. Važnost poznavanja stranih jezika za turizam

Turizam je postao jedan od najznačajnijih masovnih fenomena sa značajnim utjecajem na svakodnevni život ljudi i na gospodarstvo. Takva masivna industrija poseban naglasak stavlja na zadovoljstvo posjetitelja i pružanje najbolje moguće usluge kako bi se mogla održati konkurentnost. Nije moguće privući velik broj gostiju, a ne biti u stanju postići visoku razinu zadovoljstva gostiju s kojima se posluje. Stoga djelatnici u turističkom sektoru u vrijeme borbe za svakog klijenta moraju biti prilagođeni modernim potrebama i posjedovati određene vještine i znanja kako bi mogli što kvalitetnije usluživati zahtjevne klijente, te ih posljedično potaknuti na njihov ponovni posjet.

Svaki posao zahtijeva određene kompetencije potrebne za taj pojedini tip posla. Primjerice menadžment zahtijeva znanja u području računovodstva, marketinga, ekonomije. Samo neke od potrebnih vještina su kompjuterske, upravljačke i komunikacijske. Posebni se zahtjevi postavljaju i za polukvalificiranu radnu snagu, koja treba posjedovati kako osobne vještine tako i specifična tehnička znanja, primjerice čišćenje, posluživanje, kuhanje i dr.

Turizam je uslužna djelatnost, stoga kvaliteta usluge i tržišna konkurentnost uvelike ovise o stupnju obrazovanja kadra. Sporazumijevanje na stranim jezicima nedvojbeno je jedna od najvažnijih vještina turističkog djelatnika današnjice. Poznata latinska izreka „Koliko jezika znaš, toliko ljudi vrijediš” izvrsno dočarava bogatstvo koje stječemo poznavanjem stranih jezika. Zahvaljujući poznavanju jezika, turistički djelatnici su u mogućnosti obogatiti turističku ponudu i prezentaciju, odnosno ponuditi potpuno uslugu, a i postići da se gost u našoj domovini osjeća dobrodošlo, ugodno i cijenjeno. Takav gost je zadovoljan gost, koji je u konačnici najbolji marketinški alat.

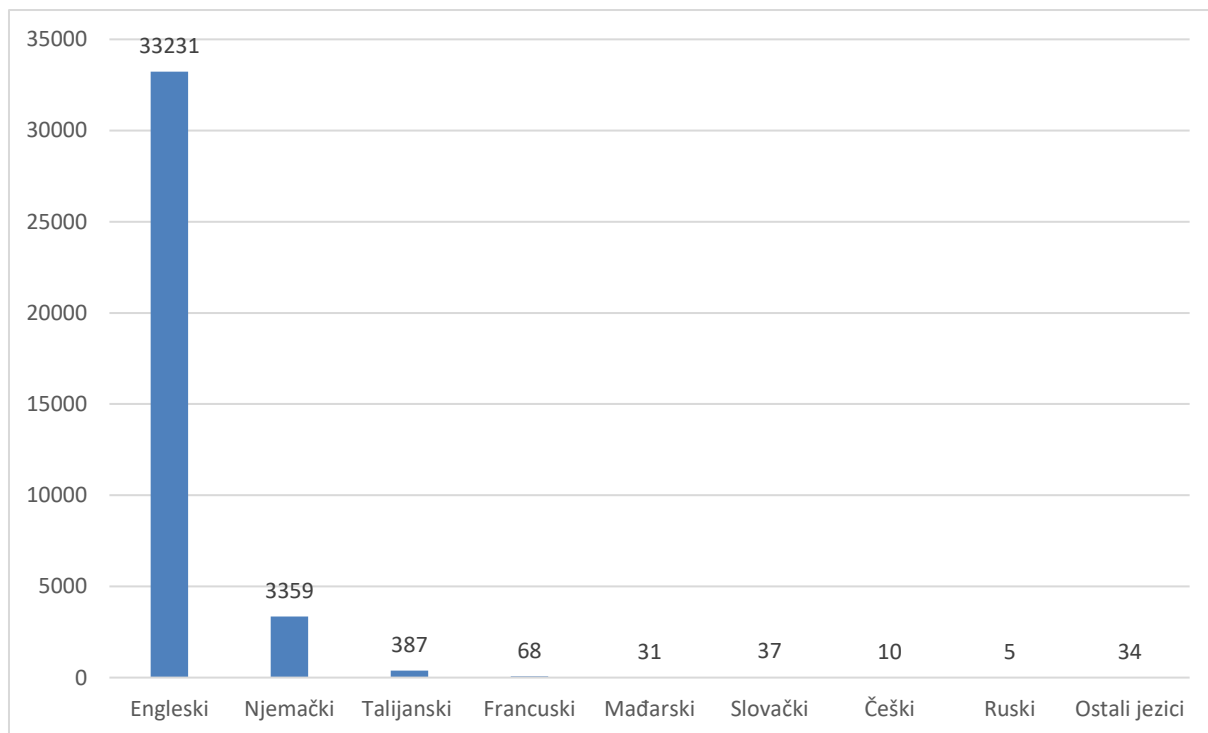
Znana je činjenica da svaki turist cijeni kada mu se turistički djelatnik obrati na njegovom jeziku. Interakcija turista i domaćina je dakle ključna. Poslodavci su svjesni da strani turisti značajno prevladavaju u ukupnoj strukturi gostiju, zbog čega se u većini oglasa za sezonski posao zahtijeva poznavanje barem jednog stranog jezika, a poznavanje više od jednog jezika rezultira jasnom prednošću pred ostalim natjecateljima za radno mjesto. Osim što sposobnost komunikacije na stranom jeziku može biti prednost pri zapošljavanju, osobe koje znaju više stranih jezika su često više plaćene. U znatnom broju slučajeva poslodavac će dati prednost kandidatu, koji mu donosi dodatnu vrijednost, što se najbolje očitava kroz

sposobnost komunikacije na što više stranih jezika. Utjecaj na zaposlenost i stvaranje stalno novih aktivnosti i industrija su samo neke od funkcija turizma u gospodarstvu, osim toga turizam utječe na porast urbanizacije, ubrzanje razvoja nacionalnih ekonomija i drugo.

5.1. Važnost ranog učenja stranih jezika

Obrazovanje je sastavni dio svake djelatnosti pa tako i turizma. Prikladno školovanje je glavna odlika svakog zaposlenika. Pored obrazovanja djelatnika u njihovim stručnim područjima, učenje stranih jezika imperativ je u turizmu kao uslužnoj djelatnosti. Hrvatska kao površinom i brojem stanovnika mala država mora poticati učenje stranih jezika od najranije dobi jer rijetki su strani državljani koji poznaju naš jezik. Iako je ovladavanje engleskim kao najraširenijim svjetskim jezikom važno za uspješno snalaženje u svijetu obrazovanja i zapošljavanja, za turističke djelatnike ovladavanje samo engleskim jezikom često nije dovoljno. Može se reći kako zaposlenici u turističkom sektoru ne mogu ovisiti samo o poznavanju jednog stranog jezika, zbog čega je u obveznom obrazovanju važno pružiti mogućnosti za učenje više stranih jezika.

Od školske godine 2003./2004. u hrvatske se redovne škole uvodi obavezno učenje prvog stranog jezika od prvog razreda osnovne škole. Drugi strani jezik se uči kao izborni predmet od 4. razreda osnovne škole. Državni zavod za statistiku (DZS) vodi podatke o učenicima koji uče strane jezike u osnovnim i srednjim školama. Ti se podaci odnose na sve učenike koji uče jezik kao I. ili II. strani jezik, stoga na umu treba imati da je taj broj veći od stvarnog broja učenika. Na slici 2 prikazan je broj učenika prvog razreda osnovne škole koji uče određeni strani jezik.



Izvor: izrada autorice prema: Državni zavod za statistiku, <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58233>

Slika 2. Broj učenika koji uče određeni strani jezik u prvom razredu osnovne škole na kraju školske godine 2021./2022.

Ukupan broj učenika prvog razreda osnovne škole koji je na kraju školske godine 2021./2022. učio neki strani jezik iznosio je 37 162. Daleko najviše je učenika koji uče engleski jezik; 33 231, odnosno oko 89%. Slijedi njemački jezik koji uče 3 359 učenika, tj. Oko 9%. Na trećem mjestu nalazi se talijanski jezik koji uči 387 učenika, tj. Oko 1%. Primjetno je da je 10 učenika u promatranoj školskoj godini učilo i češki jezik. Ovaj grafikon pokazuje kako nastava stranog jezika već u prvom razredu osnovne škole može započeti s različitim jezicima.

Kao što je već navedeno ranije, u 4. razredu se učenicima nudi mogućnost upisivanja drugog stranog jezika, najčešće njemačkog, talijanskog ili francuskog. Drugi strani jezik ima status izbornog predmeta što nerijetko znači da se nastava odvija zadnji školski sat ili čak u suprotnoj smjeni. Rezultat toga je da neki učenici koji ne žive u neposrednoj blizini škole gube mogućnost učenja drugog stranog jezika. Sve to naposljetku dovodi do ispisivanja učenika s izborne nastave pa je broj učenika koji napuštaju osnovnu školu s barem minimalnim znanjem dvaju stranih jezika u stalnom padu. Situacija u srednjim školama nije

znatno bolja. Drugi strani jezik ima status obaveznog predmeta samo u gimnazijama, ugostiteljsko-turističkoj i zrakoplovno tehničkoj školi. Drugi strani jezici koji se najčešće uče su i dalje njemački i talijanski jezik, a uče se zbog kulturno-povijesnih i gospodarskih veza Hrvatske sa zemljama tih govornih područja. Iako su ti jezici važni za obavljanje turističke djelatnosti u određenim regijama, postoje i drugi jezici čije je poznavanje važno, kao između ostaloga, i češki.²¹

Kod sastavljanja školskog kurikulumu treba obratiti više pozornosti na turističku djelatnost, za koju je poznavanje stranih jezika ključno. Zaposlenih stanovnika Republike Hrvatske u turističkom sektoru je mnogo, a osnovni zadatak obrazovanja je upravo priprema za profesionalni život. Važno je intenzivirati i poticati učenje njemačkog jezika u osnovnim i srednjim školama. Potražnja za zaposlenicima u je turizmu velika, a Nijemci su već godinama uvjerljivo najbrojniji gosti. Gledajući prema porijeklu gostiju koji posjećuju Hrvatsku, uz njemački jezik trebalo bi poticati i učenje češkog jezika. Iako važan za turizam, mogućnost učenja češkog jezika nudi samo nekolicina hrvatskih obrazovnih ustanova. Valja i napomenuti kako za turističke djelatnike često nije dovoljno samo razumijevanje osnovnih fraza i poznatih riječi, vođenje jednostavnih razgovora i sl., već je potrebna i veća razina ovladavanja jezikom, odnosno, bolje jezične sposobnosti. Kako bi jezične sposobnosti različitih govornika bile usporedive te kako bi se mogle procijeniti, razvijen je Zajednički europski referentni okvir za jezike, o čemu se govori u nastavku.

5.2. Zajednički europski referentni okvir za jezike

„Common European Framework of Reference for Languages“, skraćeno CEFRL ili samo CEF, prvi put je objavljen 2001. Ovaj okvir sadrži smjernice koje je Vijeće Europe razvilo u suradnji s ustanovama ALTE (Udruga jezičnih ispitnih centara u Europi) i EAQUALS (Europska udruga za kvalitetne jezične usluge). Glavna svrha ovog okvira bila je opisati jezične djelatnosti učenika u različitim stranim jezicima diljem Europe. Osnovni cilj CEFRL-a je održavanje visokih standarda u podučavanju i procjeni znanja stranih jezika,

²¹ Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (10.3.2022). *Dolasci i noćenja turista u 2021*. URL: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/4-3-2_Dolasci%20i%20nocenja%20turista%20u%202021.pdf

primjenjivih na sve europske jezike. Zajednički europski referentni okvir za jezike preporučuje se kao osnovni kriterij za vrednovanje postignute razine jezičnih sposobnosti, odnosno jezične kompetencije. U Hrvatskoj, CEFRL je prvi put objavljen 2005. godine kao „Zajednički europski referentni okvir za jezike – učenje, poučavanje i vrednovanje“ (ZEROJ) (Bergovec, 2007: 331).

Usvajanje znanja jezika odvija se u pet jednako važnih jezičnih djelatnosti. To su jezične strukture (ili gramatika i vokabular), čitanje, pisanje, slušanje i govor, tome se u najnovijem dodatku ZEROJ-u pridružuju i posredovanje, online interakcija i kompetencija u više jezika. U spomenutom dodatku također su ažurirani opisi prethodnih jezičnih djelatnosti (Klett, 2020). Postoje tri glavna stupnja kojima se vrednuje usvajanje znanja jezikom: A, B i C, a sukladno njima učenici koji ovladavaju svakim od tri stupnja nazivaju se (Bergovec, 2007: 331):

1. A – temeljni korisnik (engl. „Basic User“)
2. B – samostalni korisnik (engl. „Independent User“)
3. C – iskusni korisnik (engl. „Proficient User“)

Razina A je početna razina, riječ je o osnovnom služenju jezikom. Osoba čije je znanje na A1 razini razumije i koristi poznate, svakodnevne izraze i posve jednostavne rečenice. Može se sporazumjeti na jednostavan način, ako sugovornik govori polagano i razgovijetno. A2 razina znači da se osoba u jednostavnim, rutinskim situacijama može sporazumijevati kada su posrijedi poznate stvari. Jednostavnim riječima može opisati direktnu okolinu i stvari u svezi s neposrednim potrebama. Nakon završene B razine se očekuje samostalno služenje jezikom. B1 razina podrazumijeva jednostavno i suvislo izražavanje o poznatim temama, a B2 spontano i tečno izražavanje, tako da je bez većih napora moguć normalan razgovor s osobama kojima je jezik razgovora materinski jezik. Može se jasno i detaljno izražavati o širokom spektru tema. Razina C je napredna razina, znači kompetentno služenje jezikom. C1 implicira jasno, sadržajno i opširno izražavanje o složenim stvarima te učinkovitu upotrebu jezika u društvenom i profesionalnom životu. C2 je najviša moguća razina. Osoba koja je ovladala stranim jezikom na C2 razini bez napora razumije sve što je pročitala ili čula, može

se izražavati spontano, vrlo tečno i točno, može razumjeti nijanse jezika i sudjelovati u akademskim programima.²²

Minimalna razina koja se obično očekuje od turističkih djelatnika ovisi o konkretnim poslovnim zadacima i komunikacijskim potrebama. No, općenito, za osnovne komunikacijske zadatke u turističkoj industriji, kao što su dočekivanje gostiju, pružanje informacija i uputa te osnovna komunikacija, često se očekuje razina A2 ili čak B1. Naravno, određeni poslovi, poput primjerice, turističkog vodiča, podrazumijevaju više razine. Osim samog jezičnog znanja, važne su i međukulturalne kompetencije turističkih djelatnika.

