



MEĐUNARODNI ZNANSTVENI ČASOPIS
ZA KULTURU, TURIZAM I KOMUNICIRANJE

LIBURNA



LIBURNA

Sveučilište u Zadru
University of Zadar

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Department of Tourism and Communication Sciences

Sveučilište u Zadru
University of Zadar
Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Department of Tourism and Communication Sciences

UDK: 316.77+338.48

ISSN: 1848-5332

LIBURNA



Vol. 2, Br. 1, 2013.

Izdavač / Published by
Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Sveučilište u Zadru
Department of Tourism and Communication Sciences
University of Zadar

ADRESA UREDNIŠTVA / Address of the Editorial Board
Ulica dr. Franje Tuđmana 24 i, 23000 Zadar, HRVATSKA
Tel.: 023/345-039 E-mail: liburna@unizd.hr

GLAVNI UREDNIK / Editor-in-Chief
Jurica Šimurina

TEHNIČKI UREDNIK / Technical Editor
Vesna Kalajžić

TAJNICA / Secretary
Gabrijela Vidić

UREDNIČKI ODBOR / Editorial Board
Halmi, Aleksandar (Sveučilište u Zadru, Hrvatska)
Jere Lazanski, Tadeja (Univerza na Primorskem, Slovenija)
Krce Miočić, Božena (Sveučilište u Zadru, Hrvatska)
Kučiš, Vlasta (Univerza v Maribor, Slovenija)
Langer, Jozef (Universität Klagenfurt, Austria)
Sušac, Vlado (Sveučilište u Zadru, Hrvatska)
Zekanović Korona, Ljiljana (Sveučilište u Zadru, Hrvatska)

LEKTOR / Language Editor
Slavica Vrsaljko (hrvatski/Croatian)
Ivana Lozo (engleski/English)

Grafička obrada i tisak:
Artis dizajn d.o.o., www.artisdizajn.hr

ISSN 1848-5332
UDK: 316.77+338.48

Glasilo izlazi jedan put godišnje
The Journal is published once a year
Za članke odgovaraju autori
The authors take full responsibility for their papers
Odabir članaka i recenzenata obavio je urednički odbor
Papers and reviewers selection made by Editorial Board.

LIBURNA

Sveučilište u Zadru
University of Zadar
Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Department of Tourism and Communication Sciences

UDK: 316.77+338.48

Vol. 2, Br. 1, 2013.

ISSN: 1848-5332

SADRŽAJ / CONTENTS

ČLANCI / ARTICLES

- 9 Tomislav KR PAN,
Germanizmi u Narodnom listu od 1955. do 2005. godine
- 37 Marijana RAŽNJEVIĆ ZDRILIĆ,
Putopisi u Narodnom listu u prvom desetljeću 20. stoljeća
- 53 Tomislav KLARIN, Ana GUSIĆ,
Kultura putovanja mladih u Hrvatskoj i omladinski turizam
- 73 Shardy ABDULLAH, Arman A. RAZAK, Azizan MARZUKI, Mastara JAAFAR,
Assessing Tourist Satisfaction on Facilities Provided at Langkawi Island Gateway Jetty Terminals
- 93 Vinko BAKIJA, Marijana BULIĆ,
Održivi turizam kao razvojna mogućnost na primjeru Dugog otoka

PRIKAZI KNJIGA / BOOK REVIEWS

- 123 Žana KNEŽEVIĆ,
CULTURAL HERITAGE AND TOURISM - AN INTRODUCTION
(Dallen J. Timothy)
- 127 Petra PAULIĆ,
TOURISM ECONOMICS AND POLICY
(Larry Dwyer, Peter Forsyth and Wayne Dwyer)

GERMANIZMI U NARODNOM LISTU OD 1955. DO 2005. GODINE

Tomislav KRPAN

Odjelu za turizam i komunikacijske znanosti
Sveučilište u Zadru

UDK: <811.163.42'373.45:811.112.2>

:070(497.5 Zadar)“1955/2005“:

Izvorni znanstveni rad/Original scientific article

Primljeno: 4.4.2013.

SUMMARY

Language contacts have always been the result of historical and cultural contacts. German influence on the Croatian language has been going on for centuries. This paper shows the presence and use of loanwords taken from the German language with regard to the respective subject areas in specific volumes of the newspaper “Narodni list”, as well as adaptations of German loanwords on morphological and semantic levels. As a basis for the research of germanisms we used a weekly newspaper “Narodni list”, published in the period between 1955 and 2005. The results that we obtained show a great representation of germanisms in the selected years on the analyzed weekly newspaper.

Keywords: germanism, Croatian language, German language, newspapers, language adaption

UVOD I CILJ ISTRAŽIVANJA

Tijekom svoje povijesti hrvatski je jezik bio izložen raznim jezičnim i civilizacijskim utjecajima¹. Nakon latinskoga jezika, najznačajniji je utjecaj na hrvatski standardni jezik, kao i na razne hrvatske regiolekte i lokalne govore, ostavio njemački jezik².

¹ Povijesni pregled utjecaja njemačkoga jezika na hrvatski jezik daju primjerice Žepić, Stanko, *Zur Geschichte der deutschen Sprache in Kroatien*. Zagreber germanistische Beiträge 11, Zagreb 2002, pp. 209-227., i Štebih, Golub, Barbara, *Germanizmi u kajkavskome književnom jeziku*, Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje, Zagreb 2010.

² Stojić, Aneta, *Semantička prilagodba nadregionalnih njemačkih posuđenica*, Fluminensia, god. 18, br. 1, Rijeka 2006, pp. 51-63 je u svom radu opisala potpunu prilagodbenost utvrđenih nadregionalnih njemačkih posuđenica na semantičkoj razini.

Njemački je jezik u europskom, a posebno u srednjeeuropskom prostoru, godinama imao vrlo važnu ulogu na više razina, a u mnogim zemljama srednje i jugoistočne Europe bio je i službeni jezik. Međusobni dodiri, utjecaji i prožimanja hrvatskog i germanskog stanovništva trajali su stoljećima, a kao posljedica i rezultat tih povijesnih, kulturnih, gospodarskih i političkih odnosa svakako su i vrlo intenzivni jezični dodiri. S druge strane međusobni dodiri na području jezika, kao i utjecaj koji je njemački jezik kroz povijest ostavio na hrvatski jezik, vidljivi su na primjerima germanizama, tj. posuđenica iz njemačkog jezika³. Utjecaj njemačkog jezika na hrvatski ogleđa se na različitim jezičnim razinama: fonološkoj, morfološkoj, semantičkoj, leksičkoj, sintaktičkoj te stilističkoj. Najizraženiji se utjecaj očituje na leksičkoj razini koja je zbog svoje otvorenosti sklona različitim promjenama, pa tako i primanju elemenata drugih jezika.

Cilj rada je prikazati zastupljenost i učestalost posuđenica iz njemačkoga jezika na korpusu zadarskih tjednih novina "Narodni list" od 1955. do 2005. godine te navesti njihovu tematsku zastupljenost s obzirom na pojedina godišta novina. Moramo naglasiti da su posuđenice iz njemačkoga jezika slabo opisivane u jeziku tiska, opisivane su uglavnom na temelju govora i raznih istraživanja s informantima, stoga ovim radom želimo pridonijeti istraživanju germanizama u novinskim člancima⁴. U radu će se naznačiti kulturno-povijesni kontekst hrvatsko-njemačkih dodira na području sjeverne Dalmacije i grada Zadra. Također će se opisati postupci morfološke i semantičke prilagodbe utvrđenih njemačkih posuđenica na hrvatski jezik. Odabirom upravo ovih godišta analiziranog tjednika *Narodni list* željeli smo utvrditi razloge izvanjezičnih promjena i koje su to situacije utjecale na uporabu germanizama u određenom razdoblju. Na području grada Zadra, kao i na cijelom sjevernodalmatinskom prostoru, germanske posuđenice su se nalazile u posebnoj situaciji, budući da je značajan utjecaj talijanskog jezika na hrvatski jezik. U sjevernodalmatinskom području talijanske su posuđenice na isti način kao germanske u kajkavskom području prioritetni sastavni dio "najbližeg" lokalnoga, familijarnoga govora. Stoga se od istraživanja prisutnosti germanizama u zadarskom području očekuju zanimljivi

³ O pojmu posuđenica više vidjeti u: Riehl, Claudia Maria, *Sprachkontaktforschung, Eine Einführung*, Günter Narr Verlag, Tübingen 2004, p. 31.

⁴ Novine predstavljaju zanimljiv izvor za proučavanje posuđenica, jer prema Skelin-Horvat, Anita, *Posuđivanje u jezik u dvama razdobljima*, *Suvremena lingvistika* 57/58, Zagreb 2005, pp. 96-98, imaju zadaću informirati, zabaviti i propagirati, što omogućuje proučavanje posuđenica iz različitih područja ljudskog života i djelovanja. Pored toga, jezični stil novina odobrava upotrebu posuđenica. Germanizme u novinskim člancima istraživali su Pavić Pintarić, Anita i Biljan, Nikolina, *Germanizmi u ličkom tjedniku "List"*, *Didaktički putokazi*, 58, 2011, pp. 46-49. Autorice u radu istražuju utjecaj njemačkoga jezika u Lici i na korpusu tekstova u novinama "List" utvrđuju ukupno 401 germanizam, od čega je 179 različitih germanizama. Krpan, Tomislav, *Germanizmi u hrvatskom jeziku sjeverne Dalmacije*, Sveučilište u Zadru, Zadar 2007., istražuje germanizme na korpusu dnevnih i tjednih novina sjeverne Dalmacije u kojima bilježi znatnu uporabu posuđenica iz njemačkoga jezika.

rezultati i neke nove spoznaje u okviru teorije jezičnih kontakata u sjecištu slavenske, romanske i germanske kulture⁵.

Korpus koji će se analizirati odnosi se na pisani jezik odabranih godišta tjednika "Narodni list". Germanizme ćemo navoditi i izolirano u pripadajućim klasama, te u rečenicama, koje su utvrđene u korpusu. Za izvornu riječ u njemačkom jeziku koristit ćemo riječ "model", a za posuđenu riječ "germanizam", "posuđenica" ili "replika".⁶ Pojam "germanizam" koristit ćemo u najširem značenju, tj. za svaku «posuđenicu koja je došla bilo posrednim bilo neposrednim putem s njemačkog govornog područja». U ovome radu pozivamo se i na istraživanja autora koji su analizirali posuđenice iz njemačkoga jezika u novinskim člancima, a kao izvore koristili smo Klaićev⁷, Anić-Goldsteinov Rječnik stranih riječi⁸ i Anićev Rječnik hrvatskoga jezika⁹, te Dudenov jednojezični njemački rječnik¹⁰, Dudenov veliki rječnik stranih riječi¹¹, Dudenov etimološki rječnik¹², Klugeov etimološki rječnik njemačkog jezika¹³ te Austrijski rječnik¹⁴.

ODREĐENJE POJMA "GERMANIZAM"

S obzirom da je pojam germanizam heterogen, o čemu su pisali mnogi strani i domaći autori¹⁵ pritom iznoseći različita mišljenja i pristupe, mali broj autora daje definiciju pojma, navest ćemo samo nekoliko autora koji određuju pojam posuđenica iz njemačkog jezika, koje se u lingvističkoj literaturi nazivaju "germanizmima". S. Babić definira pojam germanizam tako da tvrdi da "sve što u hrvatskom jeziku potječe neposredno ili posredno iz njemačkoga jezika možemo smatrati germanizmom, ali je očito da svi tako određeni germanizmi nisu istovrsni"¹⁶. U pokušaju što boljeg određivanja i preciziranja pojma *germanizam* isti autor razlikuje prave i neprave germanizme. Nepravi germanizmi nazvani

⁵ O zastupljenosti i ulozi germanizama na području sjeverne Dalmacije navodimo istraživanje T. Krpana. U: Krpan, Tomislav, *Germanizmi u hrvatskom jeziku sjeverne Dalmacije*, Sveučilište u Zadru, Zadar 2006.

⁶ Integralni elementi jezika primaoca, odnosno posuđene leksičke jedinice u tradicionalnoj se lingvistici i u općem jeziku nazivaju posuđenicama (njem. *Lehnwort*, engl. *loan word*), dok aktualna terminologija dodirnoga jezikoslovlja rabi izraz *replika*. *Model* je pak termin za element jezika davaoca koji se pri procesu jezičnoga posuđivanja najprije pojavljivao u iskazima govornika jezika primaoca, a zatim se društvenim sankcioniranjem i sistemskolingvističkom adaptacijom premetnuo u odgovarajuću repliku u sklopu sustava jezika primaoca. Usp. Piškorec, Velimir, *Germanizmi u govorima durđevačke Podravine*, FF-press, Zagreb 2005, p. 27.

⁷ Klaić, Bratoljub, *Rječnik stranih riječi*, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb 1998.

⁸ Anić, Vladimir/Goldstein, Ivo, *Rječnik stranih riječi*, Novi liber, Zagreb 1999.

⁹ Anić, Vladimir, *Rječnik hrvatskoga jezika*, Novi liber, Zagreb 1998.

¹⁰ Duden, *Deutsches Universalwörterbuch A-Z*, Dudenverlag, Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich 1996.

¹¹ Duden, *Das große Fremdwörterbuch*, Dudenverlag, Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich 2007.

¹² Duden, *Das Herkunftswörterbuch*, Duden Band 7, Bibliographisches Institut, Mannheim, Wien, Zürich 1963.

¹³ Kluge, Friedrich, *Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache*, Walter de Gruyter, Berlin 1975.

¹⁴ *Österreichisches Wörterbuch 1-2*, ur. H. Fussy/U. Steiner, News Edition 2001.

¹⁵ Od stranih autora koji su istraživali posuđenice iz njemačkog jezika na prostoru Hrvatske i nekadašnje Jugoslavije izdvajamo H. Striedter-Temps, E. Schneeweisa, M. Rammelmeyera, W. Oschliesa, a od hrvatskih autora M. Gojmerca, I. Medića, N. Ivanetić, A. Pavić Pintarić, A. Stojić, V. Piškorca, B. Štebih Golub, T. Talangu, M. Turk, S. Turkovića i S. Žepića.

su i polugermanizmima, koji su u hrvatski jezik došli kao posljedica utjecaja nekog trećeg jezika ili prividnim germanizmima, a to su nenjemačke riječi, koje su došle u hrvatski preko njemačkog jezika. Polugermanizmi bi bili npr. *frtalj*, *hahar* ili *huncut*, pri čemu je mađarski, ili, u riječi *sala*, talijanski jezik bio posrednik. Simeon (1969.) daje za riječ germanizam tri značenja: «1. općenito nešto što je svojstveno Njemačkoj, a uvedeno je u drugih naroda ili u druge jezike (običaj, jezik itd); 2. znači riječ, izraz konstrukciju svojstvenu njemačkom jeziku, uzetu samu po sebi ili unesenu u druge jezike ili pak načinjenu prema njemačkom jeziku i 3. u širem smislu – riječ, izraz, ili konstrukcija preuzeta iz bilo kojega germanskog jezika ili načinjena prema njemu, koja nije u skladu s jezikom u koji je ušla.»¹⁷ N. Ivanetić u radu *Germanismen in der čakavischen Mundart von Bribir* pri određivanju definicije pojma "germanizam" poziva se na Simeona (1969) i navodi: "Najprije se postavlja pitanje što se germanizmom smatra, pod tim pojmom se obično podrazumijevaju jezični elementi, koji potječu, kako iz njemačkih, tako i iz ostalih germanskih jezika".¹⁸ Očigledno je da se u većini slučajeva *germanizam* definira kao riječ preuzeta iz njemačkoga te da se ona prilagođuje sustavu jezika koji ju preuzima. Stoga ćemo preuzeti definiciju po kojoj *germanizam* znači "njemačku riječ koju iz njemačkog jezika neposredno ili posredno preuzima hrvatski kao jezik primalac, a njezina adaptacija, koja počinje u trenutku kad se prvi put upotrijebi u jeziku primaocu, traje sve dok se potpuno ne integrira u sustav toga jezika".¹⁹ U našem radu pod pojmom *germanizam* podrazumijevamo sve riječi posuđene iz njemačkog jezika, koje su posrednim ili neposrednim putem došle u hrvatski jezik. Tako bismo, dakle, mogli *germanizam* definirati kao svaku riječ iz njemačkog jezika koja je neposrednim ili posrednim putem došla u hrvatski jezik i koja je s vremenom doživjela proces adaptacije. U našoj definiciji *germanizma* naglašavamo činjenicu da se radi o riječi preuzetoj iz njemačkoga jezika koja se kao strana riječ tijekom transfera mora prilagoditi da bi se mogla integrirati u sustav hrvatskoga jezika.²⁰

¹⁶ Babić, Stjepan, Njemačke posuđenice u hrvatskom književnom jeziku. U: Hrvatska jezikoslovna čitanka, Globus, Zagreb 1990., pp. 217.

¹⁷ Simeon, Rikard, *Enciklopedijski rječnik lingvističkih naziva I, II*, Matica hrvatska, Zagreb 1969, p. 396.

¹⁸ "Erstens stellt sich die Frage danach, was mit Germanismus gemeint ist, denn gewöhnlich versteht man darunter Sprachelemente, die sowohl aus der deutschen als auch aus anderen germanischen Sprachen stammen". U: Ivanetić, Nada, *Germanismen in der čakavischen Mundart von Bribir* Zagreber germanistische Beiträge, br. 6 Zagreb 1997, p. 111.

¹⁹ Filipović naglašava da želimo li odrediti porijeklo adaptiranoga germanizma ili kojeg drugog *-izma*, treba se vratiti u jezik davalac, njemački ili koji drugi jezik, i utvrditi njegov izvor, tj. onu riječ u jeziku davaocu od koje se razvila posuđenica. U: Filipović, Rudolf, *Jeziči u kontaktu i jezično posuđivanje*, Suvremena lingvistika, br. 4, Zagreb 1967, p. 80.

²⁰ Zanimljivo je da se umjesto za naziv "germanizam" Kravar zalagao za uporabu termina "teutonizam" (da se pod germanizmom ne bi shvaćale posuđenice iz svih germanskih jezika) "Na žalost nije uspio. Talijani su u boljoj situaciji nego mi: raspolazu terminom *tedeschismo*". U: Muljačić, Žarko, *O dvjema vrstama hrvatskih 'pseudoromanizama'*, Filologija, knjiga 40, Zagreb 2003, p. 95-112.

ANALIZA KORPUSA NOVINSKIH TEKSTOVA

Pristupajući ovom radu i analizi posuđenica iz njemačkog jezika na prostoru sjeverne Dalmacije postavili smo hipotezu o velikoj zastupljenosti germanizama²¹. Pri tom se uzima u obzir činjenica da ovaj kraj nije neposredno geografski vezan uz zemlje njemačkoga govornog područja, za razliku od prostora sjeverne Hrvatske. Stoga utjecaj njemačkog jezika ovdje nije bio izravan, također se uvažila činjenica da su talijanski jezik i kultura ostavili značajnijeg traga na ljude i život ovdašnjeg kraja. Usprkos tomu utvrdili smo razmjerno veliki broj germanizama, čija zastupljenost i učestalost u tekstovima Narodnog lista pokazuje tragove koje je njemački jezik na ovim prostorima imao kroz povijest, kao i utjecaj koji još uvijek traje.

Da bismo istražili kako se u razdoblju od sredine dvadesetog i početka dvadeset i prvog stoljeća manifestira utjecaj njemačkog jezika na hrvatski jezik u analiziranim novinama, osvrnut ćemo se samo na broj obrađenih germanizama u ovom korpusu, germanizme smo pronašli u 122 članaka. Pri istraživanju koristili smo kvantitativnu i kvalitativnu metodu analize sadržaja, a za podlogu našem istraživanju odabrali smo korpus pisanih tekstova ovog zadarskog tjednog lista. Odabrali smo cjelokupna godišnja izdanja "Narodnog lista", iz 1955., 1965., 1975., 1985., 1995. i 2005., dakle obuhvatili smo vremensko razdoblje od pedeset godina. Za te smo se godine odlučili zato što su, svaka za sebe, veoma karakteristične u kontekstu hrvatsko-njemačkih odnosa. Usporedimo li odnos navedenih godina, osobito ako se promatraju dijakronijski, najbolje se pokazuje narav promjena koje su nastupile u vezi s primanjem germanizama u hrvatski jezik na zadarskom području. Tako odabran korpus može poslužiti kao podloga ne samo za lingvističko istraživanje, nego i za proučavanje njemačkih kulturnih i civilizacijskih utjecaja na hrvatski jezik na području grada Zadra.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Analiza pokazuje da ukupan broj svih utvrđenih germanizama (s ponavljanjima) u našem korpusu iznosi 2.618 germanizma. U taj su broj uključene i izravne posuđenice iz njemačkog jezika, kao i neki u manjem broju hibridni oblici²² koji sadrže njemačke leksičke elemente. Od ukupno 361 izdanja na 7.511

²¹ Već smo naveli niz autora koji su istraživali značajnu zastupljenost posuđenica iz njemačkoga jezika u Hrvatskoj, tako primjerice Stojić, Aneta *Semantička prilagodba nadregionalnih njemačkih posuđenica*, Fluminensia, god. 18, br. 1, Rijeka 2006, p. 54, analizira prostornu raslojenost germanizama po hrvatskim regijama i pokazuje da je najveći broj njemačkih posuđenica evidentiran u zagrebačkom govoru (61% istražene građe) što je objašnjivo na temelju povijesnih čimbenika. Druga regija po zastupljenosti njemačkih posuđenica je Podravina (58%), a zatim slijede Primorje (56%), Slavonija (55%), Gorski kotar (54%), Dalmacija (39%). Najmanje je njemačkih posuđenica evidentirano u Istri.

²² Pod ovim pojmom podrazumijevamo poluprevedenice.

stranica navedenog analiziranog lista, posuđenice iz njemačkog jezika pronašli smo u 1.307 rečenica²³. Analiza započinje zadarskim tjednikom "Glas Zadra" iz 1955., koji je te godine izišao u 53 broja i sadrži ukupno 348 stranica. Nastavak lista *Glas Zadra* je *Narodni list*, novine koje su pokrenute kao narodnjačko "glasilo za interese hrvatskog naroda", a danas je to informativni dnevnik Zadarske županije²⁴. Naša analiza pokazuje od ukupno 2.618 germanizma zabilježena u korpusu, najveći broj posuđenica iz njemačkoga jezika (558) pronađen je u "Narodnom listu" iz 2005. godine.

Tablica br. 1 prikazuje zastupljenost germanizama u pojedinim godištim novine:

	GZ 1955.	NL 1965.	NL 1975.	NL 1985.	NL 1995.	NL 2005.	Ukupno
Broj izdanja ²⁵	53	51	51	52	52	52	361
Uk. broj stranica	348	562	868	1047	1776	2910	7511
Broj rečenica	189	228	188	276	241	185	1307
Broj posuđenica	321	456	359	518	406	558	2618

Izvor: Vlastito istraživanje

Utvdili smo da se najmanji broj posuđenica iz njemačkog jezika javlja 1955. godine, tj. u prvoj godini obuhvaćenoj našom analizom. Te godine zabilježili smo ukupno 321 germanizam, a razlog tako malog broja germanizama, u odnosu na kasnija vremenska razdoblja mogao bi biti odnos prema njemačkom jeziku koji je u to vrijeme bio negativno percipiran, čime je smanjena uporaba germanizama. Germanizmi se iz tog razdoblja prvenstveno odnose na područja obrta, naziva alata i dijelova strojeva (*dizna, farba, freza, majstor, mašina, preciz-mehaničar, plug, rajs šina, rašpa, rentgenski, špula, štof, urar* itd.). Posebno obilježje novinskih tekstova poslijeratnog doba (pedesete godine dvadesetog stoljeća) naglašena je zastupljenost leksika vezanog za ratne, vojne i političke događaje. Navest ćemo nekoliko germanizama koji se javljaju samo u tom razdoblju, a odnose se na spomenutu tematiku: *blickrig, gevermašina, kancelar, logoraš, rajh, štab* itd. Deset godina kasnije, 1965. god., zamijećen je njihov znatniji porast.

²³ U tablici br. 1 pod „Broj rečenica“ navedene su rečenice u kojima su utvrđeni germanizmi.

²⁴ Prvi broj ovog tjednika izašao je 1. ožujka 1862. godine. "Narodni list" iz 1965. godine ima 51 broj s ukupno 562 stranica, godine 1975. ima 51 broj s 868 stranica, godine 1985. izlaze 52 broja s 1.047 stranice, 1995. godina sadrži 52 broja s 1.776 stranica, a 2005. izlaze 52 broja s 2.910 stranica.

²⁵ Riječ je o sveukupnom godišnjem broju izdanja pojedine novine.

Rezultat takvog stanja vidimo u činjenici što je sve veći broj niskokvalificirane radne snage iz naše zemlje odlazio na rad u zemlje njemačkog govornog područja, tj. u Zapadnu Njemačku, Austriju i Švicarsku i koji su pri povratku u domovinu koristili riječi iz njemačkog jezika koje su prelazile iz užeg obiteljskog u sve širi govor domaćeg stanovništva i tako su zadržavale i postajale sastavnim dijelom svakodnevnog razgovornog jezika. U šezdesetim godinama dvadesetog stoljeća još uvijek nalazimo brojne ratne i vojne termine (*firer, konclogor, logor, komandant, regrut, šljem, šmajser, štuka* itd.). Za te godine također je karakterističan nastavak obnove i izgradnje zemlje, što se odrazilo i na veću zastupljenost germanizama koji se odnose na termine vezane uz gradnju kuća i objekata različite namjene, uz građevinski materijal, alate i strojeve (kao npr. *cigla, farbanje, malta, malter, mel, ofarbati, šaraf, šmirglati, šoder, špahtla, štokovi, tišljar, vaservaga* itd.). To je ujedno vrijeme jačanja turizma i sve većeg dolaska njemačkih i austrijskih turista na Jadran. Izražena je potreba za sve većim korištenjem i učenjem njemačkog jezika radi kontakta s gostima, bilo turističkih djelatnika, bilo ostalih građana, koji su se sve više počeli baviti ugošćivanjem stranih gostiju. To razdoblje neizbježnih *Zimmer frei* natpisa i uporaba mnogih riječi vezanih uz termine i predmete za more, odmor i ljetovanje (*badeancug, bezecirati, ferije, rasfriškati, šlahuh*), općenito, nužno se je odrazilo i na uporabu riječi iz njemačkog jezika u pisanom jeziku novina. Iako su naša istraživanja pokazala da je uporaba germanizama u analiziranim novinama *Narodni list* iz 1975. godine neznatno manja u odnosu na prethodno desetljeće, sedamdesetih je godina uporaba germanizama još uvijek vrlo velika (zabilježili smo ih 359), što je rezultat snažnog razvoja turizma i gospodarskog napretka općenito. Tih godina najzastupljeniji germanizmi vezani su za turizam, odmor i putovanja: *bedeker, kofer, londiner, luft madrac, ruksak, špica* (sezona) itd. Sedamdesete godine označavaju ekonomski i industrijski razvoj zemlje, ali i odlazak domaćeg stanovništva na rad u zemlje njemačkoga govornog područja, razlozi su bili politički i ekonomski. Povremenim dolascima u domovinu upotrebljavali su njemačke riječi (osobito stručne termine i nazive), te ih sve učestalije uvrštavali u leksik hrvatskoga jezika. U ovom periodu znatnije su zastupljeni germanizmi koji se odnose na odjeću, odjevne predmete, obuću, posteljinu i predmete vezane uz njih (*ciferšlus, cvike, deka, falda, isflean, kofer, mašina* (za pletenje), *mašina* (šivaća), *nitna, ocufati, pegla, peglati, šlapa, šnajderica, štof, štrikati, taška, veš, vešeraj, vešmašina* itd.), na automobile, njihove dijelove i popravak (*anlaser, autolakirer, brenzati, bremz/a/, curik, dizel, getriba, kiper, kuplung-ler, ler, rikverc, šlepati, šleper, šoferšajba, štosdenfer* itd.) i na vrste jela i pripremu hrane (*cukar, dinstati, griz, karfiol, naribati, prezla, rerna, roštilj, šlag, štaub šećer, tegla* itd.). Također se u to vrijeme bilježe brojni germanizmi koji se odnose na namještaj (*lampa, luster, madrac, regal, špiglo, štoklice, tepih* itd.),

kućanske aparate i pribor (*beštek, flajšmašina, flaša, korpa, ladica, ladičar, mašina* (za veš), *pegla, rostfracj (žlice), šalica, šporet, vaga* itd.), alate i strojeve (*bor mašina, boš pumpa, freza, hoblarica, kramp, let-lampa, mašina* (stolarska), *pikamer, plug, pumpa, šaraf, švajs aparat, tipla* itd.). Godine 1985. bilježimo 518 germanizama. To je znatno povećanje broja germanizama u odnosu na prethodna desetljeća. Razloge tomu možemo tražiti također u gospodarskim kontaktima naše zemlje sa zemljama njemačkog govornog područja. Iako se od 1985. međudržavni odnosi i privatni kontakti nisu smanjivali, već naprotiv, povećavali, broj se germanizama zabilježenih u novinama 1995. godine u odnosu na prethodno razdoblje smanjio. To možemo protumačiti novim smjernicama u procesu osamostaljenja Republike Hrvatske i sve veće brige za nacionalni jezik Hrvata, brige oko normiranja i standardizacije hrvatskog književnog jezika i posebno njegova leksičkog fundusa, te, u skladu s tim, do uvođenja institucije lektora u izdavačkim kućama i uopće do veće profesionalnosti u uređivanju novina. Kao i davnih pedesetih godina, prvu polovicu devedesetih godina karakterizira u novinskim tekstovima, između ostalog, upotreba ratnih, vojnih i specifičnih političkih termina, a razlog tomu je Domovinski rat i oslobađanje Hrvatske od srpsko-crnogorskog agresora: *futrola, geler, gevermašina, kasarna, naciljati, oficir, oficirčić, pancERICA, pancir* (košulja), *pancirka, šljem, štab, vicekancelar* itd. Međutim, kvantitativno većina se germanizama devedesetih godina u našem korpusu odnosi na trgovinu i uslužne djelatnosti: *bofl* (roba), *drogerija, faliti, frizer, frizeraj, frizura, gasthaus, grill-terasa, kasa, kelner, koštati, lakirer, pakirati, pfenig, prošvercati, šank, šankerica, šminka, šminkanje, šparati, šparenjati, štand, štander, švarc market, šverc, švercanje, švercer, tapecirati, itd.*, na graditeljstvo, građevinski alat i materijal: *bauštela, cigla, farbati, farbanje, kit, kran, majstor, malta, malter, mišung, pleh, presati, renovati, rohbau, šiber, štemati, tapet, tišljar, uramiti* itd. i na automobile, njihove dijelove i popravak: *auspuh, brenzica, cilindar, dizel, felga, gedore, gepek, graba, hauba, kiper, kleme, kuplung, naštelati, pak-treger, pakne, radkapa, remenje, rikverc, sajla, šajba, šlepati, šleper, štelovati* itd. Zanimljivo je istaknuti da smo 2005. godine zabilježili veliki broj germanizama u analiziranom korpusu (ukupno 558), što pokazuje da je zastupljenost germanizama još uvijek vrlo značajna. Najzastupljeniji germanizam našeg cjelokupnog korpusa je imenica *špica*. Ta imenica se javlja 63 puta i to u svim godištim novina našeg korpusa.

MORFOLOŠKO-TVORBENA PRILAGODBA GERMANIZAMA

Glavni cilj analize morfoloških adaptacija germanizama korpusa bio je utvrditi u kojoj su se mjeri i kako prilagodili hrvatskome morfološkom sustavu. Tijekom jezičnoga posuđivanja model prolazi čitav niz morfoloških prilagodbi

kako bi se uklopio u morfološki sustav jezika primatelja. Tako se i na morfološkoj razini prilagođava oblik modela iz njemačkog jezika morfemima iz hrvatskog jezika za pojedinu vrstu riječi i morfološkim kategorijama vezanim za nju²⁶.

U ovom ćemo dijelu našeg rada analizirati promjene kroz koje germanizmi prolaze na morfološkoj razini u procesu adaptacije iz jezika davatelja u jezik primatelj. Sve se te promjene provode na osnovi supstitucije na morfološkoj razini, koju nazivamo *transmorfemizacijom*. Ta razina obuhvaća sve promjene kroz koje prolazi osnovni oblik jezika primatelja (hrvatskog), te sve slućajeve koji pokazuju kako se zakoni hrvatskog jezika primjenjuju na osnovni oblik modela. Prema pravilima supstitucije na morfološkoj razini u procesu adaptacije modela u repliku, morfemi posuđenica iz njemačkog jezika usklađuju se s morfološkim sustavom hrvatskog jezika. O nultoj transmorfemizaciji možemo govoriti kada se preuzeta rijeć sastoji samo od slobodnog morfema. Ova se transmorfemizacija provodi prema formuli: slobodni morfem + nulti vezani morfem. U tom je slućaju replika jednaka modelu. R. Filipović (1986: 119) uvodi razlikovanje između primarne i sekundarne adaptacije na morfološkoj razini. U fazi primarne adaptacije strana se rijeć prilagođava morfološkom sustavu jezika primatelja, dok standardna faza obuhvaća sve promjene do kojih dolazi poslije integracije u sustav jezika primatelja, što se prvenstveno odnosi na tvorbu rijeći. Kad se govori o posuđenicama koje su u hrvatski jezik došle iz njemačkoga jezika, onda moramo naglasiti da se uglavnom radi o imenicama i glagolima. Znatno su manje zastupljene ostale vrste rijeći, u prvom redu pridjevi te prilozi, dok je broj ostalih vrsta rijeći gotovo zanemariv.

IMENICE

U kontaktnoj lingvistici poznata je teza da se najćešće posuđuju imenice.²⁷ Imenice u odnosu na ostale vrste rijeći ćine daleko najveći postotak germanizama tvoreći se pomoću nastavaka imenica hrvatskog jezika. U korpusu smo utvrdili: a) replike koje su dobile imenske tvorbene sufikse (-a, -aj, -anje, -ar, -ac, -aš, -anc, -ca/-ica, -er, -ija, -il, -la, -na, -or i b) replike koje imaju nulti sufiks. Takve replike završavaju na konsonante h, k, l, n.

²⁶ Prema Filipoviću tvrdi da je jezićno posuđivanje uglavnom ogranićeno na slobodne leksićke morfeme koji prelaze iz jednog jezićnog sustava u drugi bez ogranićenja. Preuzimanje slobodnih morfema jezika davaoca najćešće zadovoljava potrebe jezika primatelja za novim rijećima kojima će se oznaćiti nove stvari i pojmovi. U: Filipović, Rudolf, *Teorija jezika u kontaktu: uvod u lingvistiku jezićnih dodira*, JAZU-Školska knjiga, Zagreb 1986, p. 117.

²⁷ Grotzky, sek. cit. prema B. Štebih, je u svome korpusu posuđenica ustanovio sljedeći omjer: imenice 83%, glagoli 12,5%, pridjevi 4,5%. U: Štebih Golub, Barbara, *Germanizmi u kajkavskome knjićezonom jeziku*, Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje, Zagreb 2010, p. 100.

Tablica br. 2: Zastupljenost vrsta riječi u našem korpusu

	GZ 1955.	NL 1965.	NL 1975.	NL 1985.	NL 1995.	NL 2005.	Ukupno
Imenice ²⁸	165	251	215	330	249	103	1313
Ime. (M)	89	145	126	189	144	62	755
Ime. (F)	64	94	78	136	96	34	502
Ime. (N)	12	12	11	5	9	7	56
Glagoli	22	26	25	24	24	19	140
Pridjevi	24	18	13	36	24	13	128
Prilozi	-	-	1	-	-	2	3
Brojevi	-	-	2	2	-	-	4

Izvor: Vlastito istraživanje

Morfološka se struktura imenica može svrstati u nekoliko skupina. Najčešće su to jednosložne imenice muškoga roda (*štof, plac, pleh*) te one koje završavaju tvorbenim sufiksom **-er**: *maher (Macher), feler (Fehler), šnajder (Schneider), šuster (Schuster)*, itd. Skupina njemačkih imenica na **-er** u hrvatskom jeziku dobiva također tvorbeni morfem **-ra**: *fudra (Futter)*. Iako postoji nekoliko imenica koje su u procesu adaptacije izgubile njemački morfem **-e** (*špic – Spitze*), veliki dio korpusa čine imenice čiji se tvorbeni morfem adaptirao prema tvorbenim pravilima hrvatskoga jezika. Tako se **-e, -el, -en** u pravilu transformiraju u **-a**, rjeđe **-na, -la** i upućuju na ženski rod imenica: *farba (Farbe), kragna (Kragen), štrudla (Strudel), kifla (Kipfel)*. Sufiks **-lein** također je transformiran u hrvatski nastavak **-la**: *frajla (Fräulein)*, rjeđe: *frajlica*. Neke su zbirne imenice sačuvale njemački tvorbeni morfem **-aj** (od **-ei**), kao npr. *šnajderaj, tišljeraj, lumperaj*, a glagolske su imenice dobile nastavak **-ovanje**: *filovanje (Füllung), šalovanje (Schallung)*. U našem korpusu bilježimo i primjere hibridnih i neizravnih posuđenica, u kojima je osnova složenice domaća riječ ili posuđenica. Složenice, kod kojih je jedan dio posuđen iz njemačkog jezika, a drugi dio ima korijen riječi iz hrvatskoga jezika, pojavljuju se vrlo rijetko. Kao primjere neizravnih složenica možemo navesti imenice *blicpitanje < Blitz + pitanje, šampita < Schaum + pita, šperploča < Sperr + ploča, kinderjaje < Kinder + jaje, šiberorata < Schieber + vrata, štaubšecer < Staub + šecer*. Mnoge su složenice preuzete iz njemačkoga u potpunosti ili

²⁸ Imenice sam podijelio s obzirom na rod: M označava muški rod, F se odnosi na ženski, a N na srednji rod.

uz manje adaptacije, kao npr.: *badeancug* (*Badeanzug*), *badekostim* (*Badekostüm*), *baušteta* (*Baustelle*), *blickrig* (*Blitzkrieg*), *blokflauta* (*Blockflöte*), *bormašina* (*Bohrmaschine*), *federšajba* (*Federscheibe*), *flajšmašina* (*Fleischmaschine*), *gastarbajter* (*Gastarbeiter*), *hozentregeri* (*Hosenträger*), *kinderbet* (*Kinderbett*), *kulturtreger* (*Kulturträger*), *lederjakna* (*Lederjacke*), *ligenštul/ligeštul* (*Liegenstuhl*), *luftmadrac* (*Luftmatratze*), *plehmuzika* (*Blechmusik*), *radkapa* (*Radkappe*), *rolšue* (*Rollschuhe*), *šilterkapa* (*Schildkappe*), *šundliteratura* (*Schundliteratur*), *vaservaga* (*Wasserwaage*), *vindjakna* (*Windjacke*). Svakako treba istaknuti i eliptičnu uporabu određenog broja složenica. Najčešće se radi o gubljenju jednoga dijela složenice: *halter* (*Strumpfhalter*), *špajza* (*Speisekammer*), *štikla* (*Stöckelschuh*), *šos* (*Rockschoß*), *pegla* (*Bügeleisen*).

ODREĐIVANJE RODA

Morfološka adaptacija imenica obuhvaća istodobno određivanje morfološkog oblika i roda. Rod je u njemačkom, kao i u hrvatskom, gramatički, a može se označiti sa sva tri tipa transmorfemizacije. Kao i hrvatski jezik, njemački jezik poznaje sva tri roda. Posuđene imenice u hrvatskom jeziku dobivaju obilježja roda i sklanjaju se. Njemački kao i hrvatski jezik poznaje kategorije prirodnog i gramatičkog roda (muški, ženski i srednji rod), koji je u njemačkom naznačen određenim ili neodređenim članom ispred imenice, a vrlo često i karakterističnim imeničkim nastavcima. Međutim, najveći broj imeničkih posuđenica iz njemačkoga jezika u hrvatskom jeziku javljaju se u muškom²⁹ ili ženskom rodu. Srednjeg su roda jedino posuđenice supstantiviranih infinitiva, tj. hrvatske glagolske imenice s nastavkom **-(ir)anje**.

PROMJENE RODA

Analizom imenica našeg korpusa utvrdili smo da je kod 124 imenice došlo do promjene roda. Navest ćemo nekoliko imenica koje su promijenile rod ulazeći kao posuđenice u hrvatski jezik: *cigla* (*der Ziegel*), *cilj* (*das Ziel*), *fleka* (*der Fleck*), *getriba* (*das Getriebe*), *krama* (*der Kram*), *putar* (*die Butter*), *šaraf* (*die Schraube*), *šnicla* (*das Schnitzel*), *špiglo* (*der Spiegel*), *štala* (*der Stall*), *štimumg* (*die Stimmung*), *štrudla* (*der Strudel*), *veš* (*die Wäsche*) itd

²⁹ Istraživači jezičnih dodira (A. Schmaus, R. Filipović, L. Sočanac, V. Piškorec) ustanovili su da među posuđenicama u hrvatskom jeziku prevladavaju maskulina, pa govore o tendenciji muškoga roda, koju Filipović, Rudolf, *Teorija jezika u kontaktu: uvod u lingvistikiju jezičnih dodira*, JAZU-Školska knjiga, Zagreb 1986, p. 130 definira kao „obuhvatniji princip prema kome većina posuđenica dobiva muški rod“.

ADAPTACIJA PADEŽA I BROJA IMENICA

Opće je pravilo morfološke adaptacije čim se posuđenica potpuno integrira u sustav jezika primatelja kao replika, preuzima sve oblike tog sustava. Imenice se integriraju u sustav deklinacija jezika primatelja i sklanjaju se prema paradigmi ovisno o rodu³⁰. Imenice koje završavaju u njemačkom jeziku na konsonant zadržavaju konsonant i u jeziku primatelju: a) u mnogim germanizmima zadržan je njemački sufiks **-er**: *feler*, *špricer*, *bager*, ali u sekundarnoj adaptaciji nekih germanizama zamijenjen je domaćim sufiksom **-ar**: *putar*, *cukar*³¹. Skupina njemačkih imenica ženskog roda adaptirana je u hrvatski jezik kao imenice muškog roda, npr. *putar*. Njemačke imenice srednjeg roda uglavnom su adaptirane u germanizme muškog roda: *pleh*, *frištik*. b) Druga skupina dobiva u jeziku primatelju morfem **-a**: *šunka*, *fleka*, njemački sufiks **-el** adaptiran je **-el** > -la: *štikla*, *krigla*, *špahtla*; njemački sufiks za imenice **-er** adaptiran je u **-ra**: *cifra*, a u skupini imenica zadržan je **-er** (npr. *špricer* < *Spritzer*). Replike s nastavkom **-ra** možemo podijeliti u dvije grupe s obzirom na njihov način tvorbe: a) e > ra (*Kiste* > *kištra*) i b) er > ra (*Muster* > *muštra*).

- *Na štandu je stajala još jedna kištra puna povrća.* (NL, 1975., 1233 (7116), 12)³²

- *Muštra je već na štandu, iako mi je to sve jako vicasto.* (NL, 1985., 1747 (7547), 9)

Tvorbeni morfem jezika primatelja **-a** povlači sa sobom i promjenu roda germanizma u ženski rod ako model nije bio ženskog roda, pa su tako njemačke imenice muškog roda adaptirane u germanizme ženskog roda: *šunka*, *fleka*, *štikla*, *krafna*, isto kao i njemačke imenice srednjeg roda: *muštra*/ *muštra*.

- *Kad konobar, najzad, priđe njihovom stolu, naručiše špricere.* (NL, 1965., 724,4)

- *Štikle i štiklice su u modi.* (NL, 1995., 8087, 25)

- *Ta linija se baš i nije isplatila, nešto se je jeftino kupilo na "švarc marktu", popilo koju kriglu piva i pojelo nekakav skromni sendvič sa šunkom, šunkericom i sirom, tankim sirom.* (NL, 1995., 8050, 6)

³⁰ Kad je određen rod imenice, određena je i njezina deklinacija. U: Filipović, Rudolf, *Teorija jezika u kontaktu: uvod u lingvističku jezičnu dodira*, JAZU-Školska knjiga, Zagreb 1986, p. 133.

³¹ Duden navodi da je srvnj. *zucker* tvoreno prema tal. *zuccher*, koje potječe od arap. *sukkar*, a ta arap. riječ, kao i gr. *sákcharon*, koje je dalo *saharin* 'nadmjestak za šećer', potječe izvorno od stind. *sárkara* 'kamenčići; mljeveni šećer'. U: Duden, *Etymologie. Herkunftswörterbuch der deutschen Sprache*, Bibliographisches Institut, Mannheim 1963, p. 786.

³² Brojke u zagradama označavaju godinu izdanja, broj novine i broj stranice u novini.

Neki germanizmi koji su u primarnoj adaptaciji završavali na konsonantsku osnovu primili su u sekundarnoj adaptaciji tvorbeni morfem **-a**: *kragŃ, sajla*. Imenice koje u njemačkom jeziku završavaju na **-e**, u jeziku primatelju dobivaju: a) morfem **-a**: *farba, felga, pumpa, šprica*; b) morfem **-na**: *tacna, nitna, roletna*. Sve imenice prema normama jezika primaoca imaju i kategoriju broja.

- *Jer, potrebno je najprije sastrugati staru dotrajalu **farbu**, dati koper, pa onda i čitav brod nanovo ofarbati.* (NL, 1965., 714, 3)

- *Ona je sve to očistila od različitih igala i **šprica**.* (NL, 1965., 721, 8)

U mnogih imenica, koje su se morfološki prilagodile hrvatskom jeziku i to tako da su za imenice u ženskom rodu dobile nastavak **-a**, primjećujemo umetanje fonema /n/ na početku sloga: *Düse>dizna, Jacke>jakna, Tasse>tacna*.

- *S **tacnom** u rukama prevalio je sve pješke.* (NL, 1965., 725, 2)

Mnoge složene imenice preuzete su kao cjelina, npr.: *cajtnot, štihproba*, dok se manji broj imenica pojavljuje u skraćenom obliku, pri čemu se jedna od dviju riječi ispušta. Tako je posuđenica najčešće reducirana na onu riječ u njemačkom jeziku, koja je nositelj značenja³³, npr. *Schiebetür>šiber, Leerlauf>ler*. Riječ *cimer*, kada je preuzeta iz njemačkoga jezika, (od *Zimmergenosse*) u hrvatskom jeziku je imala značenje "soba". Danas se ta njemačka posuđenica rijetko koristi u tom značenju, već kao direktna primljenica danas koristi u značenju, npr. *Zimmer frei*, ali je sekundarnom semantičkom prilagodbom proširila značenje i na "sustanara".

- *Prodaju se dupla **šiber** (stakleno-drvena) vrata za unutarne prostore.* (NL, 2005., 8591, 48)

Njemački sufiksi **-e**, **-el**, **-er** u ciljnom se jeziku transformiraju na sljedeći način: **-a** i **-ica**, npr. **e>a** (*Speisekammer>špajza*), **el>a** (*Stockelschuh>štikla, Bügeleisen>pegla*), **el>ica** (*Sicherheitsnadel>sigurnica*³⁴), **er>ar** (*Uhrmacher>urar*), **el>na** (*Ziegelwerk>ciglana*)

- *Taj dio uhvati **zihericom**, nemoj ništa dalje šivati.* (NL, 1995., 8060, 15)

- *Specijalizirana proizvodnja u dalmatinskim **ciglanama**.* (NL, 1965., 698, 4)

³³ O odnosima među pojmovima *Bestimmungswort* i *Grundwort* više vidjeti u Lohde, Michael, *Wortbildung des modernen Deutschen*, Gunter Narr Verlag, Tübingen 2006.

³⁴ Repliku *ziherica* navodi Anić, Vladimir, *Rječnik hrvatskog jezika*, Novi Liber, Zagreb 1998, p. 1234 u značenju 'igla koja služi kao kopča, sigurnica'.

Naišli smo i na primjere kod kojih se njemačka složenica reducira u ciljnom jeziku na osnovnu riječ, npr.: *Strumpfhalter*>*halter*, *Türstock*>*štok*, *Motorhaube*>*hauba*.