5.3. Važnost međukulturalne kompetencije pri usvajanju stranih jezika

Ovladavanje nekim jezikom ne podrazumijeva samo usvajanje jezičnih kompetencija (čitanje, slušanje, govorenje i pisanje). Vrhovac ističe da nije dovoljno samo poznavati jezični sustav, već je važno znati kako koristiti jezik u određenom društvenom kontekstu. Na primjer, komunikacija na poslu, u obitelji, u turističkom okruženju ili u službenim prigodama može zahtijevati različite stilove komunikacije (Vrhovac 2001: 15). Možda jednako važno koliko i razvoj jezične kompetencije je i razvoj međukulturalne kompetencije koju pojedinac mora postići kako bi se mogao adekvatno služiti jezikom. Međukulturalna kompetencija se definira kao „skup sposobnosti potrebnih za učinkovito i svrsishodno djelovanje u interakciji s osobama koje su jezično i kulturno drukčije od nas” (Piršl, 2014: 203). Postizanje međukulturalne kompetencije bi trebalo činiti jednako važnu sastavnicu u okviru nastave stranog jezika kao i učenje gramatike i usvajanje leksika. Razvoj međukulturalne kompetencije podrazumijeva učenje o navikama, pravilima ponašanja i običajima međukulturalnih govornika. Hrvatska privlači turiste iz različitih zemalja pa je važno razumjeti kako pripadnici različitih zemalja interpretiraju jezik i komunikaciju. To uključuje svijest o različitim gestama, govoru tijela i običajima gostiju iz različitih zemalja.

Nepoznavanje pravila ponašanja i običaja često je uzrokom nesporazuma. Prihvatanje i opažanje kulturnih razlika te prilagodba na te razlike su dakle ključni aspekti uspješne komunikacije. Poučavanje stranog jezika mora obuhvaćati učenje o kulturi stoga suvremeni

²² Goethe-Institut (2023). *Stupnjevi A1–C2*. URL: <https://www.goethe.de/ins/hr/hr/spr/kon/stu.html>

nastavnik mora posjedovati ne samo jezičnu kompetenciju, već i međukulturnu kompetenciju te mora biti sposoban prenijeti ju na učenike. Nastava bi već na početnim stupnjevima učenja stranih jezika trebala imati za cilj senzibilizaciju učenika prema različitostima. Međukulturna kompetencija još uvijek je slabo integrirana u nastavu. Nastava današnjice najčešće nije dostatna za razvijanje navedene kompetencije stoga se njezinu poučavanju i razvijanju u nastavi stranoga jezika mora posvetiti znatno više pažnje i vremena, kako bi učenici mogli prevladati različitosti i naposljetku razviti pozitivne stavove prema drugoj kulturi.

5.4. Poslovi u turističkom sektoru za koje je nezaobilazno znanje stranih jezika

Za mnoge poslove u turističkom sektoru poznavanje stranih jezika neophodno je budući da je kontakt s govornicima stranih jezika svakodnevna praksa u turizmu. U nastavku se navode samo neki od poslova za koje je poznavanje stranih jezika esencijalno.

Putničke ili turističke agencije pružaju raznovrsne usluge u vezi s putovanjima i boravkom turista. Prema Zakonu o pružanju usluga u turizmu, te usluge uključuju organizaciju i izvođenje izleta, rezervaciju i posredovanje ugostiteljskih usluga, angažiranje i rezervaciju turističkih vodiča i vodiča za putovanja, organizaciju plovidbe za nautičare, rezervaciju ulaznica za razne priredbe i muzeje, posredovanje u iznajmljivanju vozila i plovila, prodaju proizvoda relevantnih za putovanja, uključujući putne potrepštine, suvenire i turističke publikacije i ostalo.²³ Radnici u turističkim agencijama i uredima su dakle zaduženi za prodaju svih vrsta karata, organiziranje i bukiranje raznih sportskih i rekreacijskih aktivnosti i izleta, koje istovremeno treba propagirati. Ova vrsta poslova zahtijeva međusobno razumijevanje i kvalitetnu komunikaciju između radnika i turista.

Nadalje, turistički vodiči pružaju usluge pokazivanja i stručnog tumačenja prirodnih ljepota i vrijednosti, kulturno-povijesnih spomenika, umjetničkih djela, etnografskih i drugih znamenitosti, povijesnih događaja, ličnosti, legendi o tim događajima i ličnostima, gospodarskih i političkih tijekova i zbivanja.²⁴ Turističkim vodičima i pratiocima znanja

²³ Zakon.hr (20.03.2023). *Zakon o pružanju usluga u turizmu*. URL: <https://www.zakon.hr/z/343/Zakon-o-pru%C5%BEanju-usluga-u-turizmu>

²⁴ *ibid.*

jezika na kojima pružaju usluge moraju biti minimalno na razini B2 prema stupnjevima Zajedničkog europskog referentnog okvira u razumijevanju i govoru.²⁵

Animator je još jedan u nizu traženih sezonskih poslova u Dalmaciji za koje je neizostavno poznavanje stranih jezika. „Turistički animator je osoba koja osmišljava i izvodi programe provođenja slobodnog vremena turista, a koji se odnose na rekreativne i zabavne sadržaje”.²⁶

Radnici na recepcijama hotela imaju glavnu ulogu kod ostavljanja što boljeg prvog dojma ustanove.

„U osnovne zadatke koje djelatnici obavljaju u odjelu recepcije spadaju: 1. doček gostiju na glavnom ulazu u hotel, 2. ispraćaj gostiju nakon napuštanja hotela, 3. prijem gostiju na recepciji sa i bez rezervacije, 4. upisivanje podataka u kompjuterski sustav, 5. izdavanje ključa i praćenje gosta do sobe, 6. pomoć pri nošenju osobne prtljage gosta, 7. davanje informacija gostima za vrijeme boravka u hotelu – prenošenje poruka, 8. davanje telefonskih i telefaks usluga u smislu ulaznih i izlaznih linija, 9. organiziranje prijevoza itd.” (Jaković, 2013: 91).

U idealnom slučaju, hotelski recepcionari govore najmanje dva ili više jezika kako bi mogli komunicirati s inozemnim gostima hotela, profesionalno ih dočekati, utvrditi želje i zahtjeve gostiju i uspješno raditi na njihovoj realizaciji te kako bi mogli gostima pružati razne informacije. Kako bi gost bio u potpunosti zadovoljan pruženim uslugama, nužno je da komunikacija bude zadovoljavajuća. Recepcionari izravno odgovaraju voditeljima ugostiteljskih objekata, kao što su to naprimjer voditelj hotela ili autokampa. Oni imaju ulogu upravljanja čitavim objektima i slično kao i recepcionari moraju imati odlične komunikacijske vještine i moraju vladati barem jednim stranim jezikom.

Za privatne iznajmljivače poznavanje jezika potencijalno je najvažnije. Udobnost i atraktivnost smještaja privatnim iznajmljivačima nije dovoljna za pružanje kvalitetne usluge smještaja. Za učinkovitost poslovanja nužno je da iznajmljivač poznaje strane jezike.

²⁵ ibid.

²⁶ ibid.

Nije dovoljno raspolagati informacijama koje bi gostu mogle učiniti boravak zanimljivijim i ugodnijim ako ih se ne može prenijeti gostima. Iznajmljivač treba moći odgovoriti na upite vezane uz mjesta i događanja koja se mogu posjetiti i u gradu ili okolici ponuđene aktivnosti uz koje se mogu zabaviti. Znanje engleskog jezika se danas smatra nužnim, a znanje drugih jezika umnogome olakšava ostvarenje kontakta, promidžbu smještaja i na posljetku rezultira zadovoljstvom gosta i iznajmljivača. Znanje je moć, a moć je u komunikaciji i znanju stranih jezika. Osim komunikacije s gostima, poznavanje jezika služi iznajmljivačima i pri oglašavanju njihovih apartmana. Riječ je većinom o stranim portalima za koje je potrebno prevesti opise apartmana na strani jezik. Važno je spomenuti i vođenje mrežnih stranica i profila na društvenim mrežama, koje su najvažniji marketinški medij današnjice.

Poznavanje stranih jezika je korisno i kod poslova u trgovačkom sektoru kao na primjer rad na blagajni u trgovini i rad u suvenirnici, posebice poznavanje brojevnih sustava na stranim jezicima. Isto vrijedi i za rad u mjenjačnici, gdje je za razmjenu valuta osim poznavanja raznih tečajnih lista potrebno i poznavanje brojevnih sustava na što je moguće više jezika. Mjenjač koji obavlja mjenjačke poslove mora znati barem jedan od svjetskih jezika (Galičić, 2017: 238).

Što se tiče poslova vezanih uz posluživanje pića i hrane u većini oglasa za radno mjesto se navodi da je potrebno znanje engleskog jezika, a da je poznavanje još jednog stranog jezika prednost. Poslova ovog tipa je mnogo: rad u restoranu, slastičarnicama, pizzerijama, pečenjarnicama, street i fast food restoranima, gostionicama, kafićima, disko klubovima i noćnim barovima, pivnicama i konobama. Osim što je lakše dobiti posao, vještina komuniciranja na stranom jeziku bez ikakve sumnje drastično povećava iznos napojnica koji strani turisti ostavljaju.

Poznavanje stranih jezika nije važno samo za turističke djelatnike. Trebalo bi poticati sve stanovnike Hrvatske na učenje stranih jezika. Naime, turisti dolaze u kontakt i s lokalnim stanovništvom, a ne samo s turističkim djelatnicima.

5.6. Sličnosti između hrvatskog jezika i češkog i njemačkog jezika

Njemački jezik se često klasificira kao težak i zahtjevan jezik, no za govornika nekog neslavenskog jezika češki jezik mogao bi biti još složeniji. Dok u njemačkom postoje četiri padeža, u češkom jeziku ih je 7. Češki jezik ima čak 42 slova u abecedi, za razliku od toga njemački ih ima 26. Češki i hrvatski jezik se ubrajaju u skupinu slavenskih jezika i stoga dijele mnoge sličnosti.

U drugoj polovici 19. stoljeća, kada je u tijeku bilo drugo razdoblje reforme hrvatskog jezika, ortografska reforma Ljudevita Gaja bila je pod utjecajem češkog jezika, odnosno češkog primjera ortografije (Šidak i sur., 1990: 82). No, prvi val utjecaja češkoga jezika na južnoslavenske jezike vidljiv je već krajem tridesetih godina 19. stoljeća: leksički bohemizmi prodiru u novo konstituiran hrvatski književni jezik (koriste se: časopis, obzor, okolnost, pokus, predmět, skromnost, ustav) i u velikoj mjeri su preživjeli do danas (Fidlerová i sur., 2013).

Kao dva slavenska jezika, češki i hrvatski dijele mnoge riječi koje su ili identične ili vrlo slične (kao što su škola, tramvaj, pivo, fakultet). U hrvatski jezik su također prenesene neke riječi iz češkog jezika, koje se nazivaju bohemizmima ili češkim posuđenicama. Kada je riječ o bohemizmima, „zbog Čeha“ se vozi vlak (*řídit vlak*), čitaju časopisi i spisi (*číst časopisy a spisy*), jedu kolači (*jíst koláče*), udiše kisik (*dýchat kyslík*), izražava nježnost (*vyjádřit něžnost*), nose kopačke (*nosit kopáčky*) te uče jezici po stupnjevima (*postupně se učit jazyky*).²⁷

Međusobna srodnost ovih slavenskih jezika omogućava osnovnu komunikaciju, no potreban je oprez jer često dolazi i do negativnog jezičnog prijenosa. Primjerice, leksemi koji su na planu izraza jednaki mogu često imati suprotna značenja. Neformalni termin za ovu lingvističku pojavu je „lažni prijatelj“. Divná žena u Češkoj je u Hrvatskoj čudna, dok je úžasná zapravo divna. Ako Česi kažu da dolaze na odmor u listopadu, možete ih očekivati tek u studenom jer listopad je u Češkoj naziv za 11. mjesec. Ako Čeh kaže da je vani mrak, to ne znači da je pala noć, već da bi mogla kiša jer mrak na češki znači oblak. Čeha ne treba pitati

²⁷ Intellecta – škola stranih jezika. Što je hrvatski ukrao češkom? URL: <https://www.intellecta.hr/blog/sto-je-hrvatski-ukrao-ceskom/>

je li od dolaska na more plivao jer plivat znači pljuvati. Ako se Čehu želi iznajmiti stan, ne treba se začuditi ako to odbiju jer naime, stan znači šator.²⁸

Kada je riječ o sličnosti između hrvatskog i njemačkog jezika, Stojić (2008: 357) ističe kako su hrvatsko-njemačke jezične interakcije započele još prije dolaska Hrvata u njihovu novu domovinu i nastavljaju se kontinuirano, varirajući u intenzitetu, sve do današnjeg dana. Nedvojbeno je da su ovi kontakti duboko utjecali na hrvatsku povijest, kako stariju tako i noviju. Odnos njemačke kulture i civilizacije prema Hrvatskoj, uključujući i percepciju njemačkog jezika u odnosu na hrvatski jezik, rezultirao je utjecajem njemačkog jezika na hrvatski, a ne obratno.

Prema Trinajstić (2016) procjenjuje se da u hrvatskom jeziku ima između 2000 i 3000 germanizama. Neki od germanizama u hrvatskom svakodnevnom govoru ustalili se u tolikoj mjeri da se čini neprirodnim upotrijebiti hrvatski ekvivalent. Neki od primjera takvih riječi su „auspuh, blic, beštek, borer, bremza, cigla, cušpajz, dinstati, felga, fen, lojtra, fleka, hauba, paradajz, rikverc, špajza, špek, veš, i mnoge druge“.²⁹

Ipak, samo manji broj germanizama postao je dio standardnog hrvatskog jezika, a to je rezultat jezične politike usmjerene protiv upotrebe njemačkih riječi u hrvatskom jeziku kako bi se očuvala autentičnost hrvatskog jezika. Unatoč tome, budući da norma jednim dijelom ovisi o jezičnom sustavu, a drugim dijelom o stvarnom govoru, potpuna eliminacija njemačkih posuđenica iz hrvatskog jezika nije uspjela (Stojić, 2008: 366).

Bez obzira na sličnosti između hrvatskog jezika te češkog i njemačkog, poznavanje riječi nije dovoljno za kvalitetno komuniciranje između govornika tih različitih jezika. To poznavanje u jednoj mjeri može biti početna točka za učenje i usvajanje stranog jezika, odnosno, taj proces može pospješiti, no uz izloženost stranom jeziku, za turističke djelatnike važno je i učenje jezika.

U nastavku rada prelazi se na empirijski dio istraživanja u kojem će se ispitati neke od teorijskih spoznaja vezanih uz učenje i usvajanje stranog jezika. Fokus je u istraživanju

²⁸ Yvelle (16.08.2023.) Slične riječi u hrvatskom i češkom jeziku s različitim značenjem URL: <https://yvellejezici.com/koje-rijeci-izgledaju-isto-ili-slicno-u-ceskom-i-hrvatskom-jeziku-a-imaju-drukcije-znacenje-1-dio/>

²⁹ Trinajstić, M. (12.09.2016.) Germanizmi u hrvatskom jeziku. URL: <https://www.profil-klett.hr/germanizmi-u-hrvatskom-jeziku>

stavljen na turistički sektor i djelatnosti, za koje je prethodno rečeno da imaju naglašenu potrebu za poznavanjem stranih jezika. Međutim, ta je potreba povezana i s konkretnim poslom; drugim riječima, u određenim poslovima postoji velika potreba za poznavanjem stranih jezika, dok u drugim poslovima ta potreba možda nije toliko velika, ali i dalje može rezultirati određenim prednostima za poslovanje.