- Prodajem *haubu*, šoferšajbu i još neke dijelove za "Opel Rekord" 1700. (NL, 1975., 1251, 12)

IMENICE MUŠKOG RODA

U ovoj ćemo skupini prije svega istaknuti replike koje imaju tvorbene sufikse. Prvu skupinu čine replike s nastavcima: **-ac**, **-aj**, **-ar**, **-er**, **-o** i **-or**. Replike s nastavkom **-ac** najčešće označavaju pojedine predmete. Model ima nastavke **-enz**, **-ze**, **-e**. Primjeri iz našeg korpusa su: *madrac*, *luftmadrac* <*Matratze*, *kredenac*<*Kredenz*. Gotovo sve imenice s nastavkom **-ei** u njemačkom jeziku imaju sufiks **-ei**. Replike su na **-aj** uglavnom izvedene od imenica vršitelja radnje ili označavaju mjesto, ili način obavljanja djelatnosti, kao npr.: *frizeraj*<*Friserei*, *fušeraj*<*Pfuscherei*, *šlamperaj*<*Schlamperei*, *vešeraj*<*Wäscherei*.³⁵ U replika s nastavkom **-ar** model završava na nastavke **-e**, **-er** ili **-ler**, a u replici na nastavak **-ar** ili **-ljar**. Utvrdili smo da se ove imenice velikim dijelom odnose na zanimanja ili osobe. U posuđenica koje označavaju osobe zadržava se prirodni rod. Primjeri posuđenica muškog roda u standardnom hrvatskim jeziku su sljedeći: *apotekar* <*Apo- theker*, *cilindar*<*Zylinder*, *cukar* <*Zucker*, *kancelar*, *vicekancelar* <*Kanzler*, *pehar*<*Becher*, *pekar*<*Bäcker*, *putar*<*Butter*, *tišljar*<*Tischler*, *urar*<*Uhrmacher*. Pojedine replike koje u modelu završavaju sufiksom **-or**, i u hrvatskom zadržavaju isti sufiks, primjerice *kompresor*<*Kompressor*. Velikom broju posuđenica sa završetkom **-er** u podlozi je njemački model s nastavkom **-er**, tako da u primjerima našeg korpusa možemo govoriti o adaptiranim posuđenicama. U semantičkom smislu ove posuđenice uglavnom označavaju predmete iz materijalnog i tehničkog područja, a nešto rjeđe nazive za osobe. Navest ćemo nekoliko primjera imenica koje označavaju predmete, tehničku robu i hranu: *anlaser*<*Anlasser*, *borer*<*Bohrer*, *feder* <*Feder*, *kofer*<*Koffer*, *ler* <*Leerlauf*, *šalter* <*Schalter*, *šleper* <*Schlepper*, *špricer* <*Spritzer*, *šteker*<*Stecker*, *štender* <*Ständer*, *valcer*<*Walzer*, kao i nekoliko primjera imenica koje označavaju osobe: *frajer* <*Freier*, *gastarbajter* <*Gastarbeiter*, *maher*<*Macher*, *šuster*<*Schuster*. Drugu skupinu čine replike koje imaju nulti morfem, nemaju sufiks u polaznom jeziku i završavaju na konsonante **-k**, **-l**, **-n**, **-t**, kao npr.: *ruksak* <*Rucksack*, *ringišpil* <*Ringelspiel*, *kran*<*Kran*, *rešt*<*Rest*.

³⁵ Imenice *šlamperaj* i *fušeraj* imaju i negativnu konotaciju. Za replike *šlampav* i *šlamperaj* Anić, Vladimir, *Rječnik hrvatskog jezika*, Novi Liber, Zagreb 1998, p. 1033 navodi značenja 'neuredan, nezgrapan, površan', a za repliku *fušeraj* Anić, Vladimir, *Rječnik hrvatskog jezika*, Novi Liber, Zagreb 1998, p. 203 daje značenje 'vrlo loše, površno obavljen posao'. Istu repliku s negativno konotiranim značenjem navode Klaić, Bratoljub, *Rječnik stranih riječi*, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb, p. 461 i Schneeweis, Edmund, *Die deutschen Lehnwörter im Serbokroatischen in kulturgeschichtlicher Sicht*, Berlin 1960, p. 136.

- Prodajem kuhinjski **kredenac**, potpuno nov. (NL, 1965., 709, 10)
- Pralje za **vešera**j. (NL, 1975., 1214 (7094), 14)
- Oko nas šverceri ka muhe na **cukar**. (NL, 1995., 8063, 11)
- Krao da bi ispao **frajer**. (NL, 1995., 8055, 10)
- Školske torbe i **ruksaci** već od 50,00 kn. (NL, 2005., 8603, 15)
- Kažite cigi da zaustavi **ringišpil**. (NL, 2005., 8614, 21)

IMENICE ŽENSKOG RODA

Većina imenica koje u njemačkom jeziku završavaju na nastavke **-e**, **-el** i **-en** dobivaju u hrvatskom jeziku u ženskom rodu nastavak **-a**, kao npr.: *Decke*>*deka*, *Krapfen*>*krafna*, *Schnitzel*>*šnicla*. Sličan primjer adaptacije imenica ženskog roda nailazimo i u imenica koje u njemačkom jeziku završavaju na konsonant, npr.: *Fleck*>*fleka*, *Korb*>*korpa*.

- Nema ponekad ni **krafni**. (NL, 1965., 724, 4)

- Prodajem spavaću sobu i trpezariju, otoman, zidnu stijenu, donji dio kredenca, **korpu** za dijete – sve vrlo kvalitetan namještaj. (NL, 1965., 695, 8)

U korpusu su zastupljene brojne replike s nastavkom **-a**. Model ovih imenica ima nastavak **-e**. Te imenice najčešće označavaju ustanove, hranu, alat, kućanske aparate, odjeću ili predmete za osobnu uporabu. Npr.: *apoteca*<*Apotheke*, *bauštela*<*Baustelle*, *bina*<*Bühne*, *falda*<*Falde*, *farba*<*Farbe*, *flajšmašina*<*Fleischmaschine*, *flaša*<*Flasche*, *hauba*<*Haube*, *ksarna*<*Kaserne*, *lampa*<*Lampe*, *šminka*<*Schminke*, *štrudla*<*Strudel*, *vaga*<*Waage*, *vaservaga*<*Wasserwaage*, *vešmašina*<*Waschmaschine*.

- Prodajem poslovni inventar gostionice: štednjak i bojler na plin, fritezu, stolove, klupe, **flajšmašine** i beštek. (NL, 1985., 1746 (7546), 12)

- "Pa to je suknja na **falde**" – odgovori nemarno prodavačica i nastavi priču. (NL, 1985., 1771 (7571), 13)

Zabilježili smo i replike s nastavcima **-ca/-ica**. Osim što navedeni nastavci uglavnom označavaju pripadnost ženskom rodu za pojedina zanimanja, te za hranu ili predmete, oni također sudjeluju u tvorbi umanjenica. Imenice koje označavaju ženske osobe uglavnom su izvedene od odgovarajuće imenice za mušku osobu, za nositelja aktivnosti ili nositelja kakve osobine. Navest ćemo

nekoliko primjera: *hoblarica*<*Hobel*, *ladica*<*Schublade*, *pancerica*<*Panzer*, *šalica*<*Tasse*, *šnajderica*<*Schneiderin*³⁶, *špica*<*Spitze*, *šprica*<*Spritze*, *zaherica*<*Sachertorte*. Nastavak **-ica** također imaju imenice koje ne označavaju žensku osobu, a nisu ni umanjenice. Njihov model završava na **-er**. Primjer je imenica *vekerica*<*Wecker*. U korpusu bilježimo i niz replika s nastavkom **-ija**. Replika *birtija*<*Wirt* ima mješno, konkretno značenje 'gostionica', a replika *majstorija*<*Meister* ima novo značenje. Tu bilježimo još i imenicu *kancelarija* <*Kanzlei*.

- *Prodajem stolarsku trofaznu mašinu, 3 operacije – cirkular, bušilica i **hoblarica***. (NL, 1985., 1743 (7543), 20)

- *Žena mi je **šnajderica**, šiva žena odjeću, pa joj nosim ovaj materijal u selo*. (NL, 1975., 1204, 15)

- ***Majstorija** je nastavljena*. (NL, 1985., 1730 (7530), 2)

IMENICE SREDNJEG RODA

U korpusu smo zabilježili samo jednu imenicu srednjeg roda koja u nominativu modela ima nastavak **-el**, a replika nastavak **-o**. Primjer je imenica *špiglo*<*Spiegel*.

- *Prodaje se starinska spavaća soba, dva ormara, dva vunena madraca i kredenca sa **špiglom** za garderobu*. (NL, 1985., 1747 (7547), 12)

Zabilježili smo i određeni broj imenica nastalih od glagola. Od nekih glagola, adaptiranih posuđenica, izvedena je odgovarajuća glagolska imenica. Ti posuđeni glagoli su na isti način substantivirani kao i u hrvatskome jeziku, i to tako da se korijenu riječi najčešće dodaje sufiksiranje, kao npr. *farbanje*<*färben*, *kibiciranje*<*kiebitzen*, *šminkanje*<*schminken*, *šparanje*<*sparen*, *špricanje*<*spritzen*, *štopanje*<*stoppen*, *švercanje*<*schwärzen*.

- *Gletanje i montaža gipsanih ploča, te **farbanje***. (NL, 2005., 8582, 50)

- *Besplatan pribor za kružno i kockasto šivanje, porubjivanje i **štopanje***. (NL, 1965., 696, 9)

³⁶ Ovdje je riječ o pojmu *Movierung*. "Unter *Movierung* – auch *Motion* genannt – versteht man die Derivation von Substantiven mit dem Ziel, eine Genusänderung vorzunehmen. Als Basen dienen somit Personen- und Tierbezeichnungen. Wichtigstes Suffix zur Motionsbildung ist *-in*". Više o tome vidjeti u: Lohde, Michael, *Wortbildung des modernen Deutschen*, Gunter Narr Verlag, Tübingen 2006, p. 124.

DEMINUTIVI I AUGMENTATIVI

U analiziranom korpusu utvrđujemo i stanovit broj imenica u deminutivu. U njemačkom jeziku deminutivi su srednjeg roda, međutim u hrvatskom se jeziku tvore pomoću nastavaka svojstvenih našem jeziku. I to tako da se na osnovu replike dodaju nastavci **-ica** ili **-ić**. primjerice.: *kiflič, oficirčić, štalica, štiklica*. Za razliku od deminutiva koji je zastupljen u velikom broju rečenica, augmentativ smo zabilježili u samo jednoj rečenici korpusa (*škaretine*).

- *Od tih komadića formiraju se kifličići.* (NL, 1965., 702, 8)

- Štikle i **štiklice** su u modi. (NL, 1995., 8087, 25)

- *Nisam mislio na škaretine.* (NL, 1985., 1744 (7544), 2)

GLAGOLI

Drugu po veličini skupinu germanizama u korpusu čine glagoli. Važno obilježje glagola jest glagolski aspekt, kojeg prepoznamo već u osnovnom, infinitivnom obliku. Glagoli istog leksičkog značenja imaju obično aspektualne parove u obliku perfektivne-imperfektivne radnje, pri čemu se perfektivni glagoli mogu tvoriti prefiksalsnom ili sufiksalsnom tvorbom. Osnovne oblike glagola u hrvatskom i njemačkom karakterizira infinitivni nastavak. U hrvatskom su karakteristični infinitivni oblici **-ati**, **-irati** i rjeđe **-ovati**, a njemački infinitivni nastavci su **-en** ili **-n**. Od posuđenih glagola preuzet je korijen riječi, kojemu je dodat infinitivni nastavak hrvatskog jezika pa na taj način nastali glagol potpada pod konjugaciju hrvatskog jezičnog sustava. Većina glagola ima nastavak **-ati**, npr. *heklati, peglati, štimati, šminkati, tancati*. Neki završavaju na nastavak **-irati**, što se često svodi na infinitivni nastavak **-ieren** u njemačkom jeziku, kao npr. *blockieren* < *blockirati*. Manji broj glagola ima nastavak **-ovati**, npr. *pakovati, štelovati, švercovati* ili imaju nastavke **-iti** ili **-uti**, npr. *faliti, trefiti, šaraiti, cugnuti, šmugnuti, vagnuti*. U perfektivizaciji je značajna tvorba svršenih glagola sufiksom **-nuti** sa značenjem jednokratnosti radnje³⁷, uspoređujući glagole *vagati* i *vagnuti*.

- *Mnogo znači dati pravu boju stvarima, šminkati ih.* (NL, 1965., 721, 3)

- *I pakne se moraju štelovati.* (NL, 1965., 743, 6)

- *Svaki kruh koji kupi građanin mora se vagnuti.* (NL, 2005., 8599, 25)

³⁷ Vidi u Babić, Stjepan, *Tvorba riječi u hrvatskome književnome jeziku*, HAZU-Globus, Zagreb 2002, p. 516.

Hrvatski se morfološki sustav razlikuje od mnogih drugih jezika, pa tako i od njemačkog, prema kategoriji glagolskog aspekta. U hrvatskom je jezičnom sustavu većina glagola aspektno označena, što znači da su perfektivni i imperfektivni morfološki oblici istoga glagola razlikuju, no postoji i skupina dvoaspektiranih glagola kod kojih se aspekt određuje prema kontekstu³⁸. Perfektivnost i imperfektivnost pojedinih glagola prikazujemo na sljedećim primjerima, imperfektivni glagoli su: *luftati*, *luftati se* < *lüften* i *švercati*, *švercati se* < *schwärzen*. S druge strane imperfektivni su trajni glagoli koji su izvedeni iz perfektivnih oblika. Takvi su glagoli i *ofarbati*, *pofarbati*, *prefarbati* > *färben*. Perfektivni je glagol *trefiti*, *trefiti se* > *treffen*, taj glagola ima i prefigirane oblike *potrefiti*, *strefiti*. Navest ćemo i primjere glagolskih replika, nastalih konverzijom, kao npr. (adv.) *zurück* > *curiknuti se* ili (adj.) *griesgrämig* > *grintati*. Neki glagoli prilikom adaptacije postaju refleksivni, npr.: *zalaufati se* < *laufen*, *švercati se* < *schwärzen* ili *luftati se* < *lüften*, gdje je došlo do potpune promjene značenja u replici ("voziti se bez karte").

- *Autom samo profuraju*, *zalaufajuse* i *odu*. (NL, 1975., 1247 (7127), 11)

- *Švercali smo se kao studenti*. (NL, 1965., 725., 5)

Glagoli se adaptiraju tako da infinitivni nastavak hrvatskog jezika zamjenjuje infinitivni nastavak njemačkog jezika: **-(e/el)n** > **-(ov)a-** + **-ti**: *šopati*, *škra-bati*. Zatim, infinitivni nastavak njemačkog jezika preuzima se i zajedno i s infinitivnim nastavkom hrvatskog jezika tvori hibridni nastavak (inovaciju u sustavu hrvatskog jezika) na koji se dodaje infinitivni nastavak hrvatskog jezika: **-ier-** + **-en** > **-ir** + **-a-** + **-ti**. Budući da hrvatski jezik ima razvijenu kategoriju aspekta, u sekundarnoj adaptaciji gotovo svi glagoli dobivaju morfološku oznaku za perfektivnost. U našem korpusu zabilježili smo veliki broj glagolskih germanizama, neizravnih izvedenica, koje su nastale prefiksacijom. Većina tih glagola su perfektivni glagoli, a manji broj imperfektivni glagoli. Najzastupljeniji glagolski prefiksi u primjerima našeg korpusa su: **o-** (*färben* > *ofarbati*), **od-** (*arbeiten* > *odarbajtovati*), **is-** (*bügeln* / *begeln* > *ispeglati*), **iz-** (*reiben* > *izribati*), **na-** (*stimmen* > *naštimiti*), **po-** (*spritzen* > *pošpricati*), **pre-** (*zwicken* > *precvikati*), **pri-** (*heften* > *priheftati*), **pro-** (*fahren* > *profurati*), **u-** (*glänzen* > *uglancati*), **s-/z-** (*klopfen* > *sklofati*, *dünsten* > *zdinstati*) i **za-** (*schrauben* > *zašarafiti*).

- *Za 7 minuta treba ispeglati košulju, jesti štrucu kruha*. (NL, 2005., 8609, 21)

³⁸ O glagolskom aspektu u hrvatskome književnome jeziku vidjeti više u Babić, Stjepan, *Tvorba riječi u hrvatskome književnome jeziku*, HAZU-Globus, Zagreb 2002.

- Tako narezano meso pohajte, a kao prilog **izribajte** kupus. (NL, 1995., 8054, 26)
- Rezultati se ne mogu tako lako **naštirati**. (NL, 1985., 1749 (7549), 9)
- Poslali su ga da **ofarba** nekoliko prozora. (NL, 2005., 8588, 21)
- Źice su odmah **precvikali**. (NL, 1975., 1247 (7127), 4)
- Krafne se brzo **sklofaju**. (NL, 1965., 721, 8)
- **Zdinstajte** povrće i dodajte začine! (NL, 1965., 721, 8)
- Za **zašarafiti** tu vidu ne treba mudrosti. (NL, 1995., 1662, 6)

Najveći broj glagolskih germanizama u našem korpusu ima infinitivni nastavak **-ati**. Navest ćemo nekoliko primjera: *dihati*<*dichten*, *drukati*<*drücken*, *faliti*<*fehlen*, *glancati*<*glänzen*, *klofati*<*klopfen*, *kušati*<*kosten*, *šaltati* <*schalten*, *šparati*<*sparen*, *špotati*<*spotten*, *tancati*<*tanzen*, *vagati* <*wägen*. Znatno broj glagola završava s nastavkom **-irati**. Većina tih glagola ima u modelu nastavak **-ieren**: *cementirati*<*zementieren*, *pakirati*, *spakirati* <*packen*. Glagoli s nastavkom **-iti** vrlo su raznoliki s obzirom na vid i značenja. Neki imperfektivni glagoli imaju svoje perfektivne parnjake nastale tvorbom pomoću različitih prefikasa, kao npr.: *cukriti* / *zacukriti* <*zuckern*, *faliti*/*popaliti*<*fehlen*, *šarafiti*/*prišarafiti*/*zašarafiti* <*schrauben*. Primjeri glagola našeg korpusa s nastavkom **-ovati** su: *filovati*<*füllen*, *pakovati* <*packen*, *špikovati*<*spicken*, *štelovati*<*stellen*.

- Djeca su se skoro uvijek s njim **špotala**. (NL, 1975., 1233 (7113), 7)
- Slike, knjige i rječnike **pakiramo** u velike kartonske kutije. (NL, 1995., 8084, 14)
- Ako je familija veća a budžet manji onda se koka **filuje**, ispunja nadjevom. (NL, 1965., 704, 8)

PRIDJEVI, PRILOZI, BROJEVI

U analiziranom korpusu manje su zastupljeni pridjevi u odnosu na imenice i glagole. Pridjevske germanizme s obzirom na njihov model u njemačkom jeziku možemo podijeliti na pridjevske germanizme čiji je model njemački pridjev i pridjevske germanizme čiji model nije njemački pridjev. To su pridjevi izvedeni od imeničkih germanizama tj. radi se o opisnim, odnosnim ili posvojnim pridjevima koji su nastali izvođenjem pomoću pridjevskih sufikasa. To znači da je u potpunosti došlo do njihove adaptacije i da samim time podliježu sustavu

deklinacije hrvatskoga jezika, uzeli su nastavke hrvatskoga jezika i dekliniraju se kao hrvatski pridjevi. Ovoj skupini možemo pridodati još jedan pridjev nastao derivacijom, primjerice pridjev *grintav*, pridjev izveden iz imenice *Grind* ili opisne pridjeve *flekav*<*Fleck* i *kičav*<*Kitsch*. Nekoliko pridjeva adaptiralo se u hrvatskom jezičnom sustavu dodavanjem sufiksa **-an***bezeciran* (*besetzt*), *kariran* (*kariert*) ili **-ak***frižak* (*frisch*), a neki od njih izvedeni su od glagola: *ušparan* (*sparen*). Komparativ i superlativ ne iskazuju se nastavcima, već opisno, analitički. Ne razlikuju se određeni i neodređeni oblik. Takvi primjeri su: *braon*, *braun*, *cikcak*, *falš*, *fraj*, *glanc*, *rosa*, *švorc*, *ziher*. Međutim, neki pridjevi koji su imali takve karakteristike u primarnoj adaptaciji, zamijenili su u sekundarnoj adaptaciji njemački sufiks hrvatskim sufiksom za pridjeve i zato pokazuju sve pridjevske kategorije na isti način kao pridjevi hrvatskoga jezika: *frižak*, *šlampav*. Veći je broj pridjeva izvedenih u sekundarnoj adaptaciji od imenica koje su se već adaptirale kao germanizmi. Takvi pridjevi se izvode tvorbenim načinima hrvatskog jezika i pokazuju sve pridjevske kategorije kao i izvorni pridjevi hrvatskog jezika: *flekav*, *špicast*, *vicast*, *vickast*, *šablonski*. Najveću skupinu pridjeva našeg korpusa čine pridjevi čiji modeli nisu njemački pridjevi, već su najčešće izvedeni od imeničkih germanizama. Radi se o odnosnim ili posvojnim pridjevima koji su nastali izvođenjem, pridjevskim sufiksima **-ov**, **-in** i **-čki/-ski/-ški**, npr.: *gastarbajterski*<*Gastarbeiter*, *kuglaški*<*Kegelbahn*, Drugu skupinu čine opisni, gradivni i posvojni pridjevi³⁹ koji završavaju nastavcima **-an**, **-ast**, **-en**, **-ov**. Navest ćemo nekoliko primjera: *bezeciran* < *besetzen*, *gusen* < *Gußseisen*, *kariran* < *kariieren*, *kičast*<*Kitsch*, *majstorov* < *Meister*, *pekarov* < *Bäcker*, *šparan* < *sparen*, *ušminkan* < *schminken*.

- *Povoljno prodajem karirane navlake za auto.* (NL, 1985., 1769 (7569), 28)

- *Gusene kade nisu zdrave.* (NL, 1985., 1769 (7569), 25)

- *Ona pjeva u gastarbajterskoj diskoteci u Beču za iznos veći od 50 tisuća eura.* (NL, 2005., 8616, 3)

- *Ušminkani gangster.* (NL, 2005., 8602, 39)

Najveći dio korpusa germanizama koje smo istraživali u navedenim novinama čine imenice, glagoli i pridjevi. Međutim u našem korpusu naišli smo i na nekoliko priloga, čestica, uzvika i brojeva. Među zamjenicama, prijedlozima

³⁹ Po značenju se pridjevi dijele na opisne, gradivne i posvojne. Opisni (kvalitativni) pridjevi izriču različite osobine i odgovaraju na pitanje kakav, gradivni (materijalni) pridjevi izriču od čega je što napravljeno, a posvojni (posesivni) pridjevi znače pripadanje ili kakvu drukčiju povezanost onoga što znače imenice uz koje stoje s onim što znače riječi od kojih su izvedeni. U: Barić, E. e et., *Gramatika hrvatskoga jezika*, 2. izdanje, Školska knjiga, Zagreb 1990, p. 93.

i veznicima nismo naišli ni na jedan primjer germanizama. Od nepromjenjivih vrsta riječi u našem korpusu prisutni su prilozi, kao npr. *ganc* i *ziher*. Modeli navedenih priloga su njemački pridjevi. Dva priloga koji označavaju stupanj osobine koriste se isključivo uz pridjev koji modificiraju, a to su: *ganc* (novo) i *reš* (pečeno). Oni se u našem korpusu uvijek pojavljuju u ovoj vezi. Posuđenice *ganc* i *reš*, koje se u njemačkom javljaju kao pridjevi ili prilozi, u hrvatskom jeziku mogu isključivo imati atributnu funkciju uz kakav pridjev i ne podliježu deklinaciji ili komparaciji. U korpusu smo zabilježili mjesne priloge koji izražavaju smjer *curik*<*zurück* i *rikverc*<*rückwärts*. Dok se prilog *curik* najčešće upotrebljava u zapovjednim izrazima ili rečenicama, prilog *rikverc* u našem korpusu javlja s prijedlozima **u** ili **na** u službi imenice. (npr. *ići u rikverc/ići na rikverc*). U našem korpusu zabilježili smo jedan primjer u kojem replika “*curik*” ima funkciju uzvika, *curik*<*zurück*. Od brojeva smo zabilježili oblik *cen tauzen*, kao i posuđenice *ajnc*<*eins* i *cvancig*<*zwanzig*, koje se koriste uglavnom u kartaškoj terminologiji, u igri šnapsa.

- *Meso je bilo reš pečeno.* (NL, 1975., 1232 (7112), 11)
- *Najprije je zavezao u rikverc, a zatim ravno.* (NL, 1995., 8084, 9)
- *A ona meni, idemo, vrati se, curik!* (NL, 1985., 1150, 8)
- *Ti meni cen tauzen, a ja tebi pet stoja curik!* (NL, 1975., 1235 (7115), 6)
- *Stalno je igrao na ajnca.* (NL, 1965., 743, 8)
- *Imao je još samo cvanciga i migao u pravcu starog Jakova.* (NL, 1965., 743, 8)

SEMANTIČKA PRILAGODBA GERMANIZAMA

U procesu jezičnih dodira dolazi do različitih promjena na semantičkoj razini, pri čemu se u prvom redu misli na dijakronijske promjene nastale u značenju posuđenica. Kad govorimo o semantičkoj adaptaciji germanizama našega korpusa, utvrđujemo da je većina posuđenica zadržala svoje izvorno značenje. Neke su riječi u semantičkom smislu doživjele promjene sužavanja ili proširenja značenja, dok su druge riječi dobile pejorativno značenje. Sve posuđenice, bez obzira na značenje, prolaze kroz proces primarne adaptacije, koju karakterizira bilo zadržavanje jednakog broja značenja modela, ili suženje značenja. Samo malen broj posuđenica prolazi kroz proces sekundarne adaptacije, u kojemu dolazi do proširenja značenja.⁴⁰ Širenje značenja uvijek je rezultat sekundarne adaptacije, uslijed koje, na primjer riječ *frajer* (*Freier*) može biti ne samo “momak za

ženidbu" ili "slobodan mladić", "neoženjen mladić", kao u njemačkome jeziku, već i "bahata i umišljena osoba koja često puta skreće na sebe pozornost". Ta riječ je u našem korpusu proširila značenje iz "neoženjen mladić" u općenito "mladić", ali može imati – ovisno o kontekstu – i pejorativno značenje "uobražen mladić"⁴¹. Ova pojava najčešće se javlja kada se pored osnovnog značenja riječi posuđenici pridodaje još neko, najčešće figurativno značenje, koje njemačka izvorna riječ ne posjeduje. U našem korpusu zabilježili smo još nekoliko takvih primjera, tako npr. riječ *šmekati* (*schmecken*) stoji u značenju "prijeti", kao i u značenju "nekoga ili nešto smatrati dobrim, dragim". Zatim riječ *hauba* (*Haube*) ima najčešće značenje "dijela automobila", međutim označava i "spravu za sušenje kose".

- *Kao da bi ispao frajer.* (NL, 1995., 8055,10)

- *Pojedinim zastupnicima takve odluke nisu "šmekale".* (NL, 1995., 8055, 5)

- *Prodajem felge, sa i bez guma, haubu, komandnu tablu s maskom i još neke dijelove Golfa benzince 78/80. g.* (NL, 1995., 8051, 36)

Iz analiziranog ćemo korpusa posebno izdvojiti tri imenice, *mašina*, *šalter* i *špica*, koje imaju više značenja. Tako npr. imenica *mašina* ima dva osnovna značenja: "stroj" i "motorno vozilo". Međutim u našem korpusu je nalazimo i u značenju "zrakoplova", ali i "stroja za pletenje ili šivanje", "perilice", "stroja za mljevenje mesa", "pisačeg stroja", "tiskarskog stroja" i "električnog stroja". Ta imenica se javlja kao dio složenice, kao npr.:

- *Vlasnici deviznih sredstava moći će sigurno kupovati "Bagatove" mašine i u svim prodavaonicama tvornice.* (NL, 1965., 703, 2)

- *Na gotovo svakih pedeset metara po jedna, i ne samo smeća nego i odbačenih peći, šporeta, hladnjaka, vešmašina i svega drugog.* (NL, 1985., 1763 (7563), 13)

a nekad kao pridjevski atribut:

⁴⁰ Filipović uvodi podjelu promjena u semantičkoj ekspanziji, koja se temelji na razlikovanju između primarne i sekundarne adaptacije. Promjene u semantičkoj ekstenziji predstavljaju suženje i proširenje značenja modela. Kako u nekim slučajevima može značenje modela ostati u replici nepromijenjeno, javljaju se tri moguća oblika tih promjena: a) nulta semantička ekstenzija, b) suženje značenja i c) proširenje značenja. Usp. Filipović, Rudolf, *Teorija jezika u kontaktu: uvod u lingvistiku jezičnih dodira*, JAZU-Školska knjiga, Zagreb 1986, p. 161.

⁴¹ Anić, Vladimir, *Rječnik hrvatskog jezika*, Novi Liber, Zagreb 1998, p. 200, značenje ove replike objašnjava kao 'osobu, kicoša koji se pomodno oblači i sl. i nastoji se time istaknuti u svojoj sredini', zatim kao 'površnog mladića, nespretnjakovića', a Klaić, Bratoljub, *Rječnik stranih riječi*, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb 1998, p. 449' / prvotno/ kao slobodnog čovjeka, tj. neženju', a potom kao 'dragog, dragana, ljubavnika' i sl. Ovu repliku bilježe i Anić, Vladimir/Goldstein, Ivo, *Rječnik stranih riječi*, Novi Liber, Zagreb 1999, p. 455 i Striedter-Temps, Hildegard, *Deutsche Lehnwörter im Serbokroatischen*, Otto Harrassowitz, Wiesbaden 1958, p. 124, a Schneeweis, Edmund, *Die deutschen Lehnwörter im Serbokroatischen in kulturgeschichtlicher Sicht*, Berlin 1960, p. 138 navodi i repliku *frajar*.

- Pisaća **mašina** za formulare. Ova **mašina** se mnogo ne razlikuje od danas poznatih električnih **mašina** osim što na mehanizmu upravljanja ima posebno fotoelektrično oko. (NL, 1965., 712, 8)

- Hitno prodajem razne galanterijske strojeve kao: širf stroj, dvije špaltarice, dvije **štanc mašine** koje služe i za zlatotisak i dvije "Singer" šivaće **mašine**. (NL, 1985., 1727 (7527), 12)

Imenica **šalter** javlja se u više značenja, i to: prvo, "šalter kao okance", "pregradnik na pošti (željeznici, blagajni, banci i sl.)" i drugo, "prekidač el. struje", "sklopka".

Vozačke iskaznice na tri **šaltera**. Zbog toga je povećan broj djelatnika koji rade na tim poslovima, tako se radi na tri **šaltera**. (NL, 1995., 8094, 9)

Imenicu **špica** nalazimo u sljedećim značenjima: prvo, "šiljak", "vrh", drugo, "središte društvenog života", treće, "vrhunac čega (sezone)", četvrto, "vrijeme najintenzivnijeg gradskog prometa".

- Inače, Budipeštani i Budimpeštanke, stariji i mlađi, vode računa o izgledu ali nema "ušminkanosti" tipične za hrvatska korza i **špice**. (NL, 2005., 8580, 29)

Semantička proširenja često se odnose na dodavanje pejorativnoga⁴², figurativnoga ili prenesenoga značenja posuđenicama. Tako npr. pejorativno značenje u našem korpusu imaju imenice *frajla*, *frajlica* i *hohštapler*. Imenice *frajla* i *frajlica* označavaju stare cure (tj. djevojke koje su propustile priliku udati se), a *hohštapler* označava osobu koja se pravi važna, koja želi ostaviti dojam da vrijedi više nego što to uistinu jest.

- Znaju kako treba obrlatit' mušku glavu, pa na sastanak odlaze dotjerane kao **frajle** ili **frajlice**. (NL, 1965., 703, 7)

- Svakom iole normalnom čovjeku od svega ovoga, od srpskih zločina "belosvetskih **hohštaplera**" već se naprosto gadi. (NL, 1995., 8071, 2)

Preneseno značenje ističemo kod glagola *štekati* (*stecken*). Taj glagol u prenesenom značenju znači "zapinjati", "ne ići po planu". Njemačka posuđenica *šljam* se ne koristi u prvotnom značenju "mulj", već samo u prenesenom značenju "ljudi s dna društva". Figurativno značenje imaju i posuđenice *huncut* i *cuga*,

⁴²Prema Filipoviću pejorizacija je također promjena značenja do koje dolazi tek u razdoblju sekundarne adaptacije, tj. kad je replika potpuno integrirana u sustav vokabulara jezika primatelja. U: Filipović, Rudolf, *Teorija jezika u kontaktu: uvod u lingvističku jezičnu dodira*, JAZU-Školska knjiga, Zagreb 1986, p. 178.

te glagol *cugati*. Njemačka riječ *Hundsfott* znači "hulja, nitkov", a posuđenica *huncut* ima značenje "mangupa", "vragolana", ali i "osobe koja izvodi nepodopštine". Nadalje, imenica *cug* se pojavljuje u značenju "nešto odmah, iz prvog pokušaja, popiti ili napraviti". Od riječi *šminka* (*Schminke*) nastao je *šminker* koji označava "osobu koja pretjerano drži do svog izgleda".

- *Koliko je na parketu dobro, na katu "šteka", tu zapinje i uopće nisam optimist kada je o skorijoj budućnosti riječ.* (NL, 1995., 8079, 20)

Prilikom semantičke adaptacije nailazimo i na pojavu semantičkog suženja. Ta promjena se odnosi na poliseme, a nikako na homonime ili homografe. Posuđenica *ganc* u hrvatskom upotrebljava se samo u kombinaciji s pridjevom novo i može se samo primijeniti u odnosu na neki novi još neupotrijebljen izraz. Do promjene u značenju je došlo kod pridjeva *falš* i *feleran*; *falš* se odnosi na osobe i na stvari, dok se pridjev *feleran* može odnositi samo na predmete.

- *Pa zar da ja s jednom falšom reportažom srušim sve ovo što sam stvorio godinama?* (NL, 1995., 8053, 11)

ZAKLJUČAK

Proučavanje jezičnog posuđivanja, kao posljedica jezičnih dodira ima vrlo važnu ulogu u tradiciji kontaktnog jezikoslovlja. Ulazak posuđenica iz njemačkog jezika u hrvatski jezik neprekidno traje već stoljećima. Promatramo li prostor sjeverne Dalmacije, koji geografski neposredno nije vezan uz zemlje njemačkoga govornog područja, kao i činjenicu da su talijanski jezik i kultura zbog neposredne geografske blizine ostavili jači trag na ljude i jezik ovdašnjeg kraja, možemo zaključiti da su na sjevernodalmatinskom prostoru u analiziranim tekstovima tjednih novina *Narodni list* od 1955. do 2005. godine, zastupljenost i učestalost germanizama veoma značajni. S gledišta vertikalne raslojenosti jezika možemo zaključiti da je najveći broj rečenica novinskih tekstova pisan standardnim jezikom. Dio je pisan na lokalnom narječju a dio sadrži književne tekstove manjeg opsega, primjerice kratke priče, kronike, putopise, kraće novele, crtice, humoreske, pjesme, podliske i feljtone. Većina tekstova monološkog je tipa, dok je samo manji broj tekstova dijaloški. Najveći ukupni broj germanizama u analiziranim novinskim tekstovima *Narodnog lista* zabilježen je 1985. (518) i 2005. godine (558). To ukazuje na činjenicu da su gospodarski razlozi odigrali određenu ulogu u prenošenju posuđenica iz njemačkog jezika u hrvatski jezik: velik broj naših radnika na privremenom radu u zemljama njemačkoga govornog područja, sve brži razvoj turizma i dolazak značajnog broja turista iz zemalja iz

zemalja njemačkoga govornog područja.

U korpusu smo istražili specifičnosti prilagodbe njemačkih posuđenica i utvrdili njihova glavna obilježja na morfološkoj i semantičkoj razini. Zaključujemo da se leksički elementi preuzeti u jezik primatelj uglavnom prilagođavaju njegovu morfološkom sustavu. Utvrdili smo i to da imenice, u odnosu na sve ostale vrste riječi, čine daleko najveći postotak germanizama te da se oblikuju pomoću nastavaka za imenice hrvatskog jezika i to tako da se uglavnom slažu u rodu i padežu s imenicama u hrvatskom jeziku. Određivanjem kategorije prirodnog i gramatičkog roda, utvrdili smo da se najveći broj imeničkih posuđenica javlja u muškom i ženskom rodu. Srednjeg su roda uglavnom posuđenice supstantiviranih infinitiva. Također smo utvrdili da su se imenske posuđenice u potpunosti integrirale u sustav deklinacija jezika primatelja, pa se sklanjaju prema paradigmi ovisno o rodu, i to tako da gube ili primaju određeni morfem. Sve imenice prema gramatičkim pravilima hrvatskoga jezika imaju i kategoriju broja. Mnoge složene imenice preuzete su kao cjelina, dok se manji broj imenica u našem korpusu pojavljuje u skraćenom obliku, a isto tako bilježimo i primjere hibridnih posuđenica. Najveći broj posuđenica ima nastavke -ar i -er, te se posuđenice velikim dijelom odnose na osobe ili zanimanja, te predmete iz materijalnog ili tehničkog područja. Imenice ženskog roda završavaju najčešće na nastavak -a, a ako označavaju pripadnost ženskom rodu za pojedina zanimanja, hranu ili stvari, također završavaju na nastavke -ca/ -ica, te na -ija ili -na. Pomoću nastavka -anje izvedena je većina glagolskih imenica, koje u našem korpusu čine imenice srednjeg roda. Za razliku od augmentativa, kojeg bilježimo samo u jednom primjeru našeg korpusa (*škaretine*), deminutiv se pojavljuje češće (*kiflič*, *knedlica*, *šnalica*, *štalica*). Glagoli čine drugu po veličini skupinu germanizama u našem korpusu (s ponavljanjima ukupno 262). Zabilježili smo velik broj primjera u kojima je od posuđenih glagola preuzet samo korijen riječi, te mu je dodan hrvatski infinitivni nastavak, tako nastali glagol preuzima konjugaciju hrvatskog jezičnog sustava. Zabilježili smo i glagole nastale derivacijom, kao i glagole koji su prilikom adaptacije u hrvatski jezični sustav dobili kategoriju povratnosti (*švercati se*, *zalaufati se*). Neki su glagolski oblici doživjeli skraćivanje, dok su neki prošireni prefiksima. Pridjevi su treća najzastupljenija vrsta promjenjivih riječi našeg korpusa (ukupno 224) i izvedeni su najčešće od imeničkih modela u sekundarnoj adaptaciji (*flekov*). Veći dio pridjeva adaptirao se u hrvatskom jezičnom sustavu dodavanjem sufiksa, pri čemu se izvode tvorbenim načinima hrvatskog jezika i pokazuju sve pridjevske kategorije kao i izvorni pridjevi hrvatskog jezika. Komparativ i superlativ se u dijelu korpusa pridjeva ne pokazuju nastavcima, već opisno, analitički (*blond*, *još više blond* itd.). Ostale vrste riječi su srazmjerno malo zastupljene u primjerima našeg korpusa. Od nepromjenjivih

riječi zabilježili smo nekoliko priloga (*ganc*) i brojeva (*cvancig*).

Na semantičkoj razini većina posuđenica prilikom semantičke adaptacije zadržala je svoje izvorno značenje. Ali u procesu primanja u hrvatski jezik mnoge su replike doživjele pogoršavanje značenja ili dobile određene, uglavnom negativne konotacije (npr. *frajer*, *frajerica*, *grintav*, *huncut*). Određeni broj replika doživio je u semantičkom smislu promjene sužavanja ili proširenja značenja. U replika preuzimanja polisemičnih modela utvrdili smo samo jedno od značenja modela (*drukati*), a tek u neznatnom broju posuđenica našeg korpusa preuzeto je više značenja (*šalter*). Semantička proširenja uglavnom su vidljiva prilikom nastajanja pejorativnog ili prenesenoga značenja, koje njemački model ne posjeduje, tako npr. glagoli *cvikati*, *šmekati* ili, češće imenice, kao i imenice s višestrukim značenjem kao što su *mašina*, *šalter* i *špica*. Samo u malom broju posuđenica zadržalo se tek preneseno značenje, kao u primjeru glagola *drukati*. U primjerima našeg korpusa naišli smo i na nekoliko primjera skraćena složenih modela, zatim poluprevedenica, ali i direktno preuzetih njemačkih složenica.

Posuđenice iz njemačkog jezika pripadaju velikom broju leksičkih polja. Utvrdili smo da se veći broj posuđenica zabilježenih u analiziranom novinskom korpusu odnosi na: tehničke nazive za robu, alate i strojeve; obrt i građevinarstvo; automobile, njihove dijelove i popravak; namještaj i predmete vezane uz kućanstvo; pojmove koji se odnose na hranu i piće; turizam i ekonomiju; vojsku i naoružanje. Našom analizom odabranih izdanja *Narodnog lista* u razdoblju od 50 godina utvrdili smo da se tendencija nestajanja germanizama iz hrvatskog jezika nije smanjila, naprotiv možemo zaključiti da je i u području sjeverne Dalmacije prisutnost njemačkog jezika još uvijek veoma značajna.

LITERATURA

Babić, Stjepan, *Tvorba riječi u hrvatskome književnome jeziku*, HAZU-Globus, Zagreb 2002.

Babić, Stjepan, *Njemačke posuđenice u hrvatskom književnom jeziku*. U: *Hrvatska jezikoslovna čitanka*, Globus, Zagreb 1990., pp. 214-224.

Barić, E./Lončarić, M./Malić, D./Pavešić, S./Peti, M./Zečević, V./Zinka, M., *Gramatika hrvatskoga jezika*, 2. izdanje, Školska knjiga, Zagreb 1990.

Brinker, Klaus, *Linguistische Textanalyse, Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*, Erich Schmidt Verlag, Berlin 1985.

Filipović, Rudolf, *Jezici u kontaktu i jezično posuđivanje*, *Suvremena lingvistika*, 4, Zagreb 1967., pp. 27-89.

Filipović, Rudolf, *Teorija jezika u kontaktu: uvod u lingvistiku jezičnih dodira*, JAZU-Školska knjiga, Zagreb 1986.

Gojmerac, Mirko, *Hrvatski i njemački*. Zbornik zagrebačke slavističke škole, Zagreb 2001., pp. 181-190.

Ivanetić, Nada, *Germanismen in den čakavischen Mundart von Bribir*. Zagreber germanistische Beiträge. Zagreb 1997., pp. 109-129.

Krpan, Tomislav, *Germanizmi u hrvatskom jeziku sjeverne Dalmacije*, Sveučilište u Zadru, Zadar 2007. (magistarski rad)

Lohde, Michael, *Wortbildung des modernen Deutschen*, Gunter Narr Verlag, Tübingen 2006.

Muljačić, Žarko, *O dojema vrstama hrvatskih 'pseudoromanizama'*, *Filologija*, knjiga 40, Zagreb 2003., pp. 95- 112.

Pavić Pintarić, Anita/Biljan, Nikolina, *Germanizmi u ličkome tjedniku "List"*, *Didaktički putokazi*, 58, 2011., pp. 46-49.

Piškorec Velimir, *Germanizmi u govorima đurđevačke Podravine*, FF- press, Zagreb 2005.

Riehl, Claudia Maria, *Sprachkontaktforschung, Eine Einführung*, Günter Narr Verlag, Tübingen 2004.

Schneeweis, Edmund, *Die deutschen Lehnwörter im Serbokroatischen in kulturgeschichtlicher Sicht*, Berlin 1960.

Skelin-Horvat, Anita, *Posuđivanje u jezik u doama razdobljima*, *Suvremena lingvistika* 57/58, Zagreb 2005., pp. 93-104.

Stojić, Aneta, *Semantička prilagodba nadregionalnih njemačkih posuđenica*, *Fluminensia*, god. 18, br. 1, Rijeka 2006., pp. 51-63.

Striedter-Temps, Hildegard, *Deutsche Lehnwörter im Serbokroatischen*, Otto Harrassowitz, Wiesbaden 1958.

Štebih Golub, Barbara, *Germanizmi u kajkavskome književnom jeziku*, Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje, Zagreb 2010.

Turk, Marija, *Germanizmi u sjevernočakavskom arealu*, Fluminensia, Rijeka 2005., pp. 1-14.

Žepić, Stanko, *Austrijski njemački u Hrvatskoj*. Đurđevački zbornik, Đurđevac 1996., pp. 309-319.

Žepić, Stanko, *Zur Geschichte der deutschen Sprache in Kroatien*. Zagreber germanistische Beiträge 11, Zagreb 2002., pp. 209-227.

RJEČNICI:

Anić, Vladimir, *Rječnik hrvatskog jezika*, Novi Liber, Zagreb 1998.

Anić, Vladimir – Goldstein, Ivo, *Rječnik stranih riječi*, Novi Liber, Zagreb 1999.

Duden, *Etymologie. Herkunftswörterbuch der deutschen Sprache*, Bibliographisches Institut, Mannheim 1963.

Duden, *Deutsches Universalwörterbuch A-Z*, Dudenverlag, Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich 1996.

Duden, *Das große Fremdwörterbuch*, Dudenverlag, Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich 2007.

Klaić, Bratoljub, *Rječnik stranih riječi*, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb 1998.

Kluge, Friedrich, *Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache*, Walter de Gruyter, Berlin 1183/1975.

Österreichisches Wörterbuch 1-2, ur.: H. Fussy/U. Steiner, News Edition, Wien 2001.

Simeon, Rikard, *Enciklopedijski rječnik lingvističkih naziva I, II*, Matica hrvatska, Zagreb 1969.

PUTOPISI U *NARODNOM LISTU* U PRVOM DESETLJEĆU 20. STOLJEĆA

Marijana RAŽNJEVIĆ ZDRILIĆ

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Sveučilište u Zadru

UDK: 821.163.42-992:070(497.5 Zadar)“19“

Prethodno priopćenje/Preliminary paper

Primljeno: 11.4.2013.

SUMMARY

In this paper have been analyzed travelogues published in the *Narodni list* in the first ten years of the 20th century. The aim of this paper was to examine the role of travelogues published in the *Narodni list* from 1900 till 1910 and its influence on the development of cultural and literary life in Zadar in observed period. Travelogues have been representing the source of knowledge for readers by introducing them to the natural, cultural and historical sights of Croatia, but also of Europe and the world. Subject of this paper were travelogues published in *Narodni list* from 1900 till 1910. The paper used method of qualitative content analysis, which are analyzed travelogues published in a supplement of *Narodni list* in observed period. By conducting the travelogues, it was found that the majority of travel writers in their journeys described our country, bringing to readers interesting information about the natural, cultural and historical sites of our country.

Keywords: travelogue, cultural and literary life of Zadar, *Narodni list*, content analysis

UVOD

Društveno-političke prilike u Dalmaciji u 19. i 20. stoljeću bile su usmjerene na rješavanje hrvatskog nacionalnog pitanja. Zadar je u to vrijeme bio središte Dalmacije zahvaljujući povoljnom geografskom položaju, plodnoj okolini i bogatoj tradiciji u kojem su se izmjenjivale francuska i austrijska vlast sve do raspada monarhije 1918. godine.

Sredinom 19. stoljeća Europu su zahvatile burne promjene koje su se odrazile i na Hrvatsku. U Dalmaciji, to jest Zadru dolazi do buđenja nacionalne svijesti i javljanja ideja za sjedinjenjem Dalmacije s Hrvatskom. Pojavom Ante Kuzmanića, koji pokreće časopis *Zoru dalmatinsku*, grad Zadar postaje središtem hrvatskog narodnog preporoda u Dalmaciji 1844. godine. Glavni cilj tog časopisa bio je probuditi nacionalnu svijest u dalmatinskoj, građanskoj inteligenciji, potičući ih na pisanje na materinjem jeziku te uvođenje hrvatskog jezika kao službenog u škole i urede.