6. Istraživanje

U sljedećim potpoglavljima navodi se metodologija istraživanja, istraživačka pitanja, uzorak i postupak istraživanja, nakon čega slijede analiza podataka i rasprava. Cilj istraživanja je utvrditi u kojoj mjeri te na koji način bavljenje turizmom utječe na usvajanje stranih jezika, konkretno njemačkog i češkog jezika u Dalmaciji. Drugim riječima, cilj je utvrditi je li bavljenje turizmom za ispitanike razlog usvajanja njemačkog i češkog jezika.

6.1. Metodologija istraživanja

Istraživanje je kvalitativnog tipa, što znači da se oslanja na deskripciju pojava i iskustava, a ne na kvantitetu, odnosno numeričke pokazatelje. Jedan od najčešće korištenih pristupa dobivanja podataka kod kvalitativnih ispitivanja je intervju, što je upotrijebljeno i u ovom istraživanju. Proveden je polustrukturirani individualni intervju, odnosno, komunikacija ponaosob. Za istraživanje je doduše izrađen popis pitanja (v. Prilog 1), ali se tijekom razgovora dozvoljava odstupanje od njih, postavljaju se potpitanja te se ispitanicima daje dovoljno prostora za iniciranje nove teme i/ili proširivanje postojećih. Ovaj tip istraživanja odabran je zbog malog uzorka te iz razloga što je ispitanicima dana sloboda u davanju odgovora, odnosno, nisu ograničeni ponuđenim odgovorima.

Usmeni individualni intervju odabran je i iz razloga što je na taj način ispitanicima moguće najbolje pojasniti pitanja i ukloniti eventualne nejasnoće. Svrha individualnog intervjua je utvrditi individualne stavove, vjerovanja, iskustva sudionika na način koji nije ostvariv upotrebom drugih metoda, stoga je upravo ova tehnika ispitivanja odabrana za prikupljanje podataka u ovom radu. Pored postavljenih demografskih pitanja i ciljanih pitanja, postavljena su i brojna pitanja otvorenog tipa, što omogućava ispitanicima da slobodno odgovore i svoje odgovore razjasne. Pristup koji je korišten u analizi ovog kvalitativnog istraživanja je fenomenološka interpretativna analiza. Glavno obilježje ovog pristupa je prikupljanje i analiza individualnih iskustava.

Osim istraživača i sudionika nije bilo drugih prisutnih prilikom prikupljanja podataka. Odgovori ispitanika snimljeni su diktafonom te su napravljeni transkripti zvučnih zapisa intervjua, koji su potom analizirani metodom analize sadržaja redukcijom teksta. Snimke

intervjua čuvaju se pet godina na vanjskom tvrdom disku i dostupne su samo istraživačici. Prilikom provođenja samog intervjua nisu vođene bilješke. Ispitanici su također trebali riješiti i testove za ispitivanje razine jezične kompetencije. Ti su testovi detaljnije opisani u poglavlju 6.4. pod nazivom Postupak.

6.2. Istraživačka pitanja

Kako bi se ostvarila svrha i ciljevi istraživanja, postavljena su istraživačka pitanja. Izdvojena su ona istraživačka pitanja za koja se smatra da će na najbolji način rezultirati dubljim razumijevanjem veza između turizma u Dalmaciji i jezičnog razvoja, odnosno usvajanja njemačkog i češkog jezika. Postavljena su sljedeća istraživačka pitanja:

1. Na koji su način ispitanici učili i/ili usvajali pojedine strane jezike, posebice njemački i češki jezik?
2. Koja je važnost poznavanja stranih jezika za obavljanje posla ispitanika?
3. Koji su strani jezici ispitanicima najvažniji za rad u turizmu u Dalmaciji (i zašto baš ti jezici)?
4. Kakav učinak ima duljina bavljenja turizmom ispitanika na razinu njihovog poznavanja njemačkog, odnosno češkog jezika?
5. Razlikuje li se samoprocjena razine poznavanja njemačkog i češkog jezika ispitanika od njihovih rezultata na testu za utvrđivanje jezične razine?
6. Koju je važnost poznavanje stranih jezika ispitanika imalo pri njihovom zapošljavanju?
7. Je li rad u turističkoj djelatnosti motivirao ispitanike na učenje dodatnih stranih jezika (onih koje do stupanja u turističku djelatnosti nisu učili/usvojili)?

6.3. Uzorak

Podaci istraživanja su prikupljeni kvalitativnim pristupom provedenim među turističkim radnicima u razdoblju od prosinca 2022. do veljače 2023. godine. Riječ je o namjernom uzorkovanju. U istraživanju su sudjelovali zaposleni u turističkom sektoru koji govore njemački i/ili češki jezik. Konkretnije, riječ je bila o radniku u turističkoj agenciji, recepcionaru, privatnim iznajmljivačima, prodavaču u suvenirnici, osobi koja radi u

mjenjačnici, konobarima, animatoru i turističkom vodiču. U ispitivanju nisu sudjelovale osobe kojima je njemački, odnosno češki materinski jezik te maloljetne osobe. Intervju se vodio na hrvatskom jeziku, stoga ispitanici nisu mogli biti pojedinci koji ne govore ili ne razumiju hrvatski jezik. U ispitivanju je sudjelovalo 10 osoba, od toga 4 osobe ženskog spola i 6 ispitanika muškog spola. Broj ispitanika je mali, stoga nije predviđeno uopćavanje podataka istraživanja, već sagledavanje male skupine pojedinaca i dublja analiza. Za svaki intervju je predviđeno 20 minuta. Prije početka ispitanicima je rečeno da je svrha intervjuja izrada diplomskog rada na nastavničkom studiju germanistike i češkog jezika i književnosti te da je anonimnost svakog sudionika zajamčena. Sudionici su informirani općenito o istraživanju, razlozima provedbe kao i o osobnim ciljevima i motivacijama istraživača.

Obrasci za davanje suglasnosti (v. Prilog 2) predani su svakom sudioniku na dan intervjuja prije početka razgovora te su svojim potpisom potvrdili pristanak na sudjelovanje. Znali su da je sudjelovanje dobrovoljno i da u svakom trenutku mogu odustati i da svoju odluku ne trebaju elaborirati. Ispitanici su prije potpisivanja suglasnosti dobili jasne upute te je zatraženo dopuštenje za audio-snimanje. Svaki je sudionik imao priliku postavljati pitanja vezana za istraživanje.

Nitko nije odbio sudjelovati u istraživanju te nitko nije odustao tijekom provedbe. Također nije došlo do ponavljanja intervjuja.

6.4. Postupak

Nakon upoznavanja sudionika s radom i istraživanjem, davanja uputa i motiviranja za razgovor, započelo se s pitanjima o demografskim podacima. U ovoj kategoriji ispitanici su trebali navesti dob, spol, mjesto ili grad u kojem su proveli većinu života, materinski jezik te razinu obrazovanja.

Sljedeći dio upitnika sadržavao je pitanja o stranim jezicima kojima se ispitanik koristi. Ispitanici su upitani kojim se stranim jezicima koriste, gdje su ih naučili, odnosno usvojili te na koji način, i što ih je potaklo na učenje stranih jezika. Kod pitanja koriste li se ispitanici stranim jezicima, ispitanici su upitani i smatraju li da dobro poznavanje jednog stranog jezika pomaže pri učenju sljedećih jezika. Kod pitanja o tome gdje su ispitanici naučili strane jezike

ponuđeni su neki od primjera mogućih odgovora, kao što su: u školi, kod kuće, na tečajevima, u inozemstvu, na poslu, ostalo. Kod pitanja o načinu učenja jezika također su ponuđeni neki primjeri mogućih odgovora: TV, literatura (knjige, časopisi, novine), internet, kroz komunikaciju s izvornim govornicima, ostalo. Mogući odgovori ponuđeni su i za pitanje vezano za motivaciju za učenje jezika, odnosno, kod pitanja što je ispitanike potaknulo na učenje stranog jezika. Primjeri mogućih odgovora su: mogućnost zaposlenja, upoznavanje ljudi, snalaženje u inozemstvu, ostalo.

Zatim se postavljaju pitanja vezana za ispitanikov rad u turizmu. Ispitanici su upitani koliko dugo se bave turizmom, kojim se jezicima koriste u obavljanju svog posla, odnosno koji posao obavljaju. Također, ispitanici su upitani za mišljenje koje je jezike važnije poznavati za rad u turizmu u Dalmaciji. Postavljeno je i pitanje s kojim turistima na svom radnom mjestu dolaze češće u kontakt. Ispitanici koji govore i češki i njemački jezik zamoljeni su da opišu procese ovladavanja ovim jezicima te da navedu s kojim su jezikom pritom imali manje poteškoća. Ispitanici su trebali odgovoriti i na pitanje je li im poznavanje jednog stranog jezika pomoglo pri ovladavanju drugim jezikom.

Kako bi se utvrdilo u kojoj mjeri posao ispitanika zahtijeva poznavanje njemačkog i/ili češkog jezika, kao i drugih jezika koje govore, upotrijebljena je Likertova skala. Ista skala upotrijebljena je kako bi se dobio odgovor na pitanje u kojoj mjeri ispitanici smatraju da im je poznavanje jezika pomoglo pri zaposlenju, odnosno, kakvi su stavovi ispitanika spram te tvrdnje. Likertova skala osigurava da svi ispitanici na pitanje odgovaraju prema istim mjerilima, što olakšava usporedbu odgovora, odnosno analizu podataka. U suprotnome, svaki bi ispitanik mogao dati različit odgovor, npr. „u određenoj mjeri“, „donekle“, „uglavnom da“ i sl., što bi otežalo usporedbu rezultata. Nakon toga, ispitanici su trebali procijeniti svoje jezično znanje sukladno ZEROJ-u. Ispitanici su upitani i prepoznaju li dijalekte stranih pokrajina, odnosno dijalekte koji nisu primjerice isključivo *Hochdeutsch* i *obecná čeština* te smatraju li se jezično nadarenom osobom.

U drugom dijelu istraživanja ispitanici su trebali riješiti testove za ispitivanje razine jezične kompetencije. Test koji je upotrijebljen za istraživanje jezične kompetencije u njemačkom jeziku dostupan je na poveznici <https://www.sprachtest.de>. Ovaj verificirani jezični test provjerava jezične vještine u područjima razumijevanja čitanja i slušanja, kao i vokabulara i gramatike te pravopisa. Vještine složenijeg pismenog izražavanja te usmenog

izražavanja je teško testirati u online testu znanja jezika u kojem se upotrebljava metoda automatskog ocjenjivanja testova s ponuđenim odgovorima. U ovom testu ukupno je trinaest zadataka, od kojih su deset zadaci višestrukog izbora, dok je u tri zadatka potrebno nadopuniti tekst. Svaki zadatak ima određeno vremensko ograničenje i ispitanici trebaju riješiti test unutar petnaest minuta. Korištenje rječnikom ili bilo kojom drugom pomoći nije dozvoljeno. Test započinje zadacima slušanja s razumijevanjem. Puštanjem zvučnog zapisa, kreće odbrojavanje vremena. Ispitanici slušaju vremensku prognozu, reportažu i najavu na radiju i tri jednostavna razgovora te biraju jedan točan od nekoliko ponuđenih odgovora. Tekstove govore jedan ili više izvornih govornika standardnim njemačkim jezikom. Zadataka slušanja je ukupno šest i nose sedam bodova. Zadatci čitanja s razumijevanjem provjeravaju sposobnost samostalnoga čitanja s razumijevanjem kraćih, ali nešto složenijih pisanih tekstova. Ispitanici čitaju dva poslovna e-maila, ulomak iz članka i tri kratka oglasa. Zadatci čitanja donose ukupno pet bodova. Preostala tri zadatka ispituju ponajprije vokabular i gramatiku. Ispitanici popunjavaju praznine u tekstu odgovarajućim riječima. Ovi zadatci nose ukupno 28 bodova.

Testovi upotrijebljeni za provjere jezične kompetencije u češkom jeziku dostupni su na poveznici <https://www.jc-correct.com/en/czech-placement-test>. Test se sastoji od 80 zadataka višestrukog izbora, a moguće je odabrati jedan točan od četiri ponuđena odgovora. Maksimalan broj bodova je 80. Ovaj test ne sadržava zadatke slušanja, već se ispituju sposobnosti korištenja jezika u smislu gramatike i vokabulara. Za rješavanje zadataka ispitanici su imali 40 minuta. Ni za ovaj test ispitanicima nije bilo dozvoljeno koristiti nikakvu pomoć. Naglašeno je da odgovore ne treba pogađati već u slučaju da ispitanici ne znaju, odgovor trebaju ostaviti prazan. Kada pitanja postanu preteška za ispitanika, test završava. Test dakle započinje jednostavnim temama i vokabularom kao što je predstavljanje sebe i svoje obitelji, naručivanje jela u restoranu i dnevna rutina, a pitanja postupno postaju teža. Ispitanici biraju ispravne imenice, glagolske oblike, pokazne i posvojne zamjenice, mjesne i vremenske priloge, prijedloge i dr. U zadnjim zadacima testa treba dopuniti češke izreke i odabrati ispravne idiome.

Rezultati obaju testova se šalju e-poštom i ispitanici odmah doznaju kojoj razini znanja prema ZEROJ-u pripadaju. Za potrebe ovog istraživanja online testovi za ispitivanje razine jezične kompetencije bili su dostatni, no važno je napomenuti da online testovi ne

provjeravaju kompetencije kao što su to govor i pismeno izražavanje, koje je za točno određivanje razine ipak potrebno provjeriti.

6.5. Analiza podataka

Pregled osnovnih podataka o ispitanicima

Tablica 1. Osnovni podaci o ispitanicima

ISPITANIK	TURISTIČKA DJELATNOST – POSLO	SPOL	GODINA ROĐENJA	MJESTO/GRAD	GODINE RADA U TURIZMU
1	ANIMATOR	Ž	1999.	ZADAR	4
2	TURISTIČKI VODIČ	M	1994.	OMIŠ	8
3	RADNIK U MJENJAČNICI	M	1996.	SPLIT	3
4	RADNIK U SUVENIRNICI	Ž	1998.	MIMICE, OMIŠ	11
5	PRIVATNI IZNAJMLJIVAČ	Ž	1959.	SVINIŠĆE, OMIŠ	44
6	PRIVATNI IZNAJMLJIVAČ	M	1956.	OMIŠ	52
7	KONOBAR	M	1997.	BIOGRAD NA MORU	7
8	KONOBAR	M	1998.	ŠIBENIK	10
9	RECEPCIONAR	M	1995.	OMIŠ	6

10	RADNIK U TURISTIČKOJ AGENCIJI	Ž	1998.	KUČIĆE, OMIŠ	2
----	-------------------------------------	---	-------	--------------	---

Kao što je razvidno iz tablice 1, u istraživanju je sudjelovalo 10 turističkih djelatnika, od toga 6 muškaraca i 4 žene.

Prva ispitanica (I1) ljeti radi kao sportski animator za djecu i odrasle i u turizmu radi 4 godine. Rođena je u 1999. u Zadru, gdje je odrasla i provela većinu života. Završila je osnovnu školu u Zadru, zatim gimnaziju u Zadru te u Splitu preddiplomski studij, trenutno je još na diplomskom studiju ekonomije. Strani jezici kojima se koristi su engleski, njemački i češki.