Politički život Dalmacije sredinom 19. stoljeća bio je obilježen dvjema strujama: narodnjacima i autonomašima. Narodnjaci su se borili za sjedinjenje Dalmacije s Hrvatskom, a time i uvođenjem hrvatskog jezika u škole i urede, dok su se autonomaši odupirali ideji sjedinjenja zalažući se za uvođenje talijanskog jezika kao službenog. U Zadru su vlast imali autonomaši. Narodnjaci su svoje ideje o sjedinjenju širili svojim glasilom – *Narodnim listom* osnovanim 1862. godine u Zadru. Time je Zadar postao sjedište vodstva Narodne stranke u kojem je i 1861. godine uspostavljen Dalmatinski sabor.¹

U tom je razdoblju grad jačao ne samo politički, već i kulturno, a sve do 1918. godine bio je središtem Dalmacije u kojem se odvijao buran politički i kulturni život. U razdoblju od 1848. do 1920. godine u Zadru je djelovalo preko 50 hrvatskih društava među kojima se ističu *Hrvatska čitaonica* i *Hrvatski sokol*. Hrvatska su društva imala značajnu ulogu u ostvarenju tadašnjih političkih ciljeva odgajajući kulturne i političke radnike i tako šireći patriotske i nacionalističke težnje.⁴

Nakon Prvog svjetskog rata, Rapallskim ugovorom potpisanim 12. studenog 1920. godine između Kraljevine SHS i Italije, Zadar je pripojen Italiji zajedno sa svojom najužom okolicom. Time je Zadar odvojen od svoje šire okolice. Nakon preporodnog ushita, u kojem je zabilježen kulturni procvat Hrvatske i Dalmacije, osamdesetih godina 19. stoljeća slijedilo je razdoblje ekonomske i društvene stagnacije. Dalmacija je ekonomsku stagnaciju najvećim dijelom osjetila u trgovini, prometu, brodogradnji i vinogradarstvu.²

Početak 20. stoljeća u hrvatskoj povijesti zabilježeno je kao razdoblje uspostave politike „novog kursa“, odnosno razdoblje promjena u političkom razvoju Hrvatske. U cilju rješavanja hrvatskog pitanja u Dalmaciji, dolazi do udruživanja političkih snaga, odnosno Stranke prava i Narodne hrvatske stranke u borbi protiv austro-ugarskog dualizma.⁴ U okviru ovog zaokreta nastala je Riječka, a kasnije i Zadarska rezolucija. Nakon toga im se pridružuju i srpske stranke koje su zajedno činile Hrvatsko-srpsku koaliciju.⁵

¹ Novak, Grga, Presjek kroz povijest Zadra, JAZU, Zadar 1965., p. 71.

² Zadar, zbornik radova, urednik: Ravlić, J., Matica hrvatska, Zagreb 1964., p. 471.

³ Šidak, Jaroslav, Gross, Mirjana et al., Povijest hrvatskog naroda g. 1860-1914., Školska knjiga, Zagreb 1968, p. 160.

⁴ Op. cit. 217.

⁵ Op. cit. 233.

O PUTOPISIMA

Tekstove u kojima bilježimo svoje dojmove i iskustva s putovanja svrstavamo u putopisnu književnost to jest putopise. Putopis se definira kao: (...) *književna vrsta tematski oblikovana vjerodostojnim putovanjem subjekta diskursa (putopisca) koji pripovijeda zgrade na putu, opisuje prostore kojima putuje i mjesta na kojima boravi, iznosi svoja zapažanja o ljudima koje na putu susreće, o njihovim običajima i načinu života te često o kulturnim i umjetničkim znamenitostima krajeva u kojima se zatiče.*⁶ U glavne se postulate putopisa ubrajaju pripovijedanje (kojim je obuhvaćena putopisna događajnost) i opisivanje (kojim je obuhvaćena predmetnost).⁷ Putopis se osim u književne žanrove ubraja i u novinske. Marko Sapunar putopis svrstava u ostale novinske monološke žanrove koji predstavlja sintezu autorovih prikaza i zapisa o krajevima koje posjećuje kao i njegovim razmišljanjima o njima, ljudima koje susreće i njihovom životu.⁸ Ističe da je njihova vrijednost u tome što predstavljaju trajne zapise o vremenu, prostoru i ljudima koje ne mogu istisnuti ni novi elektronički mediji, već će se samo prilagoditi mediju trećeg, elektroničkog pisanja.⁹

Putopisi se u Hrvatskoj javljaju u doba romantizma. Glavni je cilj romantičarskih putopisaca bio upoznavanje čitatelja s različitim dijelovima domovine, isticanje njezine vjerodostojnosti kao putopisnog predmeta, izvješćivanje kao i usporedba stranog svijeta s domaćim.¹⁰

Među prve se hrvatske suvremene putopise ubrajaju: *Pogled u Bosnu* Matije Mažuranića iz 1842. godine te *Put u gornje strane* Stanka Vraza iz 1843. godine.¹¹ Slavko Ježić izdvaja značajnije hrvatske putopisce, i to: Antuna Nemčića, Ivana Mažuranića, Petra Preradovića, Dimitrija Demetra i Luku Botića.¹²

O NARODNOM LISTU

Narodni list su novine koje datiraju od 1862., kada su izlazile pod imenom *Il Nazionale*. Ovaj list, bogate kulturne i povijesne tradicije, nastao je kao odgovor na političke pritiske i bio je glasilo za razvoj nacionalnog preporoda u Dalmaciji. List su pokrenuli narodnjaci dr. Miho Klaić i Miho Pavlinović. Prvi broj *Il Nazionale* izašao je u Zadru 1. ožujka 1862. godine. U početku je izlazio dvojezično, kao hrvatski prilog za list *Il Nazionale* sve do 1869. godine. Od 1869. do 1871. godine paralelno izlazi na hrvatskom i talijanskom jeziku. Od 1872.

⁶ Hrvatski leksikon, II. Svezak, Naklada Leksikon, Zagreb 1997., p. 332.

⁷ Ibid.

⁸ Sapunar, Marko, *Osnove znanosti o novinarstvu*, Naprijed, Zagreb 2000., p. 98.

⁹ Op. cit., p. 99.

¹⁰ Hrvatski leksikon, II. svezak, p. 332.

¹¹ Šicel, Miroslav, *Hrvatska književnost 19. i 20. stoljeća*, Školska knjiga, Zagreb 1997., p. 67.

¹² Ježić, Slavko, *Hrvatska književnost od početka do danas: 1100-1941.*, Hrvatski tiskarski zavod, Zagreb 1944., p. 245.

godine list ima naslov samo na hrvatskom, a od 1893. godine do kraja izlaženja ima podnaslov *Glasilu za interese hrvatskog naroda*.¹³ U prvom broju *Il Nazionale* urednik Nadko Nodilo iznosi program lista na talijanskom jeziku *Programma del Nazionale*, a to isto ponavlja i na hrvatskom u *Prilogu k Narodnom listu broj 1* pod naslovom *Proslov Narodnog lista*.¹⁴

List je od 1863. do 1919. godine imao svoju vlastitu tiskaru, koja se s vremenom sve više modernizirala i bila jedna od najboljih zadarskih tiskara. Dana 1. ožujka 1912. godine izašao je jubilarni broj lista koji je imao 116 stranica s 85 članaka i pjesama te 162 oglasa.¹⁵

Narodni list je na svojim stranicama objavljivao političke članke i vijesti iz vanjske i unutarnje politike te vijesti iz Dalmacije, a posebno iz Zadra. Važno je istaknuti njegov podlistak koji je bio posebno uređen, a u kojem su mnogi naši književnici objavljivali svoje vrijedne književne članke, priloge, rasprave, novele i putopise, koji će biti predmet istraživanja u ovom radu. Tako je pored političke uloge, *Narodni list* imao i književnu ulogu u kojem su naši pisci započeli svoj književni rad te time utjecali jačanje nacionalne svijesti hrvatskog naroda, ali i unapređenju hrvatskog kulturnog života. Prvi urednik *Narodnog lista* bio je Natko Nodilo, a za vrijeme uredništva Jurja Biankinija list je glasilo kao jedan od najbolje uređenih novina za vrijeme vladanja Austro-Ugarske Monarhije.

Nakon 58 godina neprekinutog izlaženja, zbog Rapallskog ugovora i talijanske vladavine, dolazi do zabrane izlaženja lista te se gasi s brojem 7 od 7. lipnja 1920. godine.¹⁶ Od 1946. godine pa do danas izlazi u Zadru pod imenom *Narodni list*.

METODOLOGIJA

Cilj rada je istražiti tematiku putopisa u *Narodnom listu* u prvom desetljeću 20. stoljeća, odnosno od 1900. do 1910. godine. U radu se polazi od pretpostavke da su putopisi objavljeni u *Narodnom listu* u navedenom razdoblju, utjecali na razvoj kulturnog i književnog života u Zadru, i to tako da su predstavljali izvor znanja za čitatelje upoznavajući ih s prirodnim i kulturno-povijesnim znamenitostima Hrvatske, kao i Europe i svijeta. Istraživanje se temeljilo na putopisima objavljenim u *Narodnom listu* od 1900. do 1910. godine. Građa je prikupljena iz fonda Znanstvene knjižnice u Zadru, osim građe iz 1900. i 1907. godine, koja je prikupljena iz Državnog arhiva u Zadru. Za obradu navedene građe korištena je kvalitativna metoda analize sadržaja kojom su se analizirala 23 putopisa objavljena u *Narodnom listu* u promatranom razdoblju.

¹³ Zadar, zbornik radova, p. 748.

¹⁴ Vidaković, Josip, Povijest hrvatskog novinstva, Zadar u XIX. stoljeću, Hrvatsko komunikološko društvo i Nonacom d.o.o., Zagreb 2001., p. 157.

¹⁵ Op. cit., p. 162.

¹⁶ Maštrović, Vjekoslav, Jadertina croatica: bibliografija knjiga, časopisa i novina izdanih na hrvatskom ili srpskom jeziku u Zadru (1949-1954), knj. 2, sv. 2, JAZU, Zagreb 1954., p. 121., 125.

Don Ilija Ujević¹⁷, *Na povratku s puta*

Putopis književnika i svećenika don Ilije Ujevića *Na povratku s puta* najopsežniji je promatrani putopis u istraživačkom razdoblju i ima autobiografski karakter. Izašao je u 51 broju podlistka *Narodnog lista* i to u 1900., 1902., 1903. i 1907. godini. U 1900. godini putopisac don Ilija Ujević svoje putovanje započeo je parobrodom preko Makarske prema Splitu posjećujući svoje mnogobrojne prijatelje i biskupa kojeg moli za dozvolu odlaska na liječnički pregled u Beč. Nakon Splita svoje je putovanje nastavio parobrodom Hungarija prema Rijeci gdje je posjetio kulturno-povijesne znamenitosti. Sutradan je krenuo prema Zagrebu gdje ga je čekao prijatelj dr. Tresić s kojim je prošetao po parku Zrinjevac. Posebno značajno za putopisca bilo je upoznavanje s književnikom Eugenom Kumičićem za kojeg kaže da je *radišna hrvatska pčelica i naš vrli književnik*.¹⁸ Prije povratka u Zadar posjetio je i Karlovac gdje je tražio mišljenje liječnika vezano za svoju bolest. Nakon putovanja, u Zadru je posjetio urednika Jurja Biankinija i prijatelja Ivu Prodana u uredništvu *Narodnog lista*.

Putopisi objavljeni u 1902. i 1903. godini govore o autorovom putovanju u Beč. Putovao je na relaciji Zadar-Makarska-Rijeka-Zagreb-Beč. U Zagrebu je prisustvovao na sastanku nadbiskupa, biskupa, kanonika i opata iz cijele Hrvatske. Kao i u putopisima iz 1900. godine autor ističe susret s još jednom značajnom osobom iz tadašnjeg kulturnog i političkog života - Dinkom Politeom, hrvatskim novinarom, esejistom i političarom, kojeg je upoznao još 1883. godine u uredništvu *Narodnog lista*, zajedno s Jurjem Biankinijem i Mihom Klaićem.¹⁹

U Beč je opet išao zbog zdravstvenih problema na pregled liječnicima, ali je i ovaj odlazak iskoristio za posjet brojnim bečkim spomenicima, među ostalima spomenik Eugena Savojskog, Frana Savojskog, stolnu bečku crkvu sv. Stjepana, dvorac Schönbrun i bečko šetalište Prater. Zanimljivo je istaknuti putopišćev susret s Talijanom hrvatskih korijena -Giovannijem Morićem kojeg je upoznao u jednoj talijanskoj gostionici u Beču. S njim raspravlja oko pitanja Dalmacije. *Gospodin pak kaže, da je Dalmacija „vaša zemlja“ jer nije valjda upućen u tančine poviesti, a povijest ne kaže tako. I ako smo bili pod vlašću mletačkom, to smo i onda bili Hrvati, jer smo rođeni takovima i umrijet ćemo pod tim dičnim imenom*.²⁰ Ovdje se uočava autorova ljubav prema domovini i njegovo mišljenje o hrvatskoj politici za vrijeme mletačke uprave u Dalmaciji.

¹⁷ Književni kritičar i prevoditelj, rođen u Krivodolu 1858., umro 1921. u Splitu. Književnici i književni kritičari Ante Tresić Pavičić i Ivan Krnić svrstavaju ga u bogatog i plodnog pisca. Najpoznatije njegovo djelo je *Dokonice*, zbirka pripovijetki, crtica i slika, tiskane 1906. u Matici hrvatskoj. Prema: Ugrin, Ivan, *Skinut veo zaborava*, <http://arhiv.slobodnadalmacija.hr/20020430/kultura03.asp> (Posjećeno: 26. 11. 2013.)

¹⁸ *Narodni list*, br. 16., 7. ožujka 1900., p. 1.

¹⁹ *Narodni list*, br. 4., 14. siječnja 1903., p. 1.

²⁰ *Narodni list*, br. 20., 11. ožujka 1903., p. 1-2.

Putopisi iz 1907. godine čitatelje upoznaju s još jednim putopišćevim putovanjem i to iz Biokova prema Zadru prolazeći kroz Imotski, Poljica, Žrnovicu, Stobreč, Split gdje je posjetio biskupski dvor i crkvu sv. Duje, te Šibenik. U Zadru je stigao parobrodom iskrcavši se na *staroj rivi*. U Zadru je nakratko posjetio uredništvo *Narodnog lista*, prošetao do zadarskog predjela Arbanasi, posjetio zadarsku bolnicu, a sutradan parobrodom *Würmbrand* nastavio svoje putovanje prema Splitu gdje se susreo i nakratko porazgovarao s pravaškim političarom Antom Trumbićem. Zadnja postaja njegovog putovanja bila je njegova Zagora gdje je svojim sumještanima ispričao sve svoje zgrade s putovanja.

Ivan Andrović²¹, *O Kinezima*

Putopis Ivana Androvića *O Kinezima* koji je izašao u pet brojeva *Narodnog lista* u 1901. godini, edukativnog je karaktera. Putopisac je ovim putopisom želio upoznati čitatelje s dalekom azijskom zemljom – Kinom. Sam autor nije posjetio Kinu, ali je na svojem putovanju iz Zagreba u Budimpeštu upoznao njemačkog suputnika dr. E. Von Mielkea, poliglota koji je proputovao cijeli svijet i desetak godina boravio u Kini. Tako su čitatelji mogli doznati nešto više o kineskom kulturno-političkom životu, između ostalog o kineskom pravosudnom sustavu, glavnom gradu Pekingu koji je opkoljen visokim zidinama i velikim vratima koje se zatvaraju svakog dana kada sunce zađe, caru koji izlazi u javnost samo četiri puta godišnje i prema kojem Kinezi imaju ogromno poštovanje. Vjera im predstavlja nešto jako važno; učeni ljudi slijede nauku Konfucija, a niži sloj društva Bude. Prometna infrastruktura Kine dosta zaostala jer je izgradnja željeznice bila strogo zabranjivana zbog velikog broja grobova koji bi se uništili njezinom izgradnjom. U kineskoj književnosti ističe dva njihova djela: roman *San kue-ci (Povijest tri kralja)* i drama *Pi-pa-ki (Povijest lutnje)*.

Grgur Urlić-Ivanović²², *Tamo amo preko Krke*

U ovom putopisu autor otkriva prirodne ljepote rijeke Krke i Šubićev grad Nečven na zapadnoj strani Promine. Promatrajući taj krajolik putopisac se prisjetio naših junačkih vitezova, banova i kraljeva koji su vladali na prostorima od Drine, preko Vrbasa, Une i Neretve. Čitatelji su također imali prilike doznati o kulturi i povijesti Kistanja i Ostrovice. Također donosi mnogobrojne podatke o hrvatskoj povijesti.

²¹ Publicist, leksikograf, pisac i prevoditelj. Rođen u Skradinu 1876., umro u Zagrebu 1954. godine. Bio je pripadnik Stranke prava; često je tijekom svog novinarskog rada, pišući za brojne listove, *Katoličku Dalmaciju*, *Jadran*, *Hrvatsku krunu*, *Pučki list* i *Narodni list*, polemizirao s političkim neistomišljenicima. Prema: Jerolimov, Pavao, Ivan Andrović Publicist, <http://www.zadarskilist.hr/clanci/14122008/ivan-androvic-publicist> (Posjećeno: 26. 11. 2013.)

²² Književnik i učitelj. Rođen u Makarskoj 1842., umro 1902. godine. Iako se školovao za bogoslova, najveći dio svog života posvetio se pučkom učiteljstvu, ponajviše u zadarskom zaleđu. Pisao je zanimljive povijesne članke za dubrovački *Slovinac*, zadarski *Narodni list*, *Iskru* i *Narodni koledar*. Prema: Alačević, Nikola Slavni i zaslužni muževi; Makarska i primorje; Izlet na Biokovo, Brzotisak Narodne tiskare, Spljet 1910.

N. N., *Izlet na Velebit*

Putopis *Izlet na Velebit*, nepoznatog putopisca, govori o prirodnim i kulturnim ljepotama velebitskog kraja. Putopisac započinje svoje putovanje iz Zadra preko Murvice i Poličnika do Paklenice. Prolazio je kroz Posedarje, rodno mjesto Antuna Benje Posedarskog i Novigrada, Vinjerca, Selina i Starigrada. Na putu od Selina do Velike Paklenice uočava tzv. *mirila*, pogrebne ploče koje se danas tretiraju kao nematerijalno kulturno dobro. U Paklenici ga oduševljava vegetacija planine koja je obrasla šumama bora, bukve, bijelog graba, crnog jasena, javora i ariša. Na visoravni Rujno opaža alpsku vegetaciju sa zelenim livadama i šumama u kojima prevladava kadulja, borovnica, brusnica, paprat, vriesak itd. Navodi kako je ovo mjesto izuzetno pogodno za razvoj pčelarstva i mljekarstva. Zanimljiv je podatak o vulkanskom podrijetlu na vrhu Močile gdje se mogu pronaći razni minerali, smeđi ugljen, granit i željezo. Prema autoru upravo zbog vulkanskog podrijetla ovog područja Zadar su u prošlosti pogađali potresi, posebno između 1178. i 1887. godine kada ih je bilo 47. Na kraju putopisac sugerira čitateljima da je najbolje vrijeme posjeta Velebitu u jesen.

N. N., *Izlet na Mosor*

Putopis nepoznatog autora *Izlet na Mosor* također opisuje planinarsko jednodnevno putovanje izletnika na Mosor. Kolone su krenule s rijeke Jadre iz Solina i rijeke Žrnovice. I u ovom putopisu autor spominje bujnu vegetaciju Mosora u kojoj prevladavaju šume jasena, bijelog i crnog graba i hrasta. S Mosora se spušta prekrasan pogled na Split i okolicu: *Od maloga Stobreča, koji se kupa u moru kô labud, do rta drugoga labuda Vranjica uz rub Kozjaka do Tartarskih visina, pak preko pučinje sinjega mora čak tamo do dalekog Visa, Hvara, po podanku Brača, zapashi okom medonosnu Šoltu, romantični Trogir i okolicu mu, Split s Marjanom, koji ti stoji kô živo srebro i ono uzravnano zeleno splitsko polje, zaokvireno Mravincima, Žrnovicom, Stobrečom, eto ti čarobne slike Splita i okolice.*²³

Don Frane Ivanišević, *Poljica*

U ovom putopisu autor opisuje svoje putovanje kroz selo Dalmatinske zagore Poljica i njegovu okolicu uključujući sela Jasenice, Podstrana i Duće. Navodi da su Poljica podijeljena na tri dijela; gornja, srednja i donja Poljica. Ističe posebnost donjih Poljica po uzgoju vinove loze i maslina, ali i višanja od kojih se pravi poznati zadarski maraschino. I ovaj autor posjećuje planinu Mosor za koju ističe da obiluje ljekovitim travama, ljubitelje ornitologije privlače

⁶ Narodni list, br. 79., 1. listopada 1904., p. 1.

mnogobrojne vrste ptica. Evo što ovaj putopisac vidi s planine Mosor: *Tamo preko pučine sinjega mora seže oko do Italija, ovamo od Šibenika do Prologa i do Ljubuških visina u Hercegovini, Kleka u Neretvi, a na taj pogled tko ne bi prepunu srcu dao oduška i kliknuo zanosno: Da si zdravo, domovino mila!*²⁴

N. N., *Na Velebitu*

Ovaj putopis nepoznatog autora drugačijih je karakteristika u odnosu na prethodno navedeni putopis iste tematike. Naime, putopisac s jednog profesionalnijeg pristupa donosi čitateljima zanimljivosti vezane za planinu Velebit. Iz putopisa se može zaključiti kako je autor zaljubljenik u alpinizam jer navodi upute i preporuke čitateljima kako doći do jedne od mnogobrojnih alpinističkih točaka ove planine – Svetog brda.

Frane Jeričević, *Žrnovo*

U putopisu *Žrnovo*, autora Frane Jeričevića, čitatelji su imali prilike doznati o povijesnim, kulturnim i gospodarskim obilježjima sela Žrnovo, smještenog na otoku Korčuli. U to vrijeme selo je imalo oko 2 tisuće stanovnika. Od kulturno-povijesnih spomenika Žrnova autor ističe crkvicu posvećenu sv. Mihovilu Arhanđelu i matičnu crkvu posvećenu sv. Martinu biskupu. U mjestu su u to vrijeme postojale i dvije obrazovne ustanove: Hrvatska čitaonica i Škola za neuke odrasle osobe. Također navodi kako su Žrnovci izvrsni kamenoklesari i poljoprivrednici.

Josip Urschitz, *U sviet*

U ovom putopisu autorovo putovanje započinje vlakom iz Budimpešte prema Zagrebu. Tijekom putovanja razmišljao je o domovini, njezinoj prekrasnoj prirodi, ali i o političkoj situaciji u kojoj se tada nalazila, izražavajući svoje nezadovoljstvo aktualnom političkom vlašću. Glavni razlog njegova posjeta Zagrebu bila je skupština učitelja, kojoj je i prisustvovao. Posjet ovom gradu iskoristio je i za upoznavanje njegovih kulturnih i obrazovnih ustanova. Putovanje je nastavio preko Rijeke u Zadar.

N. N. *Drvar*

Putopisac u ovom putopisu opisuje svoj posjet Drvaru u društvu bavarskog industrijalca koji je zakupio šume u blizini Drvara i sagradio željeznicu prema Kninu. Ono što ga je posebno fasciniralo u ovome gradiću jest pilana koja

²⁴ *Narodni list*, br. 72., 11. rujna 1905., p. 2.

je oživila ovaj gradić u komunalnom, kulturnom, turističkom, a nadasve u ekonomskom pogledu.

Marin Sabić²⁵, *Lourdes*

Ovaj putopis je za razliku od prethodno obrađenih putopisa, hodočasničkog karaktera u kojem putopisac opisuje svoje hodočasničko putovanje u poznato francusko hodočasničko mjesto Lourdes. Putovanje je započelo iz Rijeke prema Italiji uz usputno stajanje u Milanu, te potom u poznatim turističkim gradovima na Azurnoj obali Nici, Cannesu i Monte Carlu. Glavni razlog njegova putovanja bio je posjet čudesnoj Massabielskoj špilji pred kojom su se događala čudesna ozdravljenja. U *Lourdesu* čovjek osjeća svu uzvišenost one religijske ljudske patnje, koja je mogla da nikne smo iz Hristove nauke-nauke o ljubavi, praštanju i milosrdju.²⁶ Na ovom hodočasničkom putovanju pjesnik je doživio vjerski obrat, i od ateista postao katolikom. U starosti je obolio od teške očne bolesti, a upravo ovo putovanje pomoglo mu je u borbi s bolesti.²⁷

Nikola Zvonimir Bjelovučić²⁸, *S putovanja po Hrvatskoj*

U ovom putopisu autor donosi bilješke sa svoga putovanja na kojem je bio u 1903. godini, u vremenu kada je Hrvatskom vladao mađarski ban tiranin Khuen Hedervary. Potaknut političkom situacijom koja je u to vrijeme vladala Hrvatskom, odlučio je posjetiti Zapresić koji je tada bio poznat kao mjesto gdje se odvijala pobuna hrvatskih seljaka protiv mađarske vladavine²⁹ i Nove dvore gdje se nalazi grob bana Josipa Jelačića. Putovanje nastavlja prema Hrvatskom zagorju posjećujući Krapinu i Krapinske toplice, poznato hrvatsko lječilište u kojem se nalazi dvorac književnika Ksavera Šandora Gjalskog i rodno mjesto dr. Gorjanovića i Ljudevita Gaja; Klanjec, rodno mjesto tvorca naše himne Antuna Mihanovića, Rogašku Slatinu, lječilište koje je obilazio i Josip Juraj Strossmayer; Križevce, Bjelovar, Koprivnicu i Karlovac. Putovanje završava posjetom Ozlju za kojeg kaže da je hrvatska *Meka* zbog ljepote prirode i osjećaja mirnoće i opuštenosti koje taj grad pruža.