Drugi ispitanik (I2) je turistički vodič. U turizmu radi već 8 godina. Rođen je u 1994., a odrastao je u Omišu, gdje je proveo i većinu svog života. Završio je jezičnu gimnaziju u Omišu. Strani jezici kojima se koristi su engleski i njemački.

Treći ispitanik (I3) radi već treću godinu u mjenjačnici. Rođen je u 1996. u Splitu, gdje je proveo i većinu života. Po struci je hotelijersko turistički komercijalist. Strani jezici kojima se koristi su engleski i njemački.

Četvrta ispitanica (I4) radi u suvenirnici već jedanaest godina. Godina njezina rođenja je 1998. Mjesto u kojem je odrasla su Mimice, a grad u kojem je provela većinu života je Omiš. Po zanimanju je hotelijersko turistički tehničar, a završila je i tečaj za turističkog vodiča i voditelja poslovnice. Strani jezici kojima se koristi su engleski, njemački, češki i poljski.

Peta ispitanica (I5) iznajmljuje apartmane od 1979. godine, dakle već četrdeset četiri godine. Rođena je 1959., odrasla je u selu Svinišće, a većinu života je također provela u Omišu. Završila je srednju tekstilnu školu. Navodi kako se služi češkim i njemačkim jezikom te da razumije i poljski, dok engleski baš i ne razumije.

Šesti ispitanik (I6) je također privatni iznajmljivač. Rođen je 1956. u Omišu, gdje je odrastao i proveo većinu svog života, a navodi kako se turizmom bavi od svoje petnaeste godine, dakle već pola stoljeća, odnosno 52 godine. Prije nego je postao privatni iznajmljivač radio je niz poslova vezanih za turizam, kao što je rad na recepciji i rad u Hrvatskoj turističkoj

zajednici. Stekao je višu stručnu spremu te tvrdi da se koristi engleskim, njemačkim, talijanskim, češkim i poljskim jezikom. Navodi i da je učio esperanto.

Sedmi ispitanik (I7) je rođen 1997. godine i već sedam godina radi kao konobar. Odrastao je u Biogradu na moru, gdje je završio opću gimnaziju. Navodi da se dobro koristi engleskim i njemačkim jezikom te poznaje osnove češkog i poljskog.

Osmi ispitanik (I8) je rođen 1998. godine i bavi se turizmom deset godina, od čega šest godina kao konobar. Odrastao je u Šibeniku, gdje je završio turističko ugostiteljsku školu, a trenutno je na preddiplomskom studiju Informacijskih znanosti na Filozofskom fakultetu u Zagrebu. Može se sporazumjeti na engleskom, njemačkom, češkom i talijanskom.

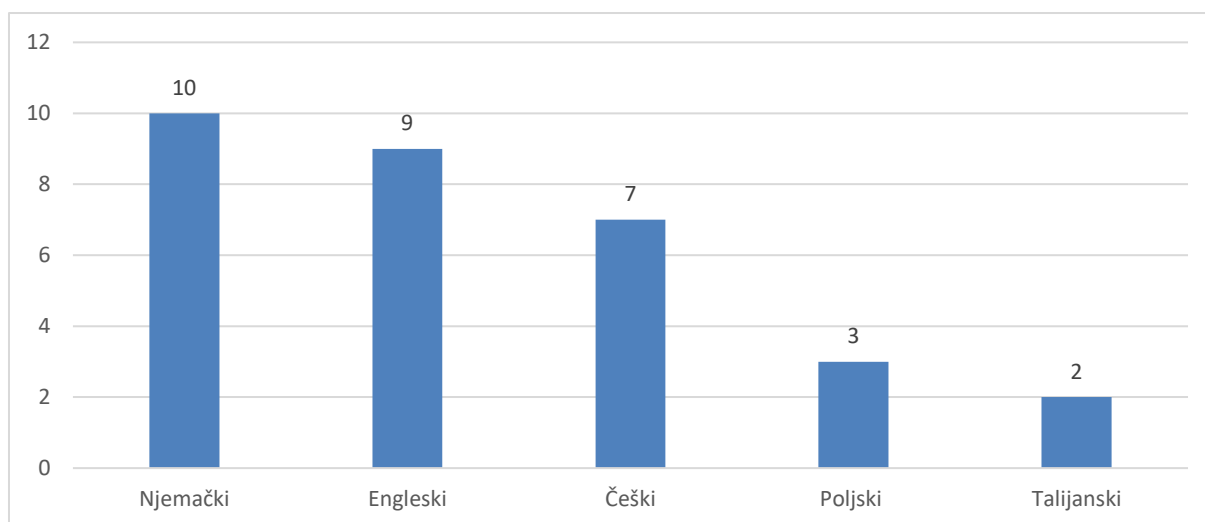
Deveti ispitanik (I9) je recepcioner, rođen 1995., koji se turizmom bavi šest godina i jednu godinu je radio kao recepcioner u hotelu Plaža u Dućama. Odrastao je u Omišu, gdje je završio jezičnu gimnaziju. Zatim završava preddiplomski stručni studij Menadžment malog poduzeća u Splitu. Tvrdi da se dobro koristi engleskim, njemačkim i češkim jezikom.

Posljednja ispitanica (I10) je rođena 1998. Odrasla je u selu Kučiće, a grad u kojem provodi većinu života je također Omiš. U turističkoj branši radi dvije godine, obje godine u turističkoj agenciji. Završila je jezičnu gimnaziju u Omišu i trenutno je na preddiplomskom stručnom studiju računarstva. Strani jezici kojima se koristi su engleski i njemački.

Svim ispitanicima je hrvatski jezik materinski. Nijedan ispitanik nije odrastao izvan Hrvatske te su svi većinu života proveli u Hrvatskoj. Unatoč tome, neki ispitanici su imali dodira s izvornim govornicima njemačkog i češkog jezika u procesu odrastanja upravo kroz turizam.

6.5.1. Poznavanje i učenje stranih jezika u turizmu

Ispitanici su prvo upitani kojim se sve stranim jezicima koriste. Odgovori na ovo pitanje sumirani su i prikazani na sljedećoj slici.



Slika 3. Strani jezici kojima se ispitanici koriste

Svi ispitanici koriste se njemačkim jezikom, a samo jedan ispitanik ne koristi se engleskim jezikom. Češkim jezikom koristi se sedam ispitanika, a poljskim tri. Ukupno dva ispitanika koriste se i talijanskim jezikom. Najviše jezika koristi I6 i to je jedini ispitanik koji se koristi svim navedenim jezicima.

Sljedeća tri pitanja usko su povezana, stoga će se odgovori na ta pitanja zajedno i analizirati. Ispitanici su upitani gdje su naučili strane jezike, na koji način te što ih je potaklo na njihovo učenje.

I1, koja se koristi engleskim, njemačkim i češkim navodi kako je engleski potreban za život i nije toliko težak te da je taj jezik naučila jako dobro u školi, ali i preko TV-a, glazbe i interneta. Njemački je prvo učila kod kuće gledajući crtiće na TV-u, potom nešto malo u osnovnoj i srednjoj školi, a naposljetku na fakultetu kao izborni predmet. Češki je naučila radom u turizmu i komunikaciji s češkim gostima. Motivacija za učenje njemačkog bili su joj razumijevanje crtića na njemačkom jeziku, a kasnije joj se taj jezik svidio pa ga je nastavila učiti putem formalnog obrazovanja. Češki je bilo potrebno usvojiti zbog turizma, a ispitanica navodi kako je sličan hrvatskom jeziku pa ga se nauči „nekako usput dok razgovaraš s turistima“.

I2, koji govori engleski i njemački, navodi da je engleski najviše naučio kroz formalno obrazovanje. Njemački je prvo naučio kod kuće, nesvjesno, gledajući TV, a kasnije je u školi

upisao i taj izborni predmet. Na učenje njemačkog jezika motivirale su ga mogućnosti koje poznavanje njemačkog jezika donosi sa sobom, što je postalo izraženo od srednje škole.

I3, koji govori engleski i njemački, engleski je jezik naučio ponajviše kroz formalno obrazovanje. Njemački je jezik prvotno učio kod kuće, gledajući crtiće na TV-u, a potom i u osnovnoj školi. Na pitanje o motivaciji za učenje njemačkog jezika, ispitanik daje zanimljiv odgovor. Naime, nije uopće razmišljao da želi naučiti jezik, već je gledao crtiće i „odjednom znao jezik“. Kaže da su mu roditelji ostali iznenađeni kada je jednom na plaži razgovarao sa starijom gospođom na njemačkom jeziku jer nisu niti znali da govori njemački.

I4 govori engleski, njemački i češki. Navodi kako je engleski jezik naučila u školi i kod kuće, a njemački preko TV-a, kroz formalno obrazovanje (Njemački joj je bio obvezan predmet u srednjoj školi), a kasnije i u inozemstvu. Češki je naučila kroz komunikaciju s izvornim govornicima. Učenje jezika od malena ju je privlačilo, u tome je bila dobra i smatra da je prirodni talent. No, kasnije ju je definitivno na učenje stranih jezika potaklo bavljenje turizmom. Osim toga, smatra da je danas za rad u inozemstvu neophodno znati strani jezik. Smatra da poznavanje stranih jezika otvara više mogućnosti i poboljšava kvalitetu života.

I5, koja se koristi češkim i njemačkim, a razumije poljski i služi se njime, navodi kako je sve jezike naučila kroz komunikaciju s izvornim govornicima. Nadodaje kako su Česi i Nijemci njihovi najčešći gosti, stoga joj je poznavanje tih jezika bilo nužno zbog poslovanja.

I6 koristi se engleskim, njemačkim, talijanskim, češkim i poljskim, a nadodaje da je u školi učio i esperanto te latinski. Njemački je naučio kroz formalno obrazovanje, ali i čitanjem novina, a češki kroz interakciju s gostima te kroz priručnik „Češki u 30 lekcija.“ Ispitanik smatra kako je izuzetno bitno čitati novine kako bi za sebe mogao reći da neki jezik znaš baš dobro. Na učenje jezika potakao ga je geografski položaj jer je njegova obitelj u Dalmaciji goste počela ugošćavati odmah po završetku Drugog svjetskog rata. Kao dijete, radio je sezonske poslove u hotelu u blizini svoje kuće, stoga je imao potrebu za znanjem stranih jezika.

I7 njemački govori tečno, dok poznaje samo osnove češkog i poljskog. Njemački je naučio kroz formalno obrazovanje, a češki kroz rad s turistima, odnosno komunikaciju s izvornim govornicima. Češki je učio „slučajno“, kroz posao. Kada je vidio koje prednosti

znanje jezika donosi pri zaposlenju, bio je dodatno motiviran da još bolje nauči i njemački i češki.

I8 koristi se engleskim, njemačkim, češkim i talijanskim. Njemački je naučio kroz formalno obrazovanje, najviše slušanjem, no također ga je učio i samostalno putem aplikacije Duolingo. Češki jezik naučio je isključivo kroz komunikaciju i „apsolutno ništa drugo“. Na pitanje što ga je potaklo na učenje tih jezika, ispitanik odgovora: *„Pa lipo je znat jezike, koliko jezika znaš, toliko vridiš.“*

I9 služi se engleskim, njemačkim i češkim jezikom. Budući da njegovi roditelji iznajmljuju apartmane, imali su satelitsku televiziju, tako da je njemački prvo učio preko crtića. Kao mali družio se s turistima koji su dolazili k njima na ljetovanje pa je njemački u toj dobi učio i kroz komunikaciju s izvornim govornicima. Nadalje, u školi je od prvog razreda osnovne škole učio njemački, što se nastavilo i u srednjoj školi kroz izborni predmet. Navodi kako opcija učenja češkog u školi, nažalost, nije postojala, pa je taj jezik učio kroz razgovor s turistima, također od malena kroz igru s češkim turistima: *„Kad sam bija dite, većina gostiju su bili s češkog govornog područja, kroz igru s njima bi pokupio riči i rečenice.“*

I10 koristi se engleskim i njemačkim jezikom. Oba jezika učila je u školi. U učenju njemačkog jezika od velike pomoći bili su joj i mediji, odnosno TV, na kojem je gledala serije. Navodi kako su je jezici oduvijek zanimali te da su joj „išli“, da voli komunicirati s ljudima, a posebno ju je zanimalo njemački jezik i kultura.

Iz ovog dijela istraživanja razvidno je kako 100% ispitanika tvrdi da zna njemački, a 70% i češki jezik (barem osnove). Samo jedna ispitanica (I4) njemački je imala kao obavezan predmet u srednjoj školi; 8 ispitanika je njemački upisalo u školi izborno, dok jedna ispitanica njemački uopće nije učila u školi. Zanimljivo je da je čak polovica ispitanika njemački počela usvajati gledanjem crtanih filmova u djetinjstvu (I1, I1, I3, I4, I9). Svih 7 ispitanika koji su izjavili da znaju češki (I1, I4, I5, I6, I7, I8, I9) tvrde da su ga usvajali kroz turizam, odnosno kroz razgovor s izvornim govornicima. Mali broj ispitanika ističe važnost učenja jezika putem tiskane literature, odnosno novina (I6 za njemački jezik) i priručnika (I6 za češki jezik).

6.5.2. Upotreba stranih jezika u obavljanju turističke djelatnosti

U ovom dijelu istraživanja postavljena su pitanja vezana uz upotrebu stranih jezika u obavljanju turističke djelatnosti te pitanja o iskustvu u obavljanju turističke djelatnosti. Ispitanici su prvo upitani za godine iskustva u radu u turističkoj djelatnosti. Odgovori su sumirani u tablici 2.

I6 posjeduje najviše iskustva u turističkoj djelatnosti; ukupno čak 52 godine. Slijedi I5 s 44 godine, potom I4 s 11 godina, itd. I10 ima najmanje iskustva; ukupno dvije godine. Ukupno četiri ispitanika ima deset ili više godina iskustva rada u turizmu, dok šest ispitanika ima manje od deset godina iskustva.

Ispitanicima su potom postavljena pitanja o tome kojim se točno turističkim djelatnostima, odnosno poslom bave, koje jezike upotrebljavaju u svom radu s turistima, koji je jezik prema njihovom mišljenju važnije poznavati te dolaze li na radnom mjestu više u doticaj s Nijemcima ili Česima.

I1 navodi kako radi kao turistički animator za djecu, ali i odrasle. Najviše se koristi engleskim i njemačkim, a češkim i hrvatskim manje. Smatra da je za rad u turističkom sektoru u Dalmaciji važnije poznavati njemački jezik te da na radnom mjestu u kontakt više dolazi s Nijemcima.

I2 je jedno vrijeme radio kao konobar, no sada već duže vrijeme radi kao turistički vodič. U obavljanju posla koristi se hrvatskim, njemačkim i engleskim. Ispitanik smatra da je važnije poznavati njemački jezik te kako u kontakt više dolazi s Nijemcima.

I3 radi u mjenjačnici, a u svom poslu upotrebljava hrvatski, engleski i njemački jezik. Kao i prethodna dva ispitanika, smatra da je poznavanje njemačkog jezika važnije za rad u turizmu u Dalmaciji te ističe kako u kontakt više dolazi s Nijemcima.

I4 radi u suvenirnici. Ističe kako u poslu najčešće koristi engleski, ali često i njemački. Poljski i češki koristi rjeđe, iako zna izraze i rečenice koje su potrebne za obavljanje posla. Smatra da je poznavanje njemačkog jezika važnije jer su Nijemci češći gosti, no odmah nakon njih najčešći su gosti Česi. U doticaj češće dolazi s njemačkim gostima.

I5 nudi usluge smještaja, odnosno bavi se iznajmljivanjem apartmana. Najviše koristi njemački, zatim češki jezik. Međutim, ističe kako posljednjih godina sve više koristi poljski jezik jer je sve veći postotak gostiju iz Poljske. Navodi kako je poznavanje njemačkog jezika za rad u turizmu u Dalmaciji važnije jer su Nijemci i češći gosti. Osim toga, njemački se govori i u drugim državama, npr. Švicarskoj, Austriji, Belgiji, itd. Na radnom mjestu u doticaj češće dolazi s Nijemcima.

I6 također se bavi iznajmljivanjem apartmana. U obavljanju svog posla koristi se njemačkim, češkim, poljskim i engleskim. Prema mišljenju ovog ispitanika, za rad u turizmu u Dalmaciji važnije je poznavati njemački jezik, no odmah nakon njemačkog slijedi češki. Ispitanik naglašava kako Nijemci ostvaruju najviše noćenja na prostoru regije, dok su Česi na drugom mjestu. Na trećem mjestu dolaze Poljaci. Na svom radnom mjestu u kontakt češće dolazi s Nijemcima.

I7 radi kao konobar. Napominje kako najviše upotrebljava engleski i njemački jezik, dok češki rabi slabije u pred- i postsezoni, no zato ga intenzivno koristi u glavnoj sezoni kada su Česi redoviti gosti. Smatra da je važnije poznavati njemački jezik te navodi kako na svom radnom mjestu češće dolazi u doticaj s Nijemcima. Osim toga, navodi kako je Čeha prije bilo više te da, što su Česi bili prije, sada su to Nijemci i Poljaci.

Kao i prethodni ispitanik, I8 također radi kao konobar. Najviše se koristi engleskim, potom njemačkim pa talijanskim. Prema mišljenju ispitanika, za rad u turizmu u Dalmaciji važnije je poznavati njemački jezik, no ističe kako na radnom mjestu u doticaj dolazi češće s Česima, iako su njemački gosti po brojnosti vrlo blizu češkima.

I9 radi kao recepcioner. Najviše upotrebljava engleski jezik, potom njemački pa češki. Navodi kako je većina čeških gostiju pretpostavljala da ne govori češki pa bi govorili engleski. Ispitanik bi po putovnicama vidio da su Česi, no bilo bi mu neugodno prekidati njihov engleski, kako ne bi ispalo da misli da gost nije sposoban govoriti engleski. Također smatra da je za rad u turizmu u Dalmaciji važnije poznavanje njemačkog jezika. Napominje kako u današnje vrijeme u doticaj češće dolazi s Nijemcima, no prije pet godina Čeha je bilo više.

I10 radi u turističkoj agenciji. Najviše upotrebljava engleski pa njemački. Ukoliko dođu gosti s češkog govornog područja, s njima se sporazumijeva na hrvatskom jeziku. Smatra da

je definitivno važnije poznavati njemački jezik jer se sa Česima nekako može sporazumjeti i na hrvatskom jeziku. Na svom radnom mjestu u doticaj dolazi više s Nijemcima, no Česi po brojnosti ne zaostaju mnogo.

Iz odgovora ispitanika jasno je kako se većina ispitanika najčešće upotrebljava engleski jezik (N=7). Postoje i ispitanici koji najčešće upotrebljavaju njemački jezik (N=3). Svim ispitanicima koji najčešće upotrebljavaju engleski jezik, drugi je po redu njemački jezik (N=7). Također, postoje i ispitanici kojima je drugi najčešće korišten jezik češki (N=2). U tablici 3 sumirani su odgovori ispitanika o najčešće korištenim jezicima s obzirom na mjesto rada, redosljedom kojim su ih ispitanici naveli.

Tablica 3. Jezici kojima se ispitanici najčešće koriste u obavljanju svojeg posla

Ispitanik	Radno mjesto	Najčešće korišteni strani jezici
I1	animator	engleski, njemački, češki
I2	turistički vodič	njemački, engleski
I3	radnik u mjenjačnici	engleski, njemački
I4	radnik u suvenirnici	engleski, njemački, poljski, češki
I5	privatni iznajmljivač	njemački, češki, poljski
I6	privatni iznajmljivač	njemački, češki, poljski, engleski
I7	konobar	engleski, njemački, češki
I8	konobar	engleski, njemački, talijanski, češki
I9	recepционер	engleski, njemački, češki
I10	radnik u turističkoj agenciji	engleski, njemački

Kada je riječ o stavovima ispitanika prema važnosti poznavanja njemačkog i češkog jezika, svi su ispitanici odgovorili da je za rad u turizmu u Dalmaciji važnije poznavati njemački jezik. Osim što su Nijemci češći gosti, mnogi ispitanici istaknuli su i njihovu veću potrošnju u odnosu na češke turiste.

6.5.3. Sličnosti i razlike u ovladavanju pojedinim jezicima

Ispitanici koji se služe i njemačkim i češkim jezikom upitani su mogu li usporediti proces ovladavanja ovim dvama jezicima te za koji jezik smatraju da ga je lakše naučiti, odnosno usvojiti. I1 navodi kako je njemački usvajala preko TV-a te je na taj način naučila mnogo riječi, izgovor i ostalo. Međutim, na početku svojeg učenja sigurno ne bi mogla voditi razgovor s jednim Nijemcem. S druge strane, kada Česi govore sporije, iz konteksta ih izvorni govornici hrvatskog jezika mogu razumjeti. S obzirom na neke sličnosti, komuniciranjem svatko na svojem jeziku, ipak se moguće sporazumjeti. Kroz razgovor je moguće uočiti neke češke ekvivalente za hrvatske riječi i izraze, što se potom počne rabiti u komunikaciji. Na taj način, malo po malo, sve se više riječi uči i razumije. Ono što se ne zna, kaže se na hrvatskom i komunikacija se na taj način odvija bez većih poteškoća. Zbog toga ispitanica smatra da je lakše naučiti češki jezik.

I4 smatra da je češki lakše naučiti jer je riječ o slavenskom jeziku, a hrvatski narod pripada Slavenima. Njemački je, smatra ispitanica, nešto drugo. Općenito, rekla bi da se „naši ljudi“ mogu bolje sporazumjeti s Česima, no u njenom slučaju to nije bilo tako jer je njemački znala već kao dijete zbog televizijskog programa koji je redovito gledala.

I5 navodi da je oba jezika usvajala na isti način, a to je iznajmljivanjem apartmana, odnosno razgovorom s izvornim govornicima. Ističe kako se u početku bilo teško sporazumjeti i s jednim i s drugima, no s Česima je bilo lakše jer je taj jezik sličan hrvatskom. Ispitanica smatra kako češki govori odlično te da se Česi iznenade koliko dobro govori njihov jezik. Za njemački jezik smatra da joj „ide dobro, no ne toliko dobro kao češki“. Zato smatra da je češki jezik lakše naučiti (barem kada su u pitanju Hrvati).

I6 navodi da mu je lakše bilo naučiti njemački jer ga je učio u školi. Navodi kako je njemački jezik kao matematika: ima jasna pravila i manje iznimaka nego češki, no ovako u govoru, ako se traži razumijevanje bez neke dubine i gramatike, češki je lakši jer je bliži hrvatskome.

I7 je također njemački učio u školi, zbog čega ga zna bolje nego češki. Ipak, smatra da je početnicima lakše razumjeti češki jezik. Navodi kako jedna strana može govoriti češki, a druga hrvatski, no da se svejedno moguće sporazumjeti. Smatra da ta dva jezika imaju puno sličnosti, pogotovo u Dalmaciji. U sjevernijim dijelovima Hrvatske ima više germanizama pa

misli da je u tom dijelu možda lakše komunicirati s Nijemcima. S druge strane, Česi su već godinama gosti na hrvatskoj obali. „Čuješ ih po ulici i na poslu pa usvojiš nešto usputno.“

I8 je njemački učio u školi, no uz puno muke, truda i rada. Češki je usvajao usputno kroz rad, pomalo i nesvjesno, zato smatra da je Hrvatima lakše naučiti češki. Napominje da se radi o slavenskom jeziku koji stoga ima puno sličnosti s hrvatskim, dok njemački baš i nema sličnosti. Da je početnik, Nijemca ne bi mogao razumjeti ništa.

I9 je oba jezika naučio kao dijete kroz igru; njemački gledanjem crtića, gdje uopće nije obraćao pažnju na to da uči novi jezik. Češki je također učio nesvjesno kroz igru s češkim gostima iz apartmana, gdje također nije obraćao pažnju na to da uči novi jezik, već je samo razmišljao kako će „iskomunicirati“ ono što mu treba za igru. Što se tiče toga je li početnicima lakše naučiti njemački ili češki, sve ovisi s kojeg govornog područja osoba koja uči jezik dolazi. No, za „Balkance“ lakše je naučiti češki jezik.

Svih sedam ispitanika koji se koriste njemačkim i češkim jezikom, zaključuju da je lakše naučiti češki nego njemački jezik. Sličnost jezika se kod ovih ispitanika pokazala kao pogodnost pri učenju. Također je uočljivo da je oba jezika moguće učiti, odnosno usvajati spontano. U slučaju njemačkog jezika to je najčešće u djetinjstvu gledanjem crtića na TV-u, a u slučaju češkog jezika interakcijom s češkim gostima. Zanimljivo je da postoji i mišljenje kako je njemački jezik teži za ovladavanje i bez obzira na sustavnu poduku u formalnom obrazovanju. Ipak, postoji i mišljenje kako je njemački jezik karakteriziran čvršćim gramatičkim strukturama i pravilima, međutim, to opet ne umanjuje činjenicu da je za početnike lakše komunicirati s Česima. Kako je naveo jedan ispitanik, da je početnik, Nijemca ne bi ništa razumio, dok to s razumijevanjem Čeha ne bi bio slučaj. Nažalost, s obzirom da nitko od ispitanika nije imao mogućnost učenja češkog jezika kroz formalno obrazovanje, ne može se dobiti uvid u to koliko bi u tom slučaju bilo lakše ili teže taj jezik naučiti u odnosu na njemački. Velika je šteta što se, unatoč velikom broju čeških turista koji nas posjećuju još od 19. stoljeća, u dalmatinskim osnovnim i srednjim školama češki ne nudi kao izborni predmet. Jedan dio ispitanika izjavljuje da bi mogućnost učenja češkog jezika u školi iskoristili, da im se ta mogućnost pružila.

Ispitanici su upitani smatraju li da im poznavanje jednog stranog jezika pomaže pri učenju drugog jezika te kakva su njihova iskustva u vezi toga. Najveći dio ispitanika izrazio se afirmativno, odnosno izjavio da poznavanje jednog stranog jezika olakšava učenje drugog.

I4 smatra da je to slučaj jer se učenjem jezika otkrije koji je za osobu najbolji pristup učenju, što onda dosta olakšava učenje sljedećeg jezika. Dakle, I4 kao prednost prvenstveno navodi iskustvo u prethodnom učenju jezika.

I5 navodi da joj je dobro poznavanje češkog dalo „dozu samouvjerenosti“ te tako pomoglo pri učenju njemačkog jezika. Ovo upućuje da dobro poznavanje jednog jezika podiže samouvjerenost i samopouzdanje, što je općenito važno za učenje.

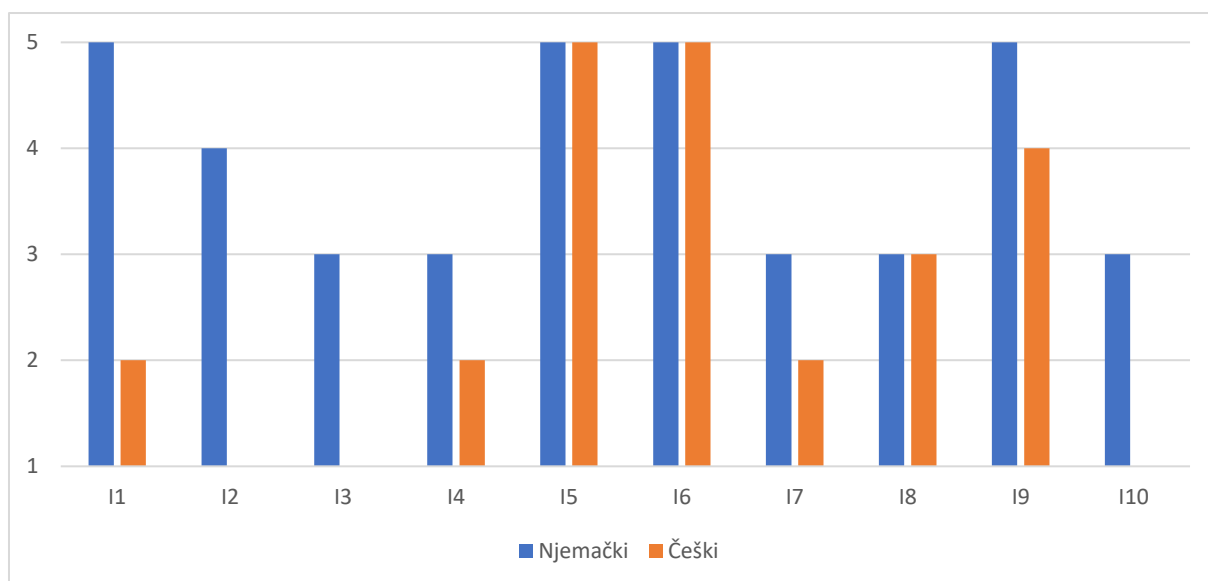
I6 smatra da onaj koji već govori tri jezika, može svaka dva mjeseca naučiti još jedan jezik, barem neke osnove. Također smatra da mu je latinski, koji je učio u srednjoj školi, puno pomogao pri učenju drugih jezika.

I8 misli da poznavanje već jednog stranog jezika pomaže, no ne čini proces učenja novog jezika lakšim. Nadodaje da su ponekad razlike ono što može pomoći u pamćenju neke rečenične strukture ili gramatičkog pravila.

Ispitanici su mišljenja kako poznavanje jednog stranog jezika djeluje pozitivno na učenje i usvajanje drugog jezika, no iz različitih razloga. Naravno, važno je i koliko su ti jezici srodni i slični. Primjerice, poznavanje talijanskog jezika svakako će pospješiti učenje španjolskog jezika. No, i kod nesrodnih jezika, prednosti poznavanja nekog jezika mogu se očitovati u prethodno stečenom samopouzdanju te iskustvu u učenju jezika jer pojedinac s vremenom pronalazi najbolji način za učenje (tj. način koji mu najviše odgovara).

6.5.4. Važnost poznavanja jezika i stavovi o jezičnom znanju

U ovom dijelu intervjua ispitanici su trebali sukladno Likertovoj skali procijeniti važnost njemačkog i češkog jezika za posao koji obavljaju. Vrijednosti predstavljaju: 1 – nimalo važno, 2 – malo važno, 3 – niti važno niti nevažno, 4 – važno, 5 – izrazito važno. Odgovori ispitanika o važnosti jezika za posao koji obavljaju prikazani su na sljedećoj slici.