²⁵ Pjesnik i kritičar, rođen u Starom Gradu 1860., a umro 1923. godine na Visu. Najveći dio svog života proveo je i radio u Zadru kao novinar talijanskog i hrvatskog tiska. Odgojen je u talijanskom duhu što se ogleda i u njegovom radu. Prema: Leksikon hrvatskih pisaca, urednica: Avenka Žurić, Školska knjiga, Zagreb 2000., p. 626.

²⁶ *Narodni list*, br. 93., 19. studenoga 1908., p. 1.

²⁷ Leksikon hrvatskih pisaca, p. 626.

²⁸ Povjesničar i etnograf, rođen u Janjini na Pelješcu 1882., umro u Janjini 1952. Bio je pripadnik Hrvatske seljačke stranke te osnivač i urednik tjednika *Hrvatska riječ*. Prema: Bjelovučić, Nikola Zvonimir, <http://proleksis.lzmk.hr/52204/> (Posjećeno: 26. 11. 2013.)

²⁹ Zapresić je bio jedan od gradova u kojima su se provodile demonstracije protiv Khuenovog režima i mađarske hegemonije, a zabilježene su u hrvatskoj povijesti kao narodni pokret 1903. godine. Prema: Šidak, Jaroslav, Gross, Mirjana et al., *Povijest hrvatskog naroda g. 1860-1914.*, Školska knjiga, Zagreb 1968., p. 212.

N. N. *Izlet u Omiš*

Ovaj putopis nepoznatog autora također opisuje putovanje, odnosno izlet unutar granica Hrvatske, točnije u Omiš. Bio je to izlet grupe djece za vrijeme ljetnih praznika parobrodom *Knez* iz Splita prema Omišu. Putopisac je čitatelje upoznao s prirodnim i kulturnim-povijesnim znamenitostima omiškog kraja: franjevačkim samostanom s crkvicom, kulom Stari grad, starim sveučilištem poljičkog svećenstva i rijekom Cetinom koja ga je posebno fascinirala.

N. N., *Pohod k crkvi sv. Spasa i u Cetinsku pećinu*

Putopisac u ovom putopisu posjećuje Vrličku krajinu za koju kaže da obiluje prirodnim ljepotama i kulturnim spomenicima, posebno iz rimskog razdoblja. Posebno ističe polusrušenu crkvu sv. Spasa u Cetini: *Još g. 1772 obašao je ovo groblje učeni Fortis, koji je u svojoj knjizi „Viaggio in Dalmazia“, tiskanoj u Veneciji, naznačio da na njemu ima do 200 nadgrobnih ploča, stećaka.*³⁰ Također navodi kako Vrlička krajina, koja obuhvaća i dvije planine Dinaru i Svilaju, ima oko 50 pećina, od kojih je najpoznatija Cetinska pećina. Nju je istraživao i Alberto Fortis u kojoj je pronašao prapovijesne predmete. Ono što je posebno zanimljivo u ovom putopisu jest putopiščeva kritika upućene mještanima toga kraja koji ne čuvaju Cetinsku pećinu, naprotiv uništavaju je lomeći stalaktite i stalagmite kojima treba od 15 do 25 tisuća godina da se opet stvore.

N. N., *Kroz srednja Poljica na Zadvarje*

Putopis *Kroz srednja Poljica na Zadvarje* nepoznatog autora, još je jedan u nizu putopisa objavljenih u *Narodnom listu* u promatranom razdoblju u kojem putopisac opisuje svoje putovanje kroz sela Dalmatinske zagore – od Poljica do Zadvarja. Navodi kako treba prijeći 50 kilometara od poljičkog primorja do Zadvarja. Posebno ga se dojmio Gata, perivoj Poljica u kojem ima preko 50 potočića i veliki slap Gubavice u Zadvarju.

N. N., *Izlet učenica zavoda „Angjela Čuvara“ na Korčuli u Zagreb*

Autor opisuje putovanje učenica teološke škole na Korčuli u Zagreb, ističući kako je ovo putovanje prvenstveno obrazovnog karaktera. Putovanje je započelo u Splitu s parobrodom *Pannonia* prema Rijeci, uz kraće stajanje u Zadru gdje su se odmorile u hotelu Bristol. Došavši u Rijeku, posjetile su Sušak i Trsat te krenule prema Zagrebu. U Zagrebu su između ostalog posjetile Tuškanac, Gornji grad, crkvu sv. Marka, Kamenita vrata, Mirogoj i Maksimir.

³⁰ *Narodni list*, br. 60., 28. kolovoza 1909., p. 1.

M. Sabić, *Iz „crta i dojmova s puta u Lourdes“*

Putopis Marina Sabića, za razliku od prethodnog iste tematike, čitateljima detaljnije donosi opis čudotvorne Massabielske špilje poznatog francuskog svetišta ističući kako postoje brojne izreke uklesane na mramornoj ploči pored špilje, koje je Gospa izrekla u ukazanjima od 11. veljače do 16. svibnja 1858. djevojčici Bernadetti Soubirous pokraj rijeke Gave. Čitatelji su također imali prilike doznati da se u unutrašnjosti špilje nalazi mramorni Gospin kip, kojeg je izradio kipar Josip Fabish.

N. N. *U planini*

U ovom putopisu autor opisuje svoje putovanje od Cetinske krajine prema planini Vlašić u Bosni i Hercegovini u društvu svoja dva učenika. Tamo susreću mnoštvo seljaka koji žive i uzgajaju životinje, većina nepismenih i neškolovanih. Posebno ga je dojmio jedan dječak od petnaestak godina koji je čuvao krave i nije znao čitati niti pisati. Putopisac ga je za vrijeme boravka na ovoj planini učio pisati i čitati, a onima koji su bili pismeni darovao je čitanke, bilježnice i olovke.

N. N., *Messina*

Putopis *Messina* nepoznatog autora, čitateljima donosi dojmove s putopisčevog putovanja u Messinu, talijanski grad na Siciliji. Naime, autorovo odredište bio je Palermo, no zbog kuge koja je poharala taj grad, bio je prisiljen iskrcati se u Messini koji je, dvije godine prije autorovog dolaska, bio pogođen potresom. Autor navodi kako je grad prije potresa imao 150 tisuća ljudi, a sada ima svega 30 tisuća. U gradu su i dalje vidljive posljedice potresa- mnogo je ruševina, a stanovnike je pogodila i velika neimaština i glad. Bogatiji stanovnici pronašli su novi dom u nekom drugom gradu, a siromašni su ostali u Messini živeći u barakama. Također je posjetio je i obližnje selo Amalfi i predgrađe San Martino koje je izgrađeno dobrovoljnim donacijama iz Amerike.

N. N., *Almeria i Gibraltar*

Ovim su se putopisom čitatelji *Narodnog lista* upoznaju s nešto daljim krajevima svijeta-Španjolskom i Gibraltalom. Autor posjećuje grad Almeriu, poznatog po vinogradarstvu i proizvodnji vina, ističući malagu kao njihovu najkvalitetniju vrstu grožđa koje se izvozi u Ameriku. Od kulturno-povijesnih spomenika dojmila ga se arena za borbu bikova Toreador u koju stane oko 6 tisuća gledatelja i katedrala iz 16. stoljeća okružena tornjevima sagrađene kao crkva-

tvrđava. Drugi dio svog putovanja putopisac posvećuje Gibraltaru, tjesnacu koji dijeli Europu i Afriku, navodeći kako ima obilježja pomorskog, trgovačkog i vojničkog i internacionalnog grada s dominacijom engleskog stanovništva.

N. N., *Na oceanu*

U ovom putopisu autor opisuje svoje putovanje parobrodom *Pannonia* u Ameriku. Čitatelje detaljnije upoznaje s parobrodom: *Naša „Pannonia“ je dobar star mornar koji može štošta da podnese na moru. On ima i udobnosti neke, znade za red i čistoću, ali komfora u modernom smislu nema.*³¹ Navodi kako ima puno više parobroda drugih društava koji bolje posluju nego *Pannonia* jer pružaju puno veću udobnost i uslugu i brže stižu do svojih odredišta. Poziva hrvatske zastupnike da utječu na austro-ugarsku vladu u pogledu izgradnje jednog takvog parobroda koji bi mogao preuzeti austrijski *Lloyd*, a imao bi značajnu trgovačku i prometnu važnost za naše krajeve.

N. N. *Dolazak u New York*

I u ovom putopisu autor opisuje svoje dojmove s putovanja parobrodom *Pannonia* i svoj boravak u New Yorku.³² Prilikom ulaska u luku svi putnici bili su liječnički pregledani jer je u to vrijeme veliki broj ljudi u Europi bio zaražen kolerom te je postojala opasnost njezinog sve većeg širenja. *Stigli kako rekoh, u zoru. Jedva čekali čas, da se dotaknemo kraja, poslie duga putovanja; ali eto došao parobrod zdravstva, izkrcao komesare, i ovi traži, pretraži, prebrajaj.*³³ Ovaj putopis nepoznatog autora možemo povezati s masovnim iseljavanjem Hrvata u prekomorske zemlje početkom 20. stoljeća. Naime, zbog loše gospodarske, političke i društvene situacije u Hrvatskoj, Hrvati odlaze „trbuhom za kruhom“ u Ameriku. Masovno iseljavanje posebno je zabilježeno u Dalmaciji i Hrvatskom primorju.

BIBLIOGRAFIJA PUTOPISA U *NARODNOM LISTU* OD 1900. DO 1910. GODINE

Ujević, don Ilija. Na povratku s puta, *Narodni list*, br. 14., 24. veljače 1900., str. 1; br. 15., 3. ožujka 1900., str. 1; br. 16., 7. ožujka 1900., str. 1; br. 17., 9. ožujka 1900., str. 1; br. 18., 14. ožujka 1900., str. 1; br. 19., 21. ožujka 1900., str. 1; br. 21., 24. ožujka 1900., str. 1; br. 22., 28. ožujka 1900., str. 1; br. 23., 31. ožujka 1900., str. 1; br. 24., 7. travnja 1900., str. 1; br. 26., 2. svibnja 1900., str. 1-2; br. 33., 12. svibnja 1900., str. 1; br. 38., 19. svibnja 1900., str. 1-2; br. 85., 22. listopada

³¹ *Narodni list*, br. 93., 19. studenoga 1910., p. 1.

³² Čizmić, Ivan, Iseljavanje iz Hrvatske u Ameriku kao dio europskih migracijskih tijekova, http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=32601 (Posjećeno: 24. 11. 2013.)

³³ *Narodni list*, br. 94., 23. studenoga 1910., p. 1.

1902., str. 1; br. 86., 25. listopada 1902., str. 1-2; br. 87., 29. listopada 1902., str. 1; br. 89., 5. studenog 1902., str. 1-2; br. 90., 8. studenog 1910., str. 1-2; br. 95., 26. studenog 1902., str. 1; br. 96., 29. studenog 1902., str. 1-2; br. 97., 3. prosinca 1902., str. 1; br. 4., 14. siječnja 1903., str. 1-2; br. 5., 17. siječnja 1903., str. 1; br. 7., 24. siječnja 1903., str. 1; br. 8., 28. siječnja 1903., str. 1; br. 9., 31. siječnja 1903., str. 1; br. 10., 4. veljače 1903., str. 1; br. 12., 11. veljače 1903., str. 1; br. 14., 18. veljače 1903., str. 1-2; br. 16., 25. veljače 1903., str. 1; br. 18., 4. ožujka 1903., str. 1; br. 20., 11. ožujka 1903., str. 1-2; br. 27., 4. travnja 1903., str. 1; br. 28., 8. travnja 1903., str. 1; br. 29., 11. travnja 1903., str. 1; br. 30., 15. travnja 1903., str. 1; br. 19., 7. ožujka 1907., str. 1; br. 20., 11. ožujka 1907., str. 1; br. 21., 14. ožujka 1907., str. 1; br. 22., 18. ožujka 1907., str. 1; br. 23., 20. ožujka 1907., str. 1; br. 24., 23. ožujka 1907., str. 1; br. 25., 28. ožujka 1907., str. 1; br. 27., 4. travnja 1907., str. 1; br. 28., 8. travnja 1907., str. 1; br. 31., 18. travnja 1907., str. 1; br. 32., 22. travnja 1907., str. 1; br. 38., 13. svibnja 1907., str. 1; br. 39., 16. svibnja 1907., str. 1; br. 40., 18. svibnja 1907., str. 1; br. 41., 24. svibnja 1907., str. 1;

Andrović, Ivan. O Kinezima, *Narodni list*, br. 60., 27. srpnja 1901., str. 1-2; br. 61., 31. srpnja 1901., str. 1-2; br. 62., 3. kolovoza 1901., str. 1; br. 63., 7. kolovoza 1901., str. 1; br. 64., 10. kolovoza 1901., str. 1;

Urlić-Ivanović, Grgur. Tamo amo preko Krke, *Narodni list*, br. 1., 1. siječnja 1902., str. 1; br. 2., 4. siječnja 1902., str. 1; br. 3. 8. siječnja 1902., str. 1; br. 4. 11. siječnja 1902., str. 1; br. 5. 15. siječnja 1902., str. 1; br. 6. 18. siječnja 1902., str. 1; br. 7. 22. siječnja 1902., str. 1; br. 8. 26. siječnja 1902., str. 1.

S. M. Izlet na Velebit, *Narodni list*, br. 71., 5. rujna 1903., str. 1; broj 78., 9. rujna 1903., str. 1.

N. N. Izlet na Mosor, *Narodni list*, br. 79., 1. listopada 1904., str. 1.

Ivanišević, don Frane. Poljica, *Narodni list*, br. 68., 28. kolovoza 1905., str. 1; br. 69., 31. kolovoza 1905., str. 1-2; br. 72., 11. rujna 1905., str. 1-2.

N. N. Na Velebitu, *Narodni list*, br. 62., 2. kolovoza 1906., str. 1-2.

Jeričević, Frane. Žrnovo, *Narodni list*, br. 13., 13. veljače 1908., str. 1.

Urschitz, J. U sviet, *Narodni list*, br. 72., 7. rujna 1908., str. 1; br. 73., 10. rujna 1908., str. 1-2.

B. P. Drvar, *Narodni list*, br. 84., 19. listopada 1908., str. 1-2.

Sabić, M. Lourdes, *Narodni list*, br. 92., 16. studenoga 1908., str. 1; br. 93., 19. studenoga 1908., str. 1; br. 94., 23. studenoga 1908., str. 1.

Bjelovučić, Nikola Zvonimir. S putovanja po Hrvatskoj, *Narodni list*, br. 10., 3. veljače 1909., str. 1-2.

N. N. Izlet u Omiš, *Narodni list*, br. 57., 17. srpnja 1909., str. 1-2.

N. N. Pohod k crkvi sv. Spasa i u Cetinsku pećinu, *Narodni list* br. 69., 28. kolovoza 1909., str. 1-2.

N. N. Kroz srednja Poljica na Zadvarje, *Narodni list*, br. 40., 18. svibnja 1909., str. 1-2.

I. F. L. Izlet učenica zavoda „Angjela Čuvara“ na Korčuli u Zagreb, *Narodni list*, br. 55., 9. srpnja 1910., str. 1-2; br. 56., 13. srpnja 1910., str. 1-2; br. 57., 16. srpnja 1910., str. 1-2.

Sabić, M. Iz crta i dojmova sa puta u Lourdes. *Narodni list*, br. 60., 27. srpnja 1910., str. 1-2; br. 62., 3. kolovoza 1910., str. 1-2.

N. N. U planini. *Narodni list*, br. 66., 17. kolovoza 1910., str. 1-2.

N. N. Messina. *Narodni list*, br. 91., 12. studenoga 1910., str. 1.

N. N. Almeria i Gibraltar. *Narodni list*, br. 92., 16. studenoga 1910., str. 1-2.

N. N. Na oceanu. *Narodni list*, br. 93., 19. studenoga 1910., str. 1-2.

N. N. Dolazak u New York. *Narodni list*, br. 94., 23. studenog 1910., str. 1.

ZAKLJUČAK

Zadar je krajem 19. i početkom 20. stoljeća bio centar Dalmacije u kojem se odvijao buran politički život. U to vrijeme aktualna događanja i zbivanja vezana su za nacionalni preporod i rješavanje hrvatskog nacionalnog pitanja. Osim političkog života u Zadru je bio značajan i kulturno-književni život koji se razvijao i odvijao zahvaljujući brojnim kulturnim društvima koji su djelovali u Zadru u to vrijeme, ali i tiskovinama u kojima su objavljivani razni književni prilozi, rasprave i ostale književne vrste. Među njima značajnu ulogu u razvoju kulturno-književnog života Zadra imao je *Narodni list* koji je u svim godinama svog izlaženja, pa tako i u promatranom razdoblju, surađivao s brojnim književnicima koji su u njegovom prilogu – podlistku objavljivali svoja djela.

Analizom putopisa objavljenih u podlistku *Narodnog lista* u razdoblju od 1900. do 1910. godine utvrđeno je da je najveći broj putopisaca u svojim putovanjima opisivao naše krajeve posjećujući sela Dalmatinske zagore, Rijeku, Zagreb i gradove Hrvatskog zagorja, ali i planine Velebit, Mosor i Dinaru, donoseći čitateljima zanimljivosti o prirodnim i kulturno-povijesnim znamenitostima naše domovine. Druga skupina putopisa otkriva nam strane krajeve poput Španjolske, Gibraltara i dalekog New Yorka te gradove susjednih nam zemalja Beč, Budimpeštu, Messinu. U trećoj skupini putopisa ubrajaju se oni hodočasničkog karaktera, putopisca Marina Sabića, koji je opisao svoje hodočasničko putovanje u francusko svetište Lourdes.

U gotovo svim analiziranim putopisima prožima se autorova tuga zbog stanja u kojem se nalazi njegova domovina, prostorno rascjepkana, s velikim brojem stanovnika koji je emigrirao u prekomorske zemlje „trbuhom za kruhom“ i loše političke situacije u kojoj se nije mogao slobodno razvijati hrvatski jezik i kultura.

Iz svega navedenog može se zaključiti da su putopisi objavljeni u *Narodnom listu* od 1900. do 1910. godine utjecali na razvoj kulturnog i književnog života Zadra. Osim toga putopisci su vjerno predočavali tadašnje aktualne političke, kulturne i društvene događaje te upoznavali svoje sunarodnjake s domaćim i stranim destinacijama i njihovim prirodnim i kulturno-povijesnim znamenitostima i običajima.

LITERATURA

Narodni list, br. 14., 24. veljače 1900., br. 15., 3. ožujka 1900., br. 16., 7. ožujka 1900., br. 17., 9. ožujka 1900., br. 18., 14. ožujka 1900., br. 19., 21. ožujka 1900., br. 21., 24. ožujka 1900., br. 22., 28. ožujka 1900., br. 23., 31. ožujka 1900., br. 24., 7. travnja 1900., br. 26., 2. svibnja 1900., br. 33., 12. svibnja 1900., br. 38., 19. svibnja 1900., br. 85., 22. listopada 1902., br. 86., 25. listopada 1902., str. br. 87., 29. listopada 1902., br. 89., 5. studenog 1902., br. 90., 8. studenog 1910., br. 95., 26. studenog 1902., br. 96., 29. studenog 1902., br. 97., 3. prosinca 1902., br. 4., 14. siječnja 1903., br. 5., 17. siječnja 1903., br. 7., 24. siječnja 1903., br. 8., 28. siječnja 1903., br. 9., 31. siječnja 1903., br. 10., 4. veljače 1903., br. 12., 11. veljače 1903., br. 14., 18. veljače 1903., br. 16., 25. veljače 1903., br. 18., 4. ožujka 1903., br. 20., 11. ožujka 1903., br. 27., 4. travnja 1903., br. 28., 8. travnja 1903., br. 29., 11. travnja 1903., br. 30., 15. travnja 1903., br. 19., 7. ožujka 1907., br. 20., 11. ožujka 1907., br. 21., 14. ožujka 1907., br. 22., 18. ožujka 1907., br. 23., 20. ožujka 1907., br. 24., 23. ožujka 1907., br. 25., 28. ožujka 1907., br. 27., 4. travnja 1907., br. 28., 8. travnja 1907., br. 31., 18. travnja 1907., br. 32., 22. travnja 1907., br. 38., 13. svibnja 1907., br. 39., 16. svibnja 1907., br. 40., 18. svibnja 1907., br. 41., 24. svibnja 1907., br. 60., 27. srpnja 1901., br. 61., 31. srpnja 1901., br. 62., 3. kolovoza 1901., br. 63., 7. kolovoza 1901., br. 64., 10. kolovoza 1901., br. 1., 1. siječnja 1902., br. 2., 4. siječnja 1902., br. 3. 8. siječnja 1902., br. 4. 11. siječnja 1902., br. 5. 15. siječnja 1902., br. 6. 18. siječnja 1902., br. 7. 22. siječnja 1902., br. 8. 26. siječnja 1902., br. 71., 5. rujna 1903., broj 78., 9. rujna 1903., br. 79., 1. listopada 1904., br. 68., 28. kolovoza 1905., br. 69., 31. kolovoza 1905., br. 72., 11. rujna 1905., br. 62., 2. kolovoza 1906., br. 13., 13. veljače 1908., br. 72., 7. rujna 1908., br. 73., 10. rujna 1908., br. 84., 19. listopada 1908., br. 92., 16. studenoga 1908., br. 93., 19. studenoga 1908., br. 94., 23. studenoga 1908., br. 10., 3. veljače 1909., br. 57., 17. srpnja 1909., br. 69., 28. kolovoza 1909., br. 40., 18. svibnja 1909., br. 55., 9. srpnja 1910., br. 56., 13. srpnja 1910., br. 57., 16. srpnja 1910., br. 60., 27. srpnja 1910., br. 62., 3. kolovoza 1910., br. 66., 17. kolovoza 1910., br. 91., 12. studenoga 1910., br. 92., 16. studenoga 1910., br. 93., 19. studenoga 1910., br. 94., 23. studenog 1910.

Alačević Nikola, Slavni i zaslužni muževi; Makarska i primorje; Izlet na Biokovo, Brzotisač Narodne tiskare, Sapljet 1910.

Hrvatski leksikon, II. Svezak, Naklada Leksikon, Zagreb 1997.

Ježić, Slavko, Hrvatska književnost od početka do danas: 1100-1941, Hrvatski tiskarski zavod, Zagreb 1944.

Leksikon hrvatskih pisaca, ur. Avenka Žurić, Školska knjiga, Zagreb 2000.

Maštrović, Vjekoslav, Jadertina croatica: bibliografija knjiga, časopisa i novina izdanih na hrvatskom ili srpskom jeziku u Zadru (1949-1954), knj. 2, sv. 2, JAZU, Zagreb 1954.

Novak, Grga, Presjek kroz povijest Zadra, JAZU, Zadar 1965.

Sapunar, Marko, Osnove znanosti o novinarstvu, Naprijed, Zagreb 2000.

Šicel, Miroslav, Hrvatska književnost 19. i 20. stoljeća, Školska knjiga, Zagreb 1997.

Šidak, Jaroslav, Gross, Mirjana et al., Povijest hrvatskog naroda g. 1860-1914., Školska knjiga, Zagreb 1968.

Vidaković, Josip, Povijest hrvatskog novinstva, Zadar u XIX. stoljeću, Hrvatsko komunikološko društvo i Nonacom d.o.o., Zadar 2001.

Zadar, zbornik radova, urednik: Ravlić, J., Matica Hrvatska, Zagreb 1964.

Čizmić Ivan, Iseljavanje iz Hrvatske u Ameriku kao dio europskih migracijskih tijekova, http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=32601 (Posjećeno: 24. 11. 2013.)

Jerolimov, Pavao, Ivan Andrović Publicist, <http://www.zadarskilist.hr/clanci/14122008/ivan-androvic-publicist> (Posjećeno: 26. 11. 2013.)

Ugrin, Ivan, Skinut veo zaborava, <http://arhiv.slobodnadalmacija.hr/20020430/kultura03.asp> (Posjećeno: 26. 11. 2013.)

Bjelovučić, Nikola Zvonimir, <http://proleksis.lzmk.hr/52204/> (Posjećeno: 26. 11. 2013.)

KULTURA PUTOVANJA MLADIH U HRVATSKOJ I OMLADINSKI TURIZAM

Tomislav KLARIN
Ana GUSIĆ

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Sveučilište u Zadru

UDK: 338.48-053.6(497.5)

Pregledni rad/Review article

Primljeno:15.4.2013.