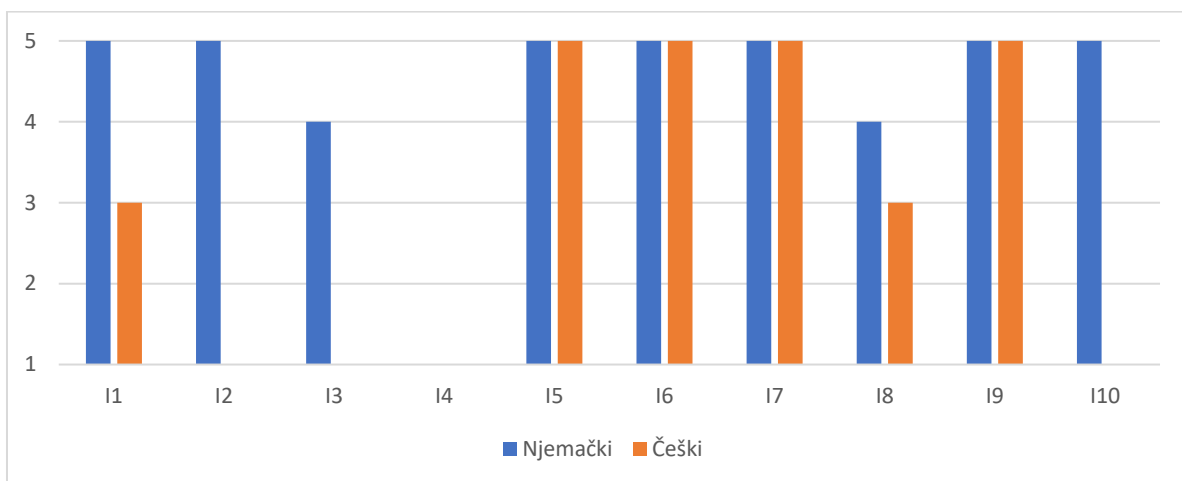
Slika 4. Procjena važnosti njemačkog i češkog jezika za posao koji ispitanici obavljaju

Kod ovog pitanja valja napomenuti kako ispitanici koji ne govore češki nisu dali procjenu kolika je važnost upotrebe češkog jezika, no s obzirom da ga ne govore, a rade u turizmu, može se pretpostaviti da smatraju da češki jezik za taj posao nije nimalo važan. Ukupno je četiri ispitanika poznavanje njemačkog jezika procijenilo kao izrazito važno za posao koji obavljaju (vrijednost 5), dok je to za češki jezik učinilo dva ispitanika. Njemački jezik najvažniji je za turističkog animatora (I1), privatne iznajmljivače (I5 i I6) te recepcionera (I9), dok je češki jezik najvažniji za privatne iznajmljivače (I5 i I6). Češki jezik izrazito je važan (vrijednost 4) za jednog ispitanika (I9). Srednju vrijednost (niti važno niti nevažno) za njemački jezik iskazali su radnik u mjenjačnici (I3), radnik u suvenirnici (I4), konobari (I7 i I8) te radnik u turističkoj agenciji (I3). Ocjenu 3 za češki jezik dao je samo ispitanik koji radi kao konobar (I8), dok su malu važnost češkog jezika za posao koji obavljaju iskazali turistički animator (I1), radnik u suvenirnici (I4) te konobar (I7).

Može se zaključiti kako ispitanici koji rade kao privatni iznajmljivači imaju najveću potrebu za korištenjem njemačkog i češkog jezika. I6, privatni iznajmljivač, navodi kako onaj tko ne zna jezik, treba agenciju, mora angažirati nekoga tko zna jezik i ne može se na visokoj razini baviti tim poslom, ne može kontaktirati goste, itd. Smatra kako je znanje jezika neophodno za ozbiljno bavljenje iznajmljivanjem apartmana. Radnik na recepciji također ima veliku potrebu za korištenjem oba jezika. Zaključno, iako su odgovori različiti, ni jedan ispitanik ne opovrgava prednosti koje poznavanje stranih jezika donosi sa sobom i njihovu

važnost za postizanje bolje usluge u turizmu. S obzirom da je hrvatsko gospodarstvo umnogome ovisno o turizmu, poznavanje više od jednog stranog jezika je izuzetno dobrodošlo i unapređuje kvalitetu turističkih usluga.

Kako bi se ispitale prednosti poznavanja stranih jezika u poslovnom svijetu, ispitanicima je postavljeno pitanje „Koliko Vam je poznavanje jezika pomoglo pri zaposlenju?“ Ispitanici su odgovore izražavali vrijednostima od 1 do 5: 1 – nimalo, 2 – malo, 3 – umjereno, 4 – većinom, 5 – u potpunosti. Odgovori su prikazani na slici 5.



Slika 5. Poznavanje jezika kao prednost pri zaposlenju

Samo jedna ispitanica tvrdi da joj poznavanje jezika nije nimalo pomoglo za zaposlenje, no to je iz razloga što je svakako morala raditi u suvenirnici s obzirom da joj je otac vlasnik. No, kada su zapošljavali nove radnike, poznavanje stranih jezika bio je uvjet za dobivanje posla. Onaj tko je znao više jezika, imao je veliku prednost te je u konačnici i dobio posao.

Ispitanici koji su iskazali vrijednosti 4 ili 5 navode kako su posao i dobili zbog poznavanja stranog jezika. I1 ističe kako joj je poznavanje njemačkog pomoglo pri zaposlenju jer je većina drugih kandidata znala samo engleski; eventualno još netko i malo talijanski. I3 navodi kako je poznavanje stranih jezika bilo bitan faktor pri zaposlenju jer je poslodavac pitao koje sve jezike govori. I5 smatra da im se gosti vraćaju upravo iz razloga što se s njima vole družiti i pričati na svojem jeziku te nadodaje da neki gosti dolaze već 40 godina. Slično navodi i I6, koji smatra da je upotreba stranih jezika najvažnija u poslu iznajmljivanja apartmana. I7 smatra kako je posao upravo dobio zbog poznavanja stranih jezika, zbog čega je dobio i visoku plaću. Naime, kod njegovog poslodavca visina plaće ovisi o poznavanju

stranih jezika. I9 navodi kako za rad na recepcije najvažnije poznavanje stranih jezika, dok nakon toga dolazi informatička pismenost, odgovornost i ljubaznost. I10 navodi kako je ne bi ni primili u turističku agenciju da ne poznaje dva strana jezika.

Može se reći da učenje stranih jezika ne samo da oplemenjuje svakog pojedinca jer mu omogućuje doticaj s drugom kulturom kao i interakciju s ljudima s drugog govornog područja, nego mu i povećava mogućnost zaposlenja, obzirom na to da se poznavanje stranih jezika u poslovnom svijetu smatra poželjnim ako ne i nužnim. Stoga je podizanje svijesti o važnosti stranog jezika, kao i poticanje razvoja međukulturalne kompetencije u području turističke i ugostiteljske industrije izuzetno važan zadatak.

Ispitanicima su potom trebali procijeniti svoje jezično znanje sukladno ZEROJ-u, koji im je prethodno na jednostavan način pojašnjen. Odgovori ispitanika prikazani su u tablici 4.

Tablica 4. Samoprocjena razine poznavanja njemačkog i češkog jezika

Ispitanik /ispitanica	Jezična razina – njemački jezik	Jezična razina – češki jezik
I1	B2	A2
I2	B2	-
I3	B1	-
I4	B2	A2
I5	A2	B2
I6	C1	B1
I7	B1	A2
I8	B1	A2
I9	C1	B1
I10	B1	-

Većina onih ispitanika, koji se koriste češkim jezikom uvrštava sebe u A2 razinu znanja, dok privatni iznajmljivači i recepcioner smatraju za sebe da spadaju u B1 (I6, I9) i B2 (I5) razinu. Što se tiče njemačkog, odgovori su različiti. Jedna ispitanica (I5) se svrstava u A2, četiri ispitanika (I3, I7, I8, I10) se svrstavaju u B1 nivo znanja, tri ispitanika (I1, I2, I4) za sebe smatraju da imaju znanje na B2 razini, dok dva ispitanika (I6, I9) tvrde da je njihovo znanje na razini C1. Kasnije će se ovi odgovori usporediti s testom za utvrđivanje jezične razine.

Ispitanici su u intervjuu upitani i prepoznaju li dijalekte stranih pokrajina, tj. češke i njemačke dijalekte. I1 navodi kako jedino može prepoznati da je riječ o drugom dijalektu jer ga ne razumije. I2 ističe kako dijalekte može prepoznati „otprilike“. Po pitanju prepoznavanja dijalekata, I3 navodi kako može jedino prepoznati „austrijski“ te da nekada ni po naglasku hrvatskih turista ne može prepoznati iz kojeg su dijela Hrvatske. I4 navodi kako prepoznaje neke njemačke dijalekte jer su međusobno dosta različiti. S druge strane, u češkom jeziku različite dijalekte definitivno ne primjećuje. I5 razlikuje neke njemačke dijalekte te razlikuje slovački od češkog. I6 potvrdno odgovara na pitanje o prepoznavanju stranih dijalekata. I7 navodi kako prepoznaje dijalekte stranih pokrajina, dok I8 navodi suprotno. Po pitanju dijalekata stranih pokrajina I9 navodi kako ih prepoznaje i može se sporazumjeti. U dugačkoj rečenici možda neće razumjeti sve riječi, no u kontekstu može razumjeti sve. I10 ne prepoznaje dijalekte stranih pokrajina.

Po pitanju prepoznavanja drugih dijalekata, ukupno četiri ispitanika izjavilo je da ih prepoznaje. Svi ti ispitanici imaju više od pet godina radnog iskustva u turističkoj djelatnosti, dok dvoje od njih (I5 i I6) zajedno imaju 96 godina iskustva, odnosno 44 i 52. To upućuje na zaključak kako duže bavljenje turizmom može biti jedan od faktora koji mogu utjecati na bolje poznavanje dijalekata.

Ispitanici su upitani i smatraju li se jezično nadarenima. Čak osam ispitanika nedvojbeno je odgovorilo kako se smatraju nadarenima za jezike. Jedan ispitanika (I2) odgovorio je „osrednje“, dok je jedan ispitanika (I7) odgovorio kako se smatra nadarenim, ali za određene jezike. Ističe kako za određene jezike „ima sluha“, npr. slavenski i nordijski jezici više mu odgovaraju, dok mu romanski jezici „ne pašu“ (posebno izgovor).

Iako jezična nadarenost znači prednost u učenju stranog jezika, važniji su uloženi trud i vrijeme u učenje jezika. Drugim riječima, nadarenost za jezike ne znači i uspjeh u ovladavanju nekim jezikom. Slično navodi i I5: „*Usvajanje jezika mi ne predstavlja problem, samo se ne trudim dovoljno jer sam lijen!*“

Zanimljivo je da čak dva ispitanika poistovjećuju jezičnu nadarenost s glazbenom nadarenošću:

„*Imam sluha za pjevanje što znači da imam sluha i za jezike.*” (I5)

„*Mislim da sam glazbeno nadaren, a onaj tko je glazbeno nadaren lakše uči jezike.*”
(I6)

Pretpostavka da osobe s talentom za glazbu i glazbenim sluhom uspješnije usvajaju izgovorne sustave stranih jezika nije nikakav novitet. Brojna istraživanja su imala za cilj ispitati istinitost ove tvrdnje. Milovanov i sur. (2008) su proveli istraživanje na djeci kojima je finški prvi jezik, a koja uče engleski jezik kraće od dvije godine. Ispostavilo se da ispitanici s višim glazbenim sposobnostima bolje izgovaraju engleske riječi od ispitanika s nižom razinom glazbenih sposobnosti. Autori istraživanja svoje rezultate objašnjavaju sličnostima između glazbe i jezika. S obzirom da glazba i jezik, odnosno akustični efekti jezika, dijele iste osnovne karakteristike kao što su ritam, visina tona, melodija i slično, čini se kako glazbeno nadareni pojedinci prenose svoju sposobnost percepcije i proizvodnje glazbenih zvukova na percepciju i proizvodnju jezičnih zvukova. Istraživanje autorice Polač (2014) također upućuje na pozitivan utjecaj glazbene nadarenosti na jezične sposobnosti. Autorica je provela istraživanje na dvije skupine ispitanika. Prvu skupinu činili su pojedinci koji su završili glazbenu školu i nastavili svoje glazbeno obrazovanje na glazbenoj akademiji. Pretpostavljalo se da ovi ispitanici posjeduju izražen glazbeni talent. Drugu skupinu činili su studenti engleskog jezika koji nisu imali glazbenu izobrazbu, ali su zbog prirode svog studija smatrani osobama s razvijenom metajezičnom svijesću, uključujući svijest o fonetici i fonologiji. Svi ispitanici su bili govornici poljskog jezika kao svog prvog ili materinskog jezika i bili su u dobi između 20 i 26 godina. Nisu imali nikakvog prethodnog iskustva s danskim jezikom, koji je bio ciljani jezik u istraživanju. Zadatak ispitanika bio je reproducirati zadane riječi i fraze na danskome jeziku. Rezultati su pokazali da su ispitanici s glazbenim obrazovanjem bili uspješniji u obavljanju ovog zadatka u usporedbi s ispitanicima bez glazbenog obrazovanja. To se može objasniti njihovom sposobnošću da reproduciraju različite zvukove, usmjerenjem

na melodiju jezika, umjesto na težinu izgovora pojedinih sintagmi i njihovim vještinama u pamćenju vrlo dugačkih skladbi. To bi potencijalno moglo olakšati njihovu sposobnost za pamćenje riječi na stranom jeziku te točnu reprodukciju.

Dakle, s obzirom na glazbenu nadarenost i glazbene sposobnosti, zaista je moguće da je ispitanicima u ovom istraživanju bilo lakše naučiti jezike. Naravno, sama ta činjenica nije dovoljna za ovladavanje jezikom, već je potrebna i izloženost jeziku te institucionalno i izvaninstitucionalnog obrazovanje.

6.5.5. Testovi za ispitivanje razine jezične kompetencije

Ispitanici su trebali riješiti testove za ispitivanje razine jezične kompetencije. Ispitanici koji se ne koriste češkim jezikom rješavali su samo test za njemački jezik. Odgovori ispitanika sumirani su u tablici 4 te poredani od ispitanika koji imaju najviše iskustva u turizmu, prema onima koji imaju najmanje iskustva.

Tablica 5. Rezultati testa poznavanja jezika

Godine iskustva	Ispitanik/ispitanica	Jezična razina – njemački jezik	Jezična razina – češki jezik
52	I6	C1	B2
44	I5	B1	B1
11	I4	B2	B1
10	I8	B2	A2
8	I2	B1	-
7	I7	B2	A2
6	I9	B2	A2
4	I1	B2	A2
3	I3	A2	-

2	I10	A2	-
---	-----	----	---

Samo je jedan ispitanik ostvario razinu C1 (I6), i to za njemački jezik, dok su svi ostali ispitanici ostvarili nižu razinu. Najviša razina za češki jezik je razina B2, koju je također ostvario samo jedan ispitanik, i to isti koji je ostvario istu razinu za njemački jezik (I6). Iz tablice je također razvidno kako su ispitanici bolje rezultate ostvarili na testu njemačkog jezika.

8. Rasprava

Na ovom mjestu iznijet će se odgovori na istraživačka pitanja. Prvo istraživačko pitanje glasilo je: Na koji su način ispitanici učili i/ili usvajali pojedine strane jezike, posebice njemački i češki jezik?