SUMMARY

Tourism latterly experiences significant changes and growth in all segments. Market demands and sophisticated tastes have led to necessity of providing diversified supply adapting individually to each tourist. In this process specific interests tourism are developing, which according to their characteristics attract and satisfy different profiles of tourists. Specificity of tourism offer and consequently tourism demand reflect in youth tourism, segmented primarily by age, but certainly by specific stylelife and way of travelling. This paper presents characteristics and trends of youth tourism in the world, focusing the current situation in Croatia, where a survey was conducted on youths, as potential participants of youth tourism. Results illustrate habits of Croatian youths as tourists, their needs, aspirations and possibilities to participate worldwide trends of youth tourism.

Keywords: special interest tourism, youth tourism, Croatia

UVOD

Posljednjih je desetljeća turizam stekao status jedne od najmasovnijih i najdinamičnijih društveno-ekonomskih pojava iako se nije odmakao od svoga temeljnoga koncepta, mnogo se toga promijenilo i unaprijedilo. Značajan pomak ostvaren je u približavanju turističkih odredišta potencijalnim turistima razvojem tehnologije i prometne infrastrukture. Istodobno, navedena poboljšanja su

dovela do promjene percepcije i ponašanja turista, čiji su se ukusi i potrebe već profilirali, te zahtijevaju veću pažnju i individualan pristup. Takav pristup je između ostaloga omogućio raznovrsniju turističku ponudu i fragmentiranost tržišta, te stvaranje selektivnih ili specifičnih oblika turizma, koji bi u svojoj naravi trebali zadovoljiti svaki pojedini turistički segment. Nekoliko je osnovnih varijabli koje daju okvir specifičnim oblicima turizma, unutar kojeg se svakako nalazi omladinski turizam, obrađen u ovom radu. Iako nije u potpunosti prepoznat kao takav, svjetski statistički podaci pokazuju da omladinski turizam polako zauzima značajno mjesto u svjetskom turizmu. Evidentan je njegov rast te kvalitetniji i složeniji pristup praćenja turističkih kretanja mladih, u cilju boljeg razumijevanja njihovih ponašanja i potreba. Omladinski turizam u Hrvatskoj još uvijek nije u potpunosti zaživio te pokazuje tendenciju prilagodbe. Mladi u Hrvatskoj nisu izuzeti iz svjetskog omladinskog turizma, no postoje određeni faktori koji utječu na njihova turistička kretanja, kreiraju njihov profil kao turista, i na neki način stvaraju kulturu putovanja mladih u Hrvatskoj.

TURIZAM

Postoje različite definicije turizma, no sve polaze od one temeljne i najstarije koju postavljaju Švicarci Hunziker i Krapfa, a kasnije proširuje UNWTO (United Nations World Tourism Organization), a koja podrazumijeva turizam kao skup odnosa i pojava proizašlih iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, izvan uobičajene sredine, ne dulje od jedne godine, ukoliko time boravkom nije zasnovano stalno prebivalište i ukoliko s tim boravkom nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost.¹ Navedena je definicija postala općeprihvaćena, te se i danas učestalo upotrebljava, usprkos promjenama i novim turističkim trendovima. Te su promjene nastale uslijed djelovanja različitih čimbenika, koje su uvjetovale da se turizam promatra interdisciplinarno. Razvoju i drugačijoj percepciji turizma ponajviše je pridonijela tehnologija, povezujući udaljena mjesta ne samo razvojem prometne infrastrukture, već i pojačanim protokom informacija te komunikacijom. Navedeno je omogućilo uključivanje sve većeg broja ljudi u turističke tokove, čemu svjedoči i podatak da se od 1950. do 1998. godina broj dolazaka turista povećao za više od 24 puta², te da je u 2011. godini u svijetu ostvareno oko 982 milijuna turističkih dolazaka i prihod od 1,32 bilijuna US\$, te porast dolazaka za nešto više od 4% u odnosu na

¹Marković, Srđan; Marković, Zora, *Osnove turizma*, Školska knjiga, Zagreb 1970.; Petrić, Lidija, *Osnove turizma*, Ekonomski fakultet Split, Split 2003, p. 13.; UNWTO, *World Conference on the Measurement of the Economic Impact of Tourism*, Nice 1999.

²Dulčić, Ante, *Upravljanje razvojem turizma*, Mate, Zagreb 2001, u: UNWTO, *Yearbook of tourism Statistic*, sv. I., 1999, p. 21.

³UNWTO, *World Tourism Barometer*, 2012, <http://mkt.unwto.org/en/barometer>, (Posjećeno: 25.07.2013.); UNWTO, 2012, <http://www2.unwto.org/en/content/why-tourism>. (Posjećeno: 28.10.2012.)

prethodnu godinu.³ To je također dovelo do razvoja različitih iskustvenih aspekata turizma i postavljanja sve većih zahtjeva njegovih dionika. Svakako je bitno naglasiti da turizam predstavlja društvenu i ekonomsku aktivnost, proizašlih iz interakcije turista, davatelja usluga i lokalnog stanovništva, kojima čovjek ostvaruje i unaprjeđuje svoju osobnost.⁴

Navedene su dvije determinante turizma: prostor izvan domicila i potrošnja sredstava turista zarađenih u domicilu, a potrošenih u mjestu turističkog boravka. Prema tome je turist svaka osoba koja u mjestu prebivališta provede najmanje jednu noć u smještajnom kapacitetu u svrhu odmora, rekreacije, zdravlja, sporta, religije, poslova (...)⁵, kako bi zadovoljio različite potrebe.⁶ Turistička se putovanja temelje na motivima zadovoljavanja određenih potreba, stoga se većina autora slaže da su osnovni motivi putovanja odmor, bijeg od svakodnevnice, monotonije, želja za novim spoznajama i iskustvima, te zdravlje i rekreacija. Na konačnu odluku ne utječe samo jedan, već splet motiva koji različitim intenzitetom djeluju na ponašanje turista.⁷ Upravo su različiti dominantni turistički motivi doveli do razvoja tzv. selektivnih oblika turizma, odnosno, u novije vrijeme sve više razvijenih specifičnih oblika turizma, čime se diversificirana ponuda prilagođava potencijalnim turistima i segmentirano zadovoljava potrebe turista. Neki od specifičnih oblika turizma su svakako: ljetno-odmorišni turizam, kulturni turizam, zdravstveni turizam, sportski turizam, nautički turizam, seoski turizam, ekoturizam, robinzonski turizam i drugi. Osim specifičnih oblika postoje i vrste turizma svrstane prema različitim kategorijama (prema trajanju boravka, prema prostornom obuhvatu, prema organizaciji putovanja, prema broju sudionika i dr.), uglavnom usmjerenim na geografsko lociranje turista i njegovu potrošnju.⁸ Neovisno o vrstama ili specifičnim oblicima turizma, vidljiva je društvena dimenzija proizašla iz boravka, kretanja i interakcije turista na određenom turističkom prostoru, te ekonomska dimenzija nastala na temelju njegove potrošnje na određenom turističkom prostoru. Prostor u kojem turist privremeno boravi se naziva turističkim odredištem, odnosno turističkom destinacijom.⁹

⁷ Alfier, Dragutin, Uloga turizma u resocijalizaciji i desocijalizaciji suvremenog čovjeka, zbornik radova Pedagoške akademije Humanističke vrijednosti turizma, Zadar 1977, p. 15; Goeldner et al., *Tourism – Principles, Practices, Philosophies*, John Wiley & Sons, New York, Brisbane, Singapore, Toronto 2000, p. 14; Pirjevec, Boris, *Ekonomska obilježja turizma*, Golden Marketing, Zagreb 1998, p. 20.

⁸ Državni zavod za statistiku, *Statistička izvješća – Turizam u 2008*, br. 1380., Zagreb 2009, p. 15.

⁹ Cooper et al., *Tourism – principles and Practise*, Second edition, Longman, Harlow 1998, p. 11.

⁶ Pirjevec, Boris, *Ekonomska obilježja turizma*, Golden Marketing, Zagreb 1998, p. 26.

⁸ Pirjevec, Boris; Kesar, Oliver, *Počela turizma*, Mikrorad i Ekonomski fakultet, Zagreb 2002, p. 12.

⁹ Čavlek et. al., *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb 2011, p. 391.

Turizam se stalno prilagođava, mijenja, preusmjerava u sigurnija područja, usporava, ali ne prekida trend rasta.¹⁰ UNWTO predviđa njegov daljnji rast po stopi od 4% prosječno godišnje pa bi broj dolazaka inozemnih turista u 2020. godini mogao iznositi 1,6 milijardu.¹¹ Suvremeni se turizam transformirao, a unificirani masovni ili „hard“ turizam je prerastao u individualni ili „soft“ turizam, podređen potrebama tržišnog segmenta.¹² Danas turizam također doživljava novu transformaciju od „soft“ turizma u „4M“ turizam kojeg karakteriziraju umjereni rast (moderate growth), multidiversifikacija (multidiversification), više zadaća (multitasking) i mobilna telefonija (mobile).¹³ Potrošači su sve zahtjevniji i selektivniji, a ponuda je preobilna u odnosu na potražnju, stoga se treba boriti za svakog gosta. Turistička tržišta koja su prije nekoliko godina bila atraktivna pokazuju znakove zasićenja, a potraga za novim tržištima se nastavlja.

SPECIFIČNI OBLICI TURIZMA

Globalno turističko tržište razvilo je nove pojavne oblike, nastale na temelju promjena u ponašanju potrošača, turističke industrije, tehnologije, upravljanja turizmom, te kreiranja i vođenja politika.¹⁴ Razvijanjem se specifičnih oblika turizma i razdiobom tržišta formiraju različite turističke destinacije koje jedinstveno nastupaju na globalnom turističkom tržištu. Podjela turizma na specifične oblike turizma pružila je detaljnije informacije o obilježjima turističke ponude u nekom odredištu i diversificirala turističku ponudu prema određenom kriteriju. Weber i Mikačić navode neke od kriterija za razvrstavanje i sukladno njima specifične oblike turizma kao: mobilnost (boravišni, tranzitni, kružna putovanja); obilježja turističkog prostora (primorski, otočki, planinski, itd.); način organizacije putovanja (individualni, grupni); sadržaj boravka (zdravstveni, lovni, ribolovni, kongresni, kulturni, itd.); dob i obiteljski status (dječji, turizam mladih, obiteljski, turizam treće dobi); duljina boravka (glavni odmor, 2. ili 3. odmor, izletnički).¹⁵ Specifični se oblici turizma temelje na turističkoj motivaciji i donošenju odluke o putovanju koja je primarno određena posebnim interesom za nekom aktivnošću/aktivnostima i/ili odredištem/odredištima.¹⁶ Sukladno razvoju specifičnih oblika turizma, sve je značajnija prisutnost omladinskog turizma u turističkim aktivnostima.

¹⁰ Hendija, Zvezdana, Suvremeni trendovi u međunarodnom turizmu, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb 2011, http://web.efzg.hr/dok/TUR/zhendija//MT_01_web_trendovi.pdf. (Posjećeno: 28.10.2012.)

¹¹ Ibid., p. 5.

¹² Hendija, Zvezdana, Promjene u suvremenom društvu, trendovi u suvremenom turizmu, Turizam, god. 50, br. 1., Institut za turizam, Hrvatska turistička zajednica, Zagreb 2002, p. 90-91.

¹³ Ibid.

¹⁴ Ashworth, Gregory John; Goodall Brian, Marketing Tourism Places, Routledge, London 1990, p. 25-47.

¹⁵ Weber, Sanda; Mikačić, Vesna, Osnove turizma, Školska knjiga, Zagreb 1999, p. 70-77.

¹⁶ Hall, Colin Michael; Weiler, Betty, Introduction. What's special about special interest tourism?, u: Weiler, B.; Hall, M. (ur.) Special interest tourism, Bellhaven Press, London 1992, u: Trauer, Birgit, Conceptualizing special interest tourism – frameworks for analysis, Tourism Management, god. 27, br. 2., University of Queensland, Ipswich 2006, p. 183 – 200.

TURIZAM I MLADI

Broj se putnika u svijetu svake godine povećava, no još uvijek značajan broj ljudi ne može priuštiti odlazak na godišnji odmor. Toj kategoriji pripada i dio mlade populacije, ograničene društveno - ekonomskim statusom, no za razliku od drugih dobnih skupina, mladi su manje osjetljivi na rizike poput terorizma, prirodnih katastrofa, kriminala, epidemija, političkih kriza i drugih problema.¹⁷ Kultura se putovanja stječe u ranoj fazi života, stoga ju je potrebno razvijati već tijekom djetinjstva i adolescencije. Roditelji, profesori i poslodavci su prepoznali vrijednost putovanja i njihov značaj za osobnu izgradnju mladih ljudi, a turistička putovanja postaju redovita praksa obrazovnih institucija i tvrtki.

Unatoč demografskom trendu starenja populacije, mladi čine 30–35 % svjetske populacije, te imaju sve značajniju ulogu u turizmu.¹⁸ Temeljne uvjete poduzimanja turističkog putovanja čine slobodno vrijeme i raspoloživa sredstva. Mladi imaju više slobodnog vremena, kao i želju za uzbuđenjima i otkrivanjem novih mjesta i kultura, no istodobno, uglavnom imaju ograničene prihode koji diktiraju način organizacije putovanja. Najčešći izvori sredstava za financiranje putovanja su roditelji i rodbina, vlastita ušteđevina, vaučeri i putnički čekovi te različiti načini uštede (last minute, stopiranje, spavanje u šatorima, putovanje i spavanje s više osoba i sl.).¹⁹

OMLADINSKI TURIZAM

Iako ne postoji općeprihvaćeno stajalište, jednostavnu i razumnu definiciju *omladinskog turizma* nude Vukonić i Čavlek, percipirajući ga kao *turizam u kojem sudjeluju mladi ljudi*.²⁰ U tom kontekstu ni pojam *mladi* nije potpuno definiran, pa se mladima smatraju osobe između 15 i 29 godina starosti, no koncept „mladih“ nije moguće vezati isključivo uz dob, jer ovisi i o stilu života, te prihvaćanju ozbiljnijeg ili odraslog načina života, koji podrazumijeva stalno zaposlenje, brak i vlastitu obitelj.

WYSE Travel Confederation pod omladinskim turizmom podrazumijeva omladinska putovanja koja uključuju sva nezavisna i samostalna putovanja dobne skupine između 16 i 26 godina starosti, na razdoblje manje od 1 godine, motivirana djelomično ili u potpunosti željom za upoznavanjem novih kultura,

¹⁷ Ibid., p. 315.

¹⁸ Moisa, Claudia, Factors influencing the evolution of youth travel, Management and Marketing Journal, god. 8, br. 2., 2010, p. 308-316, http://www.mnmk.ro/documents/2010ed2/13_Moisa%20Alba%20tulia%20FFF.pdf. (Posjećeno: 28.10.2012.)

¹⁹ Ibid., p. 315.

²⁰ Vukonić, Boris; Čavlek, Nevenka, Riječnik turizma, Masmedia, Zagreb 2001, p. 258.

razvojem životnog iskustva i/ili koristima od formalnih ili neformalnih mogućnosti učenja izvan uobičajenih okoliša.²¹

Brojne studije o turizmu naglašavaju kako segment omladinskog turizma sve više raste. Ipak, veličinu tržišnog segmenta mladih teže je odrediti jer se podaci o omladinskom turizmu nisu posebno statistički obrađivali. U publikaciji UNWTO-a se navodi kako 26 % svjetske populacije ima između 15 i 29 godina, dok je u 2005. broj međunarodnih mladih putnika u dobi 15–24 godine starosti iznosio više od 130 milijuna, odnosno oko 190 milijuna ako se promatraju mladi u dobi 15–29 godina.²²

U 2011. broj turističkih putovanja mladih je iznosio 196 milijuna, dok je vrijednost tržišta iznosila 173 milijarde \$.²³ Istodobno, tržišni potencijal europskih zemalja je procijenjen na oko 70–80 milijuna turista.²⁴ Tržište putovanja mladih raste brže od ostalih tržišnih segmenata. Prema studiji UNWTO-a broj mladih putnika raste 3–5 % godišnje, a potrošnja 8 %. Ukupna prosječna potrošnja mladih na putovanju je porasla za 39 % u razdoblju između 2002. i 2007. godine.²⁵ Suprotno očekivanjima, mladi na putovanjima, osobito višemjesečnima, u prosjeku potroše više od ostalih turista. Istraživanje WYSE Travel Confederation-a utvrdilo je da mladi putnici ukupno potroše oko 2 600 \$ tijekom 53-dnevnog putovanja, odnosno oko 50 \$ dnevno.²⁶

Unatoč ograničenjima, prvenstveno nedostatku financijskih sredstava, mladi u Hrvatskoj grade vlastite putničke karijere. Tijekom života čak 83,2 % ih je izvan stalnog prebivališta putovalo 15 i više puta. Izvan Hrvatske njih 18,4 % je putovalo 7–9 puta a 38,9 % više od 15 puta. Na turistička putovanja 56,6 % mladih odlazi 1–2 puta godišnje, a 30,7 % 3–5 puta godišnje. Neovisno putuju li unutar ili izvan Hrvatske, na putovanju provedu 1–2 tjedna.²⁷ Nažalost, Hrvatska ne obrađuje posebno turistička putovanja mladih, stoga nije poznato koliki udio mladi čine u ukupnom turističkom prometu.

Važnu ulogu u poticanju turističkih kretanja mladih imaju vlade i obrazovne institucije. Međutim, tek trećina vlada prepoznaje putovanja mladih kao posebno tržište, a četvrtina razvija i nudi proizvode namijenjene mladima. Mali

²¹ Krešić, Damir; Miličević, Katarina, Kako osnovati i upravljati hostelom, Hrvatski ferijalni i hostelski savez, Zagreb 2010, p. 9–10.

²² UNWTO, Youth Travel Matters - Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel, 2008, p. 16 http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/482C/09E7/89D4/2506/AA82/C0A8/0164/F5B4/080514_youth_travel_matters_excerpt.pdf. (Posjećeno: 09.09.2012.)

²³ Vetrak, Samuel, What is the next big thing in youth travel?, ITB Berlin, 2012, http://www.student-market.com/sites/default/files/article_files/2012%20ITB%20Berlin%20Presentation%20by%20StudentMarketing.pdf. (Posjećeno: 08.09.2012.)

²⁴ Krešić, Miličević, op. cit., p. 14.

²⁵ UNWTO, Youth Travel Matters - Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel, 2008, p. 11, http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/482C/09E7/89D4/2506/AA82/C0A8/0164/F5B4/080514_youth_travel_matters_excerpt.pdf. (Posjećeno: 09.09.2012.)

²⁶ Richards, Greg, An economic contribution that matters, u: UNTWTO; WYSE Travel Confederation, The power of youth travel, 2008, p. 7. http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/the_power_of_youth_travel.pdf. (Posjećeno: 28.10.2012.)

²⁷ Kušen, Zrnka; Gečević, Dražen, Novi horizonti: Istraživanje nezavisnih putovanja mladih i studenata u Republici Hrvatskoj, Hrvatski ferijalni i hostelski savez, Zagreb 2008, p. 20–23.

je broj država poput Australije i Novog Zelanda s integriranim politikama razvoja omladinskog turizma, koje uključuju vize, edukativne i radne programe, te međunarodne razmjene i smještaj mladih. Hrvatska pripada državama koje nisu prepoznale pozitivne strane razvoja omladinskog turizma. Vlada i državne institucije potpuno su zanemarile mlade kao potencijalno turističko domaće i inozemno tržište. Dosadašnje su inicijative poduzimali Hrvatski ferijalni i hostelski savez, te ogranci međunarodnih organizacija.

Turistička putovanja mladih uglavnom su nezavisna putovanja, pri čemu značajan broj mladih putnika vlastita putovanja ne smatra *turističkima*. Čini se da pojam *turist* za mlade predstavlja sve negativne karakteristike masovnog turizma. Istraživanja ISIC-a i ATLAS-a o putničkim navikama mladih u svijetu je pokazalo da preko 50 % ispitanika sebe smatra putnicima, trećina „backpackerima“, 20 % turistima²⁸, dok 59,2 % mladih u Hrvatskoj sebe smatraju putnicima, 27,2 % turistima, a backpackerima tek 10,9 %.²⁹

Turistička potražnja za omladinskim turizmom je vrlo složena, jer mladi imaju različite motive putovanja, poput istraživanja (83 %), uzbuđenja (74 %) ili učenja (69 %).³⁰ Stoga se unutar ovog turističkog tržišta definiraju nove tržišne niše: „backpacking“ ili putovanje s naprtnjačom, studentska putovanja, učenje jezika, profesionalizacija, radno iskustvo, volonterski programi, kulturne razmjene, sportski te avanturistički turizam.³¹

Backpacking obuhvaća niskobudžetna i nezavisna putovanja koja karakteriziraju putovanja s vrlo malo prtljage. Unatoč predrasudama, *backpackeri* su poželjni gosti, što potvrđuju popularne backpacking destinacije poput Australija, Novog Zelanda i Tajlanda. Backpackeri putuju češće i dulje od ostalih turista, troše više, posjećuju egzotičnije i manje poznate lokacije, imaju visoku stopu ponovnog posjeta, te vrlo bitno, doprinose smanjenju sezonalnosti jer putuju izvan glavne sezone zbog nižih cijena.³²

Primarna je zadaća studentskih putovanja unaprijediti obrazovni proces, a obuhvaća studiranje u inozemstvu, učenje stranih jezika, tečajeve i sl. Programi sadrže edukativne i zabavne sadržaje, a naglasak je na interakciji studenata. Osim obrazovanja, mladima je omogućeno stjecanje radnog iskustva u inozemstvu putem različitih programa „work and travel“ u organizaciji međunarodnih tvrtki i organizacija. Društveni angažman mladih i želja za pomaganjem

²⁸ Richards, Greg; Wilson, Julie, *New Horizons in Independent Youth and Student Travel-Today's Youth Travellers: Tomorrow's Global Nomads*, ISTD, Amsterdam 2003, p. 16. http://www.atlas-euro.org/pages/pdf/FINAL_Full_Report.pdf. (Posjećeno: 09.09.2012.)

²⁹ Kušen; Gečević, op. cit., p. 24.

³⁰ Richards; Wilson, op.cit., p. 17.

³¹ Moisa, Claudia, *Aspects of youth tourism demand*, *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, god. 12, br. 2., 2010, p. 575 - 582, <http://oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/1220102/08.pdf>. (Posjećeno: 05.09.2012.)

³² City of Cape Town, *Backpacking and Youth Tourism Investigative Study*, 2010. <http://www.capetown.gov.za/en/tourism/Documents/Final%20Draft%20CoCT%20Backpacking%20Study%20180809.pdf>. (Posjećeno: 08.09.2012.)

u rješavanju problema u turističkim destinacijama također je motiv za putovanje. Spajanje volonterskog rada i turističkog putovanja je izvrstan primjer odgovornog i održivog turizma.

Smještaj i prijevoz čine osnovu svakog turističkog putovanja. Pri odabiru smještaja, mladima je najvažniji kriterij cijena. Biraju smještajne objekte nižeg cjenovnog razreda i niže razine smještajnih usluga. Čak 41 % mladih u svijetu osigura smještaj kod rodbine i prijatelja, 32 % u backpacker hostelima, 30 % u hotelima i 21 % u hostelima za mlade.³³ U Hrvatskoj mladi prednost daju hostelima (26,5 %), a slijede hoteli (23,5 %) te smještaj kod rodbine i prijatelja.³⁴

Niža razina usluga podrazumijeva manje dodatnih sadržaja u smještajnom objektu, dok kvaliteta usluge mora biti na zadovoljavajućoj razini u skladu s propisima. Niskobudžetni smještaj nude hosteli, hoteli niže kategorije (2 i 3 zvjezdice), privatni smještaj u kućanstvima kod rodbine i prijatelja, te kampovi. Prema podacima Ministarstva turizma Hrvatska je u 2010. godini raspolagala s 593 hotela (većina 3 i 4 zvjezdice), s 44 hostela, 116 kuća za odmor, 595 449 kućanstava i 231 kampom.³⁵

S druge strane omladinski hosteli objekti su namijenjeni mladima, odnosno putnicima koji njeguju određeni stil putovanja. U Pravilniku o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji drugih vrsta smještajnih objekata hostel je smještajni objekt u kojem se usluge smještaja pružaju pretežno mladim gostima, a mogu se pružati i usluge prehrane i pića.³⁶ Smještajne jedinice su sobe i spavaonice, uglavnom više krevetne sa zajedničkim sanitarijama. Međutim, standard hostelskog smještaja raste. Usluge hostela su niže cjenovne kategorije i manjeg komfora u usporedbi s hotelom. Ključne razlike između hostela i hotela su: niža cijena hostelskog smještaja, neformalniji pristup u komunikaciji i ophođenju s gostima u hostelu, više zajedničkih prostorija u hostelu i povećan stupanj socijalizacije.³⁷ Ostvareni turistički promet u hrvatskim omladinskim hotelima i hostelima u 2009. je bio neznatan, tek 1,1 % dolazaka i 0,7 % noćenja od ukupnog ostvarenog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj. No, analiza turističkog prometa posljednjih 10-ak godina nudi optimističnije podatke. Od 2001. do 2009. g. broj dolazaka u omladinske hotele i hostele je porastao za 131 %, a broj noćenja za 76 %. Registrirani omladinski hoteli i hosteli raspoložu s 1 222 sobe i 5 380 kreveta.³⁸

³³ Richards; Wilson, op. cit., p. 27.