Svi ispitanici koji upotrebljavaju engleski jezik (N=9) taj su jezik učili u formalnom obrazovanju, a bolje poznavanje jezika pospješili su sadržaji na engleskom jeziku kao što su filmovi, glazba te internetski sadržaji. Situacija s njemačkim i češkim jezikom je drugačija. Čak polovica ispitanika (N=5) njemački jezik prvotno je počela usvajati gledajući crtiće na TV-u. Međutim, svi ti ispitanici nastavili su učiti jezik i kroz obrazovni sustav. Jedan ispitanik (I4) njemački je jezik dodatno učio radeći u inozemstvu, jedan ispitanik (I6) čitanjem novina na njemačkom te jedan (I8) putem aplikacije Duolingo. Samo je jedna ispitanica (I5) njemački jezik usvojila komunikacijom s izvornim govornicima. Dakle, od ukupnog broja ispitanika, njih 9 njemački je učilo kroz formalno obrazovanje. Neki od njih su prve doticaje s njemačkim jezikom imali putem TV-a, dok su neki paralelno učili jezik kroz obrazovanje te gledali televizijske sadržaje na njemačkom jeziku koji su dodatno pospješili jezično znanje. Dodatno pospješivanje znanja za jednog ispitanika odvijalo se čitanjem novina, a za jednog preko aplikacije Duolingo. Može se zaključiti kako je formalno obrazovanje najčešći način učenja njemačkog jezika za ispitanike, no velik značaj ima i TV, posebno gledanje crtića u djetinjstvu koje je utjecalo na usvajanje jezika.

Situacija s češkim jezikom znatno je drugačija. Svi ispitanici koji govore češki (N=7) jezik su usvajali kroz komunikaciju s izravnim govornicima. Od toga, jedan ispitanik (I=9) je doticaj s češkim gostima imao još u djetinjstvu, a samo je jedan ispitanik (I6) osim kroz interakciju, češki jezik učio putem priručnika.

Drugo istraživačko pitanje glasilo je: Koja je važnost poznavanja stranih jezika za obavljanje posla ispitanika? Ovisno o radnom mjestu, različita je i važnost poznavanja stranih jezika. Dakako, od svih turističkih radnika očekuje se da govore barem jedan strani jezik, no svi ispitanici (N=10) govore minimalno dva strana jezika. Sukladno Likertovoj skali, prosječna vrijednost važnosti njemačkog jezika za obavljanje posla (N=10) iznosi 3,9, a za češki jezik (N=7) ta vrijednost iznosi 3,3. Prema prosječnim vrijednostima, može se zaključiti

kako je za obavljanje posla ispitanika poznavanje stranih jezika važno, s tim da je poznavanje njemačkog jezika procijenjeno višom vrijednosti nego poznavanje češkog jezika.

Treće istraživačko pitanje glasilo je: Koji su strani jezici ispitanicima najvažniji za rad u turizmu u Dalmaciji (i zašto baš ti jezici)? Najvažniji jezik za većinu ispitanika (N=7) je engleski jezik, iz razloga što neovisno o zemlji iz koje dolaze, većina turista ipak se može sporazumjeti na engleskom jeziku. To znači da su, zbirno gledajući, turisti koji dolaze iz svih drugih zemalja koje nisu Njemačka i Češka, također u velikom broju, stoga je za pretpostaviti da se komunikacija s takvim gostima najčešće odvija na engleskom jeziku. Drugi po važnosti za ispitanike je njemački jezik, a treći češki jezik. Iz odgovora ispitanika zaključuje se kako su Nijemci češći gosti, a također da ostvaruju i veću potrošnju nego češki turisti, iz čega proizlazi i važnost poznavanja ovog jezika. Češki jezik važan je za rad u turizmu u Dalmaciji iz razloga što su češki turisti također česti gosti. Od drugih jezika valja izdvojiti poljski jezik koji je važan za tri ispitanika te talijanski koji je važan za jednog ispitanika.

Četvrto istraživačko pitanje glasilo je: Kakav učinak ima duljina bavljenja turizmom ispitanika na razinu njihovog poznavanja njemačkog, odnosno češkog jezika? Iako na poznavanje jezika, osim duljine bavljenja turizmom utječu i brojni drugi čimbenici, rezultati testa za utvrđivanje jezične razine njemačkog i češkog jezika mogu biti određeni indikator kada se u vezu dovode s dužinom bavljenja turizmom. Međutim, nije utvrđen značajan učinak duljine bavljenja turizmom na jezično znanje njemačkog jezika, osim što je ispitanik s najviše godina iskustva (52 godine iskustva) ostvario i najveću razinu (C1). Primjerice, I1 koja se turizmom bavi četiri godine ostvarila je razinu B2 za njemački jezik, dok je I5 koji se turizmom bavi 44 godine ostvario razinu B1. Ipak, situacija je nešto drugačija kada se promatra češki jezik (N=7). Ispitanici koji imaju 11, 44 i 52 godine iskustva na testu za utvrđivanje jezične razine češkog jezika ostvarili su minimalno B1 razinu, a ispitanik s najviše iskustva (I6) B2 razinu. Svi drugi ispitanici ostvarili su razinu A2, što upućuje da dulje bavljenje turizmom ima pozitivan učinak na poznavanje češkog jezika. Nadalje, utvrđene su razlike u načinu ovladavanja jezicima. U slučaju njemačkog jezika način ovladavanja jezikom vrlo je raznolik. Ispitanici su ovladavali jezikom kroz formalno obrazovanje i učenje, koje je bilo i različite duljine. Osim toga, jezik su usvajali gledajući televizijske sadržaje (posebno crtiće u djetinjstvu), kao i kroz interakciju s izvornim govornicima. Jedan ispitanik znanje njemačkog jezika poboljšavao je koristeći aplikaciju Duolingo, dok je jedan ispitanik čitao i tiskane sadržaje na njemačkom jeziku. U slučaju češkog jezika situacija je ujednačenija s

obzirom da niti jedan ispitanik nije bio izložen formalnom obrazovanju. Svi su ispitanici jezik učili putem interakcije s izvornim govornicima, a najbolje rezultate na testu poznavanja češkog jezika ostvario je ispitanik koji se pored interakcije koristio i priručnikom jer je tako dobio uvid i u jezični sustav tog jezika.

Peto istraživačko pitanje glasilo je: Razlikuje li se samoprocjena razine poznavanja njemačkog i češkog jezika ispitanika od njihovih rezultata na testu za utvrđivanje jezične razine? Odgovor na ovo pitanje potvrđan je. Zanimljivo je kako je samo jedan ispitanik (I1) točno procijenio svoje znanje oba jezika. Što se tiče njemačkog jezika, četiri ispitanika na rezultatu testa ostvarilo je razinu niže u odnosu na samoprocjenu, dok su tri ispitanika ostvarila razinu više u odnosu na samoprocjenu. Kod češkog jezika (N=7), dva su ispitanika ostvarila razinu niže na testu, a dva razinu više u odnosu na samoprocjenu. Testovima su se provjeravale jezične vještine u područjima razumijevanja čitanja i slušanja, kao i vokabulara i gramatike te pravopisa. Međutim, nije smije se zaboraviti da su za rad u turizmu vrlo važna govorna produkcija i govorna interakcija, a koje nisu bile obuhvaćene ovim testom. Stoga, nesrazmjer između stvarnog i percipiranog znanja može se protumačiti i tom činjenicom.

Šesto istraživačko pitanje glasilo je: Koju je važnost poznavanje stranih jezika ispitanika imalo pri njihovom zapošljavanju? Kod ovog pitanja važno je navesti kako je jedna ispitanica (I4) izjavila da joj poznavanje stranih jezika nije nimalo pomoglo pri zaposlenju jer je svakako morala raditi u suvenirnici s obzirom da joj je otac vlasnik. Prema Likertovoj skali, prosječna vrijednost koju su ispitanici (N=9) iskazali za važnost poznavanja njemačkog jezika pri zaposlenju iznosi 4,7, a za češki (N=6) 4,3. Naravno, važnost ovisi o konkretnom radnom mjestu, no svejedno, prosječne vrijednosti visoke su.

Sedmo istraživačko pitanje glasilo je: Je li rad u turističkoj djelatnosti motivirao ispitanike na učenje dodatnih stranih jezika (onih koje do stupanja u turističku djelatnosti nisu učili/usvojili)? S obzirom da su svi osim jednog ispitanika njemački jezik učili u školi, za samo jednu ispitanicu (I5) bavljenje turizmom bila je motivacija za učenje jezika. Situacija s češkim jezikom bitno je drugačija. Svi ispitanici (N=7) bili su motivirani na učenje češkog jezika te prije rada u turističkoj djelatnosti (osim ispitanika koji se u djetinjstvu igrao s češkim gostima) nisu imali doticaj s tim jezikom. Za tri ispitanika bavljenje turizmom bila je motivacija za učenje poljskog jezika, a za jednog za učenje talijanskog jezika.

8. Ograničenja i i preporuke za buduća istraživanja

Jedno od ograničenja u ovom istraživanju jest mali i stoga nereprezentativan uzorak. Dobiveni rezultati ovog kvalitativnog istraživanja imaju ograničenu mogućnost generalizacije na opću populaciju turističkih radnika. U istraživanju su sudjelovale samo osobe koje su odrasle i žive u Dalmaciji, što je bilo dovoljno za potrebe ovoga rada. Za dobivanje vjerodostojnijih podataka, potrebno je proširiti istraživanja na ostale turističke regije u Hrvatskoj. Nadalje, intervju se provodio licem u lice, i iako je anonimnost sudionika zagantirana, sama prisutnost ispitivača mogla je utjecati na odgovore ispitanika. Iako postoje istraživanja o važnosti upotrebe određenih jezika u obavljanju turističke djelatnosti u Republici Hrvatskoj, istraživanja koja se specifično fokusiraju na područje Dalmacije te istovremeno na češki i njemački jezik, u trenutku pisanja ovog rada nisu postojala. To znači da ovo istraživanje daje uvid u slabije istražene aspekte turizma i usvajanja njemačkog i češkog jezika, kao što su motivacija za učenje tih jezika kod turističkih djelatnika, učestalost komunikacije na tim jezicima, važnost poznavanja jezika za zaposlenje, i dr. Zbog toga je preporuka da se budućim istraživanjima obuhvate različiti aspekti učenja i usvajanja jezika, posebno onda kada se istražuju usvajanje i upotreba dvaju ili više jezika.

9. Zaključak

Hrvatska je izrazito receptivna turistička zemlja čiji prihodi, a time i stabilnost gospodarstva, uvelike ovise o turizmu. Jačanje turizma podiže pitanja komunikacije na novu razinu, stoga je kao središte ovoga rada stavljeno ovladavanje inim jezicima u kontekstu turizma.

Turizam nudi pregršt poslovnih mogućnosti onima koji poznaju strane jezike i stoga je odličan razlog za usvajanje i češkog i njemačkog jezika. Naime, Česi su prvi otkrili ljepotu i potencijal Dalmacije i do danas ostaju među najredovitijim gostima, dok su Nijemci već godinama ispred svih ostalih stranih turista po broju dolazaka kao i noćenja te oduvijek uživaju status naših najboljih gostiju. Austrijanci također prednjače po broju dolazaka kao i po prosječnoj vanpansionskoj potrošnji.

Turizam kao uslužna djelatnost ne može se isključivo oslanjati na poznavanje samo jednog stranog jezika. Poznavanje samo engleskog jezika više nije dostatno, već je najosnovniji uvjet. Osim što sposobnost komunikacije na više stranih jezika može biti prednost pri zapošljavanju u turističkom sektoru, osobe koje govore više stranih jezika su često i bolje plaćene.

Velika je šteta što se, unatoč velikom broju čeških turista koji nas posjećuju toliki niz godina, u dalmatinskim osnovnim i srednjim školama češki jezik ne nudi niti kao izborni predmet, a njemački je u rijetkim školama obavezan predmet. Potrebno je dakle podignuti svijest o važnosti i prednostima poznavanja stranih jezika u Dalmaciji i djecu što ranije izlagati stranim jezicima jer rana izloženost jeziku pridonosi njegovom lakšem ovladavanju.

Važno je imati na umu da jezična nadarenost nije jedini ključ uspjeha pri usvajanju stranih jezika i obratno tome, nedostatak jezične nadarenosti ne znači automatski neuspjeh. Bitno je biti motiviran za učenje, a upravo je turizam odlična motivacija, a komunikacija sa turistima na njihovom jeziku može biti i odlična vježba za razvijanje vještina stranoga jezika kao što su vještine govorenja i slušanja. To je ujedno i utvrđeno istraživanjem provedenim u ovom radu. Upotrebom individualnog usmenog intervjua i online testova za provjeru jezičnog znanja iz njemačkog i češkog jezika istraživani su različiti aspekti učenja, usvajanja i

upotrebljavanja stranih jezika u obavljanju posla. Velik broj ispitanika strani je jezik usvojio upravo kroz turizam.

Usvajanje stranog jezika ne samo da donosi prednosti u sklopu poslovne domene, nego utječe pozitivno i na mentalne sposobnosti. Učenje jezika unapređuje kognitivne sposobnosti, trenira mozak i jača um te omogućuje dodir s drugom kulturom, nudi mogućnosti povezivanja s drugim ljudima i time čini osobu koja uči jezik tolerantnom i senzibilnom za tuđa stajališta, identitete, tradiciju, društvena ponašanja i druge kulturne elemente. Stoga se nadam da će ovaj rad i izjave ispitanika pružiti uvid u prednosti učenja stranih jezika i motivirati one koji ga budu čitali da ovladaju jednim dodatnim stranim jezikom, nakon čega će usvajanje sljedećeg jezika biti još lakše.

10. Literatura

Bergovec, M. (2007). Zajednički europski referentni okvir za jezike - prednosti i ograničenja, *Lahor*, Vol. 2, br. 4, str. 330-335. URL: <https://hrcak.srce.hr/21794> (20.8.2023.)

Boras, M. (2021). Usvajanje stranih jezika u ranoj, predškolskoj i školskoj dobi, *Bjelovarski učitelj*, Vol. 26, br. 1-3, str. 87-92. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/395113> (22.8.2023.)

Dörnyei, Z. (2001). *Teaching and researching motivation*. Harlow: Pearson Education.

Dörnyei, Z. (2005). *The Psychology of the Language Learner: Individual Differences in Second Language Acquisition*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Galičić V. (2017). *Poslovanje hotelskoga odjela smještaja*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu. URL: https://www.fthm.uniri.hr/images/knjiznica/e-izdanja/Vlado_Galicic_Poslovanje_hotelskog_odjela_smjestaja.pdf (24.3.2023.)

Gehrmann, S.; Petravić, A. (2021). Razvoj jezika znanosti i stranih jezika u školama u Europi – studija o europskim perspektivama i hrvatskoj stvarnosti, *Filologija*, Vol. 77, str. 1-57. URL: <https://hrcak.srce.hr/clanak/394328> (25.8.2023.)

Geiger V. (1991). *Nijemci u Hrvatskoj (od srednjega vijeka do današnjih dana)*. Zagreb: Hrvatski institut za povijest, str. 277-289. URL: https://www.pilar.hr/wp-content/images/stories/dokumenti/zbornici/28/z_28_275.pdf (24.3.2023.)

Glavaš, O. (2022). Uloga dobi u učenju stranog jezika, *Varaždinski učitelj*, Vol. 5, br. 10, str. 1-8. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/407805> (22.8.2023.)

Gržinić, J. (2019). *Uvod u turizam - povijest, razvoj, perspektive*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. URL: <https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A3111/datastream/FILE0/view> (24.3.2023.)

Jaković, B. (2013). Organizacija rada u prijemnom odjelu hotela visoke kategorije na području Republike Hrvatske, *Praktični menadžment*, Vol. IV, br. 1, str. 90-96. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/175108> (24.3.2023.)

Jelaska, Z. (2012). Ovladavanje materinskim i inim jezikom, u: Mičanović, M. (ur.) i dr. *Inojezični učenik u okruženju hrvatskoga jezika. Okviri za uključivanje inojezičnih učenika u odgoj i obrazovanje na hrvatskome jeziku*. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje.

Jelaska, Z. i dr. (2005). *Hrvatski kao drugi i strani jezik*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.

Johnson, K.; Johnson, H. (1999). „Hipoteza interakcije“. *Enciklopedijski rječnik primijenjene lingvistike: priručnik za nastavu jezika*. Oxford: Blackwell Publishers.

Kim, S.; Plotka, R. (2016). Second Language Acquisition in Early Childhood: Recommendations for Policymakers, Administrators, and Teachers, *Dimensions of Early Childhood*, Vol. 44, br. 1, str. 18-24. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1150266.pdf> (22.8.2023.)

Kleppin, K. (1998). *Fehler und Fehlerkorrektur*. Berlin, München, Wien, Zürich, New York: Langenscheidt.

Kralj J. (2022). Učenje jezika kod male djece, *Varaždinski učitelj*, Vol. 5, br. 9, str. 1-5. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/393920> (26.8.2023.)

Krpan, T. (2013). Germanizmi u Narodnom listu od 1995. do 2005. godine, *Liburna*, Vol. 2, br. 1, str. 9-36. URL: <https://hrcak.srce.hr/118677> (03.10.2023.)

Medved Krajnović, M. (2010). *Od jednojezičnosti do višejezičnosti: Uvod u istraživanja procesa ovladavanja inim jezikom*. Zagreb: Leykam International.

Mihaljević-Djigunović, J. (1998). *Uloga afektivnih faktora u učenju stranoga jezika*. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.

Milovanov, R.; Huotilainen, M.; Välimäki, V.; Esquef, P. A. A. i Tervaniemi, M. (2008). Musical Aptitude and Second Language Pronunciation Skills in School-Aged

Children: Neural and Behavioral Evidence. *Brain Research*, str. 81-89. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/18182165/> (12.9.2023.)

Pašica, A.; Turza-Bogdan, T. (2020). O medijima i govorno-jezičnome razvoju djece s roditeljskog motrišta, *Hrvatski: časopis za teoriju i praksu nastave hrvatskoga jezika, književnosti, govornoga i pismenoga izražavanja te medijske kulture*, Vol. 18, br. 2, str. 73-92. URL: <https://hrcak.srce.hr/260971> (26.8.2023.)

Pirjevec, B.; Kesar, O., (2002). *Počela turizma*. Zagreb: Mikrorad i Ekonomski fakultet.

Piršl, E. (2014). Modeli interkulturalne kompetencije. *Pedagogijska istraživanja*, Vol. 11, br. 2, str. 203-216.

Piškorec, V. (2002) Njemačko-hrvatski jezični dodiri u Podravini. *Časopis za suvremenu povijest*, Vol. 34, br. 3, str. 853-869. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/304249> (24.3.2023.)

Polać, A. (2014). *Musical ability and its influence on foreign language pronunciation*, str. 113-128. URL: https://dspace.uni.lodz.pl/xmlui/bitstream/handle/11089/14033/7-113_128-Po%C5%82a%C4%87.pdf?isAllowed=y&sequence=1 (12.9.2023.)

Popović, J.; Vukajlović, N.; Vollstädt, N. (2021). Fernsehkinder an der Universität Belgrad, *Informatol*, Vol. 54, br. 1-2, str. 22-33. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/366600> (26.8.2023.)

Stojić, A. (2008). Njemačke posuđenice i hrvatski ekvivalenti, *Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*, Vol. 34, br. 1, str. 357-369. URL: <https://hrcak.srce.hr/35298> (27.8.2023.)

Šidak, J. i sur. (1990). *Hrvatski narodni preporod*. Ilirski pokret. Zagreb: Školska knjiga: Stvarnost.

Vrhovac, Y. (2001). *Govorna komunikacija i interakcija na satu stranog jezika*. Zagreb: Naklada Ljevak.

Internetski izvori

Cimerfraj (03.01.2019) *Statistike turističke 2018. godine*. URL: <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/statistike-turisticke-2018-godine> (24.3.2023.)

Cimerfraj (16.03.2022) *Najpopularnija destinacija u Njemačkoj*. URL: <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/najpopularnija-destinacija-u-njemackoj> (24.3.2023.)

Cimerfraj (21.09.2017) *Austrijanci među gostima iz EU koji najviše troše na putovanja, Česi i Mađari najmanje*. URL: <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/turisticka-potrosnja-hrvatska> (24.3.2023.)

Correct Language Centre. *Online Czech Language Placement Test*. URL: <https://www.jc-correct.com/en/czech-placement-test> (2.9.2023.)

Cronews (19.05.2020) *Hrvati u Njemačkoj*. URL: <https://www.cronews.de/hrvati-u-njemackoj/> (24.3.2023.)

Česká beseda Zagreb. *Iz Statuta Češke besede Zagreb – preambula*. URL: https://www.ceska-beseda-zg.hr/hr/o_nas/ (03.10.2023.)

Državni hidrometeorološki zavod. *Oborina i trajanje sijanja Sunca*. URL: https://meteo.hr/klima.php?section=klima_pracenje¶m=klel&Grad=rab&Mjesec=12&Godina=2022 (02.10.2023.).

Državni zavod za statistiku (2023) *Priopćenje: osnovne škole, kraj šk. g. 2021./2022. i početak šk. g. 2022./2023.* URL: <https://podaci.dzs.hr/2023/hr/58233> (06.8.2023.)

Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (10.3.2022). *Dolasci i noćenja turista u 2021.* URL: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/4-3-2_Dolasci%20i%20nocenja%20turista%20u%202021.pdf (24.3.2023.)

Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (2021). *Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje*. URL: https://web.dzs.hr/Hrv/Covid-19/turizam-dolasci_i_nocenja_2020.html (24.3.2023.)

Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (28.2.2020) *Dolasci i noćenja turista u 2019.* URL:

https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AAA_2020_ABC/c_dokumenti/200228_DZS_turizam2019.pdf (24.3.2023.)

Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske (5.3.2021). *Dolasci i noćenja turista u 2020.* URL: https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2020/04-03-02_01_2020.htm (24.3.2023.)

Fidlerová, A. A. i sur. (2013) *Dějiny češtiny*. URL: <https://ucjtk.ff.cuni.cz/wp-content/uploads/sites/57/2015/11/D%c4%9bjiny-%c4%8de%c5%a1tiny.pdf> (26.8.2023.)

Goethe-Institut (2023). *Stupnjevi AI–C2.* URL: <https://www.goethe.de/ins/hr/hr/spr/kon/stu.html> (24.3.2023.)

Helen Doron. *Tri razloga zbog kojih djeca s lakoćom uče strane jezike.* URL: <https://helendoron.hr/tri-razloga-zbog-kojih-djeca-s-lakocom-uce-strane-jezike/> (28.8.2023.)

Hrvatska danas (28.9.2020.) *Česi i Slovaci u Hrvatskoj (1): Zajednička povijest i život u istoj državi, te mnoge kulturne i političke veze.* URL: <https://hrvatska-danas.com/2020/09/28/cesi-i-slovaci-u-hrvatskoj-1-zajednicka-povijest-i-zivot-u-istoj-drzavite-mnoge-kulturne-i-politicke-veze/> (26.3.2023.)

Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. (6.11.2022.) *Turizam.* URL: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=62763> (24.3.2023.)

Integraledu. *Tečajevi jezika u inozemstvu.* URL: <https://www.integraledu.hr/tecajevi-stranih-jezika> (28.8.2023.)

Intellecta – škola stranih jezika. *Što je hrvatski ukrao češkom?* URL: <https://www.intellecta.hr/blog/sto-je-hrvatski-ukrao-ceskom/> (26.8.2023.)

Kezele – škola stranih jezika i poslovne komunikacije. *10 razloga za učenje stranih jezika.* URL: <https://skola-kezele.hr/10-razloga-za-ucenje-stranog-jezika/> (25.8.2023.)

Gemeinsamer europäischer Referenzrahmen für Sprachen: lernen, lehren, beurteilen. Begleitband (2020). Stuttgart: Ernst Klett Verlag.

Leksikografski zavod Miroslav Krleža. *Hrvatsko-austrijski i hrvatsko-njemački odnosi*. URL: <https://croatia.eu/index.php?view=article&lang=1&id=57> (24.3.2023.)

Ministarstvo turizma i sporta (2011). *Analiza turističkog prometa u Republici Hrvatskoj*. URL: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/120209-turist-p2011.pdf> (24.3.2023.)

Ministarstvo turizma i sporta (2012). *Analiza komercijalnog turističkog prometa u Republici Hrvatskoj*. URL: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/120209-turist-p2011.pdf> (24.3.2023.)

Ministarstvo turizma i sporta (2013). *Turisti i noćenja u Republici Hrvatskoj u 2013. godini*. URL: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/140228-tpromet013.pdf> (24.3.2023.)

Ministarstvo turizma i sporta (2013). *Turistički promet u 2013. godini (službeni podaci)*. URL: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/140228-tpromet-013sl.pdf> (24.3.2023.)

Ministarstvo turizma i sporta (2014). *Turisti i noćenja u Republici Hrvatskoj u 2014. godini*. URL: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/150219_t-stat-014.pdf (24.3.2023.)

Ministarstvo turizma i sporta (2015). *Turistički promet od siječnja do prosinca 2015. godine. (službeni podaci)*. URL: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/015_160407_XII.pdf (24.3.2023.)

Ministarstvo turizma i sporta (2016). *Turistički promet stranih turista, siječanj – listopad 2016*. URL: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/161212_stat_X_016.pdf (24.3.2023.)

Ministarstvo turizma i sporta (2017). *Dolasci i noćenja turista u 2017*. URL: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/180213_DZS_2017.pdf (24.3.2023.)

Narodne novine.hr (04.01.2023.). *Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine*. URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023_01_2_18.html (02.10.2023.)

Narodne novine.hr (08.05.2013.). *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine* (02.10.2023.).

Sprachtest. URL: <https://www.sprachtest.de/> (2.9.2023.)

Trinajstić, M. (12.09.2016.) *Germanizmi u hrvatskom jeziku*. URL: <https://www.profil-klett.hr/germanizmi-u-hrvatskom-jeziku> (27.8.2023.)

Trinajstić, M. (13.06.2016.). *Zašto i kada učiti strani jezik*. URL: <https://www.profil-klett.hr/zasto-i-kada-uciti-strani-jezik> (25.8.2023.)

Vrbanac, L. (27.04.2014.). *Turističke regije u Hrvatskoj*. URL: <https://prezi.com/mvkcryqj3qjd/turisticke-regije-u-hrvatskoj/> (02.10.2023.).

Yvelle (16.08.2023.) *Slične riječi u hrvatskom i češkom jeziku s različitim značenjem*
URL: <https://yvellejezici.com/koje-rijeci-izgledaju-isto-ili-slicno-u-ceskom-i-hrvatskom-jeziku-a-imaju-drukcije-znacenje-1-dio/> (26.8.2023.)

Zakon.hr (20.03.2023). *Zakon o pružanju usluga u turizmu*. URL: <https://www.zakon.hr/z/343/Zakon-o-pru%C5%BEanju-usluga-u-turizmu> (24.3.2023.)

11. Prilozi

Prilog 1

Pitanja za intervju:

1. Kada ste rođeni?
2. Kojeg ste spola?
3. U kojem ste mjestu odrasli i gdje ste proveli većinu svog života?
4. Koja je Vaša razina obrazovanja te koju ste školu ili fakultet završili?
5. Koji Vam je materinski jezik?
6. Kojim se stranim jezicima koristite?
7. Gdje se naučili strane jezike?
8. Na koji ste način učili jezike?
9. Što Vas je potaklo na učenje jezika?
10. Koliko se dugo bavite turizmom?
11. Kojim se jezicima koristite u obavljanju svog posla?
12. Kojom se turističkom djelatnošću bavite, odnosno koji točno posao obavljate?
13. Prema Vašem mišljenju, koje je jezike najvažnije poznavati za rad u turističkom sektoru u Dalmaciji?
14. Dolazite li na radnom mjestu više u doticaj s Nijemcima ili Česima?
15. Možete li usporediti procese učenja i usvajanja češkog i njemačkog jezika? Koji od ta dva jezika smatrate lakšim za usvajanje?
16. Pomaže li poznavanje jednog jezika pri usvajanju drugog, iako možda nisu srodni? Kakva su vaša iskustva?
17. U kojoj mjeri Vaš posao zahtijeva poznavanje njemačkog/češkog jezika? (1-5)
18. U kojoj mjeri smatrate da Vam je poznavanje njemačkog/češkog jezika pomoglo pri zaposlenju? (1-5)
19. U koji nivo znanja jezika biste sami sebe uvrstili: A1-C2?
20. Prepoznajete li dijalekte stranih pokrajina, odnosno dijalekte koji nisu isključivo Hochdeutsch i obecná čeština?
21. Smatrate li se jezično nadarenom osobom?

Prilog 2

Suglasnost o sudjelovanju u audio snimanju za istraživanje

Odsjek za germanistiku
Odsjek za zapadnoslavenske jezike i književnosti
Filozofski fakultet
Sveučilišta u Zagrebu
Ivana Lučića 3

Suglasnost o sudjelovanju u audio snimanju za istraživanje

Snimanje se provodi u okviru istraživanja o usvajanju njemačkog i češkog jezika u sklopu turizma u Dalmaciji. Rezultati istraživanja bit će objavljeni u istraživačkom dijelu diplomskog rada pod nazivom *Turizam u Dalmaciji kao razlog usvajanja njemačkog i češkog jezika* na Katedrama za češki jezik Odsjeka za zapadnoslavenske jezike i književnosti i germanistici Filozofskog fakulteta u Zagrebu. Osobni podaci nigdje neće biti objavljeni.

1. Pročitao/la sam informacije o istraživanju.
2. Potvrđujem da sam dana _____ godine pristao/la na snimanje u svrhu istraživanja.
3. Razumijem da je moje sudjelovanje dobrovoljno i da se iz sudjelovanja u istraživanju mogu povući u bilo koje vrijeme bez navođenja razloga.
4. Razumijem da će se snimka koristiti isključivo u istraživačke svrhe te da pristup njoj imaju samo odgovorne osobe, to jest voditelj istraživanja i njegovi suradnici te članovi Etičkog povjerenstva Filozofskog fakulteta u Zagrebu.
5. Želim i pristajem sudjelovati u navedenom znanstvenom istraživanju.

Ime i prezime ispitanika: (upisati štampanim slovima)

Vlastoručni potpis: (potpisati)

Mjesto i datum: (upisati)

Ime i prezime osobe koja je vodila postupak Suglasnosti za snimanje: KORINA KOVAČIĆ

Mjesto i datum: (upisati)

Hvala na suradnji!