³⁴ Kušen; Gečević, op. cit., p. 24.

³⁵ Europska komisija, Calypso Study on Social Tourism Croatia, 2010, http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/docs/calypso/country_reports/calypso_country_report_croatia_en.pdf. (Posjeđeno: 09.09.2012.)

³⁶ Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji drugih vrsta smještajnih objekata, *Narodne novine*, br.49., 2005.

³⁷ Krešić; Miličević, op. cit., p. 25-26.

³⁸ BIST, u: Krešić; Miličević, op. cit., p. 21.

Jedna od negativnih karakteristika hrvatskog turizma je izrazita sezonalnost. Turistički promet omladinskog turizma je također koncentriran u tri ljetna mjeseca, u kojima se ostvari čak 63 % od ukupnih godišnjih noćenja.³⁹

Znatan je postotak mladih koji samostalno organiziraju putovanja, dakle rezerviraju smještaj, prijevoz i druge aktivnosti ovisno o vlastitim željama. Razvoj suvremenih tehnologija, osobito Interneta uvelike je olakšao planiranje putovanja. Za 71 % ispitanika Internet je prvi izvor informacija, slijede iskustva rodbine i prijatelja (70 %), turistički vodiči, prijašnji boravak, novine i časopisi.⁴⁰ Najpoznatije online platforme za rezervaciju hostelskog smještaja su Hostelworld.com i Hostelseurope.com. Nude smještaj u hostelima i drugim niskobudžetnim smještajnim objektima te povoljne paket-aranžmane, informacije o destinacijama, komentare i iskustva drugih putnika. Ovakve web stranice pojednostavljaju organizaciju putovanja, a zahvaljujući opširnosti informacija putnik gotovo nema nepoznanica o odredištu. Pružatelji usluga smještaja se lakše povezuju s potencijalnim kupcima na globalnom tržištu. Prednosti online rezervacije i prodaje iskoristili su i ostali pružatelji turističkih usluga (hoteli i ostale vrste hotelijerskih i ugostiteljskih objekata, prijevoznici, kulturne institucije i dr.).

Sve popularniji način putovanja, bez obzira na dob, svakako je *couchsurfing*. *Couchsurfing* je web stranica na kojoj korisnici mogu pronaći besplatan smještaj u destinaciji koja ih zanima. Od korisnika se očekuje ponuda smještaja u svom domu putnicima koji posjete mjesto u kojem živi. Kako bi korisnici znali što ih očekuje, svi pružatelji smještaja se ocjenjuju i komentiraju.⁴¹ *Couchsurfing* ima preko 3 milijuna korisnika u više od 250 zemalja. Hrvatska broji oko 10 000 registriranih članova, najviše iz većih gradova: Zagreba, Splita, Rijeke, Osijeka, Zadra, Pule, Varaždina, Dubrovnika, a 50% ih je između 18 i 30 godina.⁴²

Na svjetskoj razini najčešći načini putovanja u destinaciju su zračni prijevoz (82 %) i željeznički prijevoz (30 %).⁴³ U Hrvatskoj su putovanja avionom slabije zastupljena u odnosu na cestovni promet, u kojem najveći dio zauzima autobusni prijevoz (78,2 %), a zatim slijede vlak i automobil.⁴⁴ Odabir prijevoznog sredstva je uvjetovan udaljenošću destinacije. Prvi izbor mladih u Hrvatskoj je Europa (35,7 %), slijede egzotične destinacije Srednja i Južna Amerika, Australija, Azija i Pacifik. Omiljene domaće destinacije su Dubrovnik, Zadar, Zagreb, Istra i Split.⁴⁵

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Richards; Wilson, op. cit., p. 20.

⁴¹ Muller, Natalie, *Couchsurfing killed the Youth Hostel?*, 2010, <http://www.tourism-review.com>. (Posjećeno: 10.09.2012.)

⁴² Putoholičari, *Couchsurfing - besplatan smještaj ili samo surfanje na kauču*, 2010, <http://www.putoholicari.com/couchsurfing-besplatan-smjestaj-ili-samo-surfanje-na-kaucu-3389/>. (Posjećeno: 10.09.2012.)

⁴³ Richards; Wilson, op. cit., p. 28.

⁴⁴ Kušen; Gečević, op. cit., p. 25.

⁴⁵ Ibid., p. 19-23.

Prijevoznici, pružatelji smještaja i druge tvrtke nude mladim putnicima različite pogodnosti, a najčešće se radi o popustima na redovnu cijenu usluga i proizvoda. Nekoliko omladinskih organizacija je kreiralo iskaznice namijenjene mladim putnicima koje im omogućuju povoljniji smještaj, prijevoz, kupnju, ulaznice za kulturne ustanove, rekreaciju, sport i sl. Vjerojatno najpoznatije su EURO < 26 i ISIC Međunarodna studentska iskaznica. Europska mladežna iskaznica EURO < 26 omogućuje oko 100 000 popusta, a mogu je nabaviti mladi od 14 do 30 godina. EURO < 26 je pod pokroviteljstvom Vijeća Europe i Europskog parlamenta i već ju ima oko 4 milijuna korisnika u 40 zemalja koje su udružene u European Youth Card Association. U Hrvatskoj je nositelj projekta mladežne iskaznice Hrvatski ferijalni i hostelski savez pod pokroviteljstvom Vlade Republike Hrvatske.⁴⁶ ISIC iskaznica je proizvod ISIC Association, koja je članica World Youth Student and Educational Travel Confederation, neprofitne organizacije koja ujedinjuje različite svjetske servise za putovanja mladih. Iskaznica vrijedi u 120 zemalja i ima više od 4 500 000 članova godišnje.⁴⁷ U Hrvatskoj se uz EURO < 26 i ISIC može koristiti iskaznica Hrvatskog ferijalnog i hostelskog saveza, hi.euro iskaznica za osobe od 14 do 30 godina.⁴⁸

METODOLOGIJA I REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Istraživanje je provedeno na uzorku mladih Hrvata na području Hrvatske, od veljača do travanj 2013. Uključilo je 383 ispitanika, samo u dobi od 16 do 26 godina, a realizirano je anonimnim anketnim upitnikom poslanim putem linka na osobne e-mail adrese, efektom lavine. Osim toga, link je bio postavljen i na web stranice većih hrvatskih sveučilišta i veleučilišta, društvenoj mreži Facebook, te stranicama Hrvatskog ferijalnog i hotelskog saveza, Hrvatskog kluba putnika i Festivala putnika.

Upitnikom se pokušala istražiti kultura putovanja mladih u Hrvatskoj, njihovi motivi putovanja i potrebe, te mogućnosti uključivanja u svjetski omladinski turizam. Strukturirani upitnik je bio sastavljen od tri dijela. Prvi dio obuhvatio je osobne podatke o spolu, dobi, statusu, prihodima u kućanstvu i izvoru prihoda. U drugom se dijelu pokušalo dobiti podatke o učestalosti putovanja, odabranim turističkim destinacijama, načinu organiziranja putovanja, dužini boravka i potrošnji na putovanjima, te motivima putovanja i elementima koji utječu na odabir destinacije. Treći dio upitnika se osvrnuo na prošlost, te tražio podatke o putovanjima tijekom djetinjstva i adolescentskih dana – učestalosti

⁴⁶ Europska mladežna iskaznica, <http://www.euro26.hr/emz.php>. (Posjećeno: 09.09. 2012.)

⁴⁷ ISIC studentska iskaznica, <http://www.isic.hr/program/9/o-nama.html>. (Posjećeno: 09.09.2012.)

⁴⁸ HFHS, <http://www.hfhs.hr/hr/clanstvo/>. (Posjećeno: 09.09.2012.)

putovanja, odabranim turističkim destinacijama te načinu organiziranja putovanja.

Rezultati istraživanja obrađeni su statističkim paketom *Statistica*, te pojašnjeni metodama deskriptivne statistike, tabelarno i grafički prikazani. Interpretacija rezultata se referira na podatke izloženih sekundarnih podataka čime se nastoji prikazati kultura putovanja mladih u Hrvatskoj, te njihove mogućnosti i ograničenja. Dobiveni rezultati pokazuju kako mladi u Hrvatskoj usprkos ograničenjima ipak putuju, te slijede trendove omladinskog turizma u svijetu, no postoje određena ograničenja koja ih sputavaju da se u potpunosti uključe.

U istraživanju je sudjelovalo ukupno 383 ispitanika, od čega 74% žena, i 26% muškaraca. Najveći dio ispitanika bio je u dobi 20-23 godine (56,65%), zatim u dobi 24-26 (27,45%), a najmanje u dobi 16-19 godina (15,9%). Uzorak je prigodni, jer su ispitanici izabrani na osnovi dostupnosti, a ne vjerojatnosti, stoga se ne može u potpunosti donositi čvrsti zaključak o osnovnome skupu, odnosno o svim mladima u dobi 16-26 godina.

Većina ispitanika su studenti, čak 85,1 %, od kojih 17,3 % uz studiranje uspijeva i raditi. Ostatak ispitanika čine srednjoškolci (2,4 %), nezaposleni (4,8 %), te radnici (7,7 %). S obzirom da je upitnik upućen svim sveučilištima u Hrvatskoj, podaci su očekivani. 63 % ispitanika navodi roditelje kao glavni izvor prihoda, dok ostali financijska sredstva ostvaruju stalnim ili povremenim zaposlenjem, te stipendijom. Slični rezultati su objavljeni i u istraživanju HFHS-a Novi horizonti, u kojem 24% mladih samostalno zarađuje na sezonskim ili povremenim poslovima, 7 % ima stalan posao, a samo 6 % navodi stipendiju kao glavni izvor prihoda.⁴⁹

Iako su na pitanja odgovarali mladi, koji nisu nositelji kućanstava i donositelji odluka, procjene o prihodima kućanstava mogu se uzeti kao relevantne. Najveći dio ispitanika stanuje u kućanstvu s prosječnim mjesečnim prihodom između 5 000-10 000 kn (48 %), dok 38 % mladih stanuje u kućanstvu s prosječnim mjesečnim prihodom između 1 000-5 000 kn. Prema Hrvatskom zavodu za statistiku prosječna neto plaća u 2013. godini iznosila je oko 5 500 kuna, što obuhvaća otprilike dvije neto plaće.⁵⁰ Turističke potrebe kao sekundarne potrebe moguće je zadovoljiti tek nakon što su zadovoljene primarne potrebe, poput hrane, pića, odjeće i stanovanja, stoga je s ograničenim prihodima vrlo teško planirati turističko putovanje.

Ispitanici putuju uglavnom jednom godišnje (32,2%), 24% njih putuje dva puta godišnje, odnosno 14% putuje 3 i više puta godišnje. Usprkos

⁴⁹ Kušen; Gečević, op. cit.

⁵⁰ Hrvatski zavod za statistiku. Godišnje izvješće, 2013, http://www.dzs.hr/Hrv/system/first_results.htm. (Posjećeno: 03.03.2013.)

mogućnostima putovanja, čak 23,1 % ispitanika putuje rjeđe od jednom godišnje ili uopće ne putuje (6,7 %). 52,9 % ispitanika najčešće putuje po Hrvatskoj pri čemu je najposjećenija destinacija Dalmacija (Dubrovnik, Split, Zadar), zatim Istra i središnja Hrvatska. 40,9 % ispitanika se izjasnilo da najčešće putuju po Europi a samo 0,5 % izvan Europe. Ispitanici najčešće putuju s prijateljima (60,4 %), zatim s partnerom (15,5%) i obitelji (14 %), a najrjeđe putuju sami (3,4 %). Rezultati istraživanja su vrlo slični rezultatima prijašnjih istraživanja.

Pitanje o načinu organiziranja putovanja ponudilo je više odgovora, a odgovori ispitanika su dani u *Tablici 1*. Vidljive su različite kombinacije, u kojima dominira organizacija putovanja s prijateljima te samostalno organiziranje, što je i očekivano, s obzirom da se mladi u toj dobi žele samostalno i na svoj način uključiti u turistička kretanja. Pozitivan je napor škola, sveučilišta i drugih obrazovnih institucija koji značajno sudjeluju u organizaciji i pokušavaju mladima pružiti iskustvo putovanja.

Tablica 1. Način organiziranja putovanja

Način organiziranja putovanja	Odgovori
Samostalno	35,1 %
S prijateljima	53,9 %
S partnerom	15,9 %
Obiteljski	20,2 %
Organizira škola, sveučilište ili neka druga obrazovna institucija	31,7 %
Organizira sportska organizacija ili udruga	4,8 %
Organizira netko drugi	8,7 %

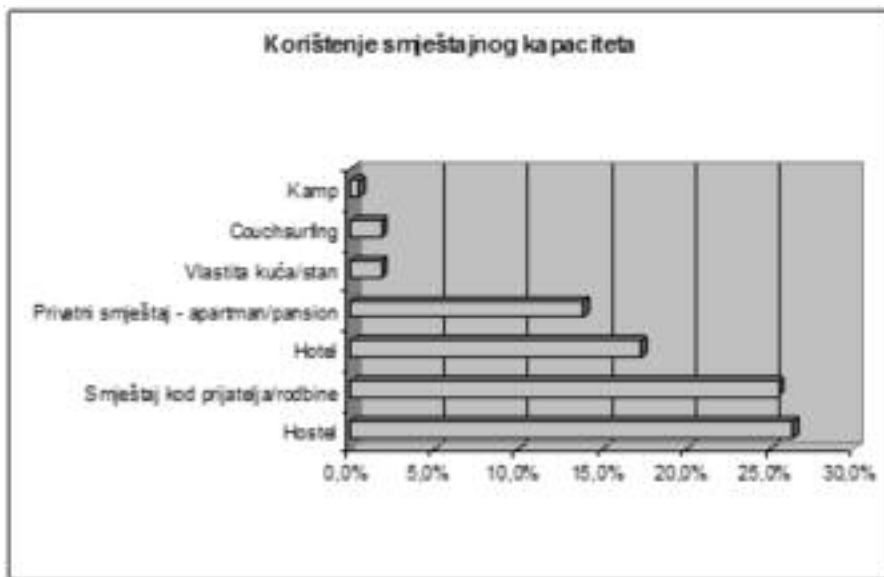
Izvor: vlastito istraživanje

Prilikom informiranja o destinaciji i turističkoj ponudi, mladi na raspolaganju imaju različite izvore informacija. Istraživanje je pokazalo kako se mladi najviše oslanjaju na Internet, njih 65 %, odnosno preporuke obitelji i prijatelja (56 %). Internet omogućuje jednostavno i brzo pretraživanje te mnoštvo podataka, ocjene i komentare drugih putnika. Osim toga, pruža mogućnost online rezervacije i plaćanja putovanja, te izravnog kontakta s pružateljima usluga. Istraživanje je pokazalo da mladi preferiraju samostalno organiziranje vlastitog putovanja, gotovo u potpunosti koriste Internet i izravnu rezervaciju (smještaja, prijevoza, zabava), a malo koriste posredničke usluge agencije. Podaci odgovaraju činjenici da mladi u potpunosti vladaju modernom tehnologijom, te iskazuju određene ovisnosti o virtualnom svijetu.

S obzirom da je Hrvatska relativno mala država s priličnom dobro razvijenom cestovnom mrežom, rezultati o korištenju prijevoznog sredstva prilikom odlaska na turističko putovanje su očekivani. Autobusni prijevoz je najzastupljeniji s 45,7 %, zatim slijedi automobil (30,3 %), te niskotarifni zrakoplovi (7,2 %). Samo 1% ispitanika se izjasnilo da prilikom putovanja koristi auto-stopiranje.

Grafikon 1. prikazuje smještajne kapacitete koje mladi koriste na svojim putovanjima. Podaci se podudaraju s prijašnjim istraživanjima u Hrvatskoj, a mladi opet preferiraju hostelski smještaj te smještaj kod rodbine i prijatelja. Zanimljiv je podatak o *couchsurfingu* koji pokazuje da takav način putovanja još uvijek nije zaživio u Hrvatskoj.

Grafikon 1. Korištenje smještajnog kapaciteta na putovanju



Izvor: vlastito istraživanje

U *Tablici 2.* su dani podaci o prosječnoj potrošnji na putovanju te prosječnoj dnevnoj potrošnji. S obzirom na svjetske podatke, potrošnja mladih Hrvata je ispod prosjeka⁵¹, te je u okvirima rezultata dosadašnjih istraživanja.⁵² Prosječni prihodi u Hrvatskoj još uvijek nisu dostatni za zadovoljenje primarnih potreba, stoga ograničene financije imaju najveći utjecaj na mogućnost poduzimanja putovanja.

⁵¹ Richards; Wilson, op. cit., p. 27-30.

⁵² Kušen; Gečević, op. cit., p. 24-27.

Tablica 2. Prosječna potrošnja po putovanju i prosječna dnevna potrošnja na putovanju

Prosječna potrošnja po putovanju		Prosječna dnevna potrošnja	
Do 1000 kn	22,3 %	Do 50 kn	10,4 %
1001-1500 kn	34,6 %	51-100 kn	42,1 %
1501-2000 kn	22,2 %	101-300 kn	35 %
2001-3500 kn	14,5 %	300-500 kn	9,3 %
Više od 3500 kn	6,4 %	Više od 500 kn	3,2 %

Izvor: vlastito istraživanje

Usprkos ograničenjima, mladi su motivirani i žele putovati, a svoje motive putovanja su rangirali u *Tablici 3*. Zanimljivi su motivi postavljeni na prvome i drugome mjestu, no svakako treba uzeti u obzir i činjenicu da su više od 2/3 ispitanika činile žene, stoga je donekle razumljivo, s obzirom da su žene senzibilnije, te više uživaju u kupovini od muškaraca. Rangiranje ostalih motiva također se uzima s rezervom, jer prioritetni motivi pomalo odudaraju od rezultata dosadašnjih istraživanja.

Tablica 3. Motivi turistički putovanja

Motivi turističkih putovanja	Rang
Mogućnost ljubavnih avantura	1
Kupovina	2
Posjet rodbini i prijateljima	3
Učenje drugih jezika	4
Uživanje u jelu i piću	5
Uživanje u suncu i moru	6
Upoznavanje drugih kultura i običaja	7
Zabavna događanja i sadržaji	8
Kulturna događanja i sadržaji	9
Nova iskustva i doživljaji	10

Izvor: vlastito istraživanje

Suprotno motivaciji, ključni elementi koji utječu na odabir destinacije odgovaraju dosadašnjim trendovima, te potvrđuju činjenicu da mladi biraju destinaciju prema jeftinim smještajnim kapacitetima, avanturizmu i neizvjesnosti koje destinacija pruža, pri čemu im više nije toliko bitna zabava i noćni izlasci,

ali ni sigurnost. Elementi su prikazani u *Tablici 4.*

Tablica 4. Elementi koji utječu na odabir destinacije

Elementi koji utječu na odabir destinacije	Rang
Dobra prometna povezanost	1
Jeftini smještajni kapaciteti	2
Avanturizam i neizvjesnost	3
Čistoća i uređenost	4
Povoljna ponuda, jeftinoća	5
Zabava i noćni život	6
Sigurnost	7

Izvor: vlastito istraživanje

Mladima se nude razne pogodnosti i iskaznice s popustima koje omogućuju jeftinija putovanja. Znatian dio mladih (41 %) koristi popuste koji im se nude, nasuprot 59 % onih koji ih uopće ne koriste. Čak 77 % ispitanika je koristilo popuste na prijevoz, što nije iznenađujuće jer znatan broj autobusnih prijevoznika u Hrvatskoj nudi jeftinije karte studentima, kao i Hrvatske željeznice. Popuste na ulaznice koristi 38 % ispitanika, a za smještaj tek njih 12 %. Gotovo polovica ispitanika uopće ne zna za postojanje kartica s pogodnostima, dok je ostatak dobro upoznat s pogodnostima koje pruža Međunarodna iskaznica Euro<26, ISIC, te iskaznica Hrvatskog ferijalnog i hostelskog saveza (hi.euro).

Polovica ispitanika istaknula je da putovanja doprinose boljem razumijevanju drugih ljudi i kultura, te međusobnoj toleranciji, a gotovo u potpunosti žele putovati jer tvrde kako putovanja u njima bude želju za novim putovanjima. Upravo je navedeno glavno obilježje ovog tržišnog segmenta - stalna potreba za kretanjem i druženjem, te upoznavanjem novih kultura.

Na posljatku, ispitanici su dali informacije vezane uz putovanja tijekom svojeg djetinjstva i adolescencije. U ranoj fazi svoga života ispitanici su najčešće putovali unutar Hrvatske (64,4 %) i Europe (30,8 %), dok samo 3,9 % ispitanika uopće nije putovalo. 52,9 % ispitanika je najčešće putovalo s obitelji, a 42,3 % s prijateljima, a putovali su rjeđe od jednom godišnje (14 %), jednom godišnje (45,4 %), dva puta godišnje (21,3 %), te tri i više puta godišnje (16 %).

Mogućnosti i iskustvo putovanja mladih tijekom djetinjstva i adolescencije potvrđuje i *Tablica 5.*, koja prikazuje podatke o načinu organiziranja putovanja. Očekivano, obitelj je odigrala najveću ulogu u pružanju iskustva putovanja, a svoj su značajni doprinos dale i obrazovne institucije.

Tablica 5. Način organiziranja putovanja tijekom svojeg djetinjstva i adolescentskih dana

Način organiziranja putovanja	Odgovori
Samostalno	7,3 %
S prijateljima	26,1 %
S partnerom	1,5 %
Obiteljski	61,4 %
Organizirala je škola, sveučilište ili neka druga obrazovna institucija	56 %
Organizirala je sportska organizacija ili udruga	13,5 %
Organizirao je netko drugi	13,5 %

Izvor: vlastito istraživanje

ZAKLJUČAK

Podaci prikazani u radu pokazuju tendenciju rasta omladinskog turizma u svijetu, te zahtijevaju složeniji pristup praćenja i shvaćanja turističkih kretanja mladih. Mladi se sve više uključuju u turizam, iako nemaju percepciju da su njihova putovanja potpuno turistička. Omladinski turizam uključuje određene specifičnosti koje ga razlikuju od ostalih oblika turizma. Razlike se, između ostalih, očituju u načinu organiziranja putovanja, informiranju o putovanjima, motivaciji i elementima odabira turističke destinacije, te korištenju jeftinijih smještajnih kapaciteta. Omladinski turizam u Hrvatskoj je u fazi razvoja i pokazuje mogućnosti uključivanja u svjetske tokove omladinskog turizma. Evidentne su sličnosti ponašanja mladih u Hrvatskoj i onih u svijetu. Zajednička su im svakako ograničena financijska sredstva, unatoč kojima mladi ipak putuju i žele još više putovati. Na taj način žele doživjeti nova iskustva, te upoznati nove kulture i običaje, što ih ne razlikuje od ostalih turista, međutim, mladi to žele učiniti u svome stilu. U tom procesu mladi u Hrvatskoj samostalno stvaraju kulturu putovanja, donekle poduprtu pokušajima obitelji i obrazovnih institucija, koja nije dovoljno razvijena, jer mladi u Hrvatskoj još uvijek rjeđe putuju od svojih vršnjaka u drugim razvijenim državama. Apstrahirajući sve navedeno, turistička kretanja mladih Hrvata nisu zanemariva, kao ni Hrvatska kao poprište omladinskog turizma, a s obzirom da u Hrvatskoj ne postoje sustavna istraživanja o putovanjima mladih, pokušaji i rezultati prikazani u radu čine kvalitetan temelj i motiv za njihovo daljnje praćenje.

LITERATURA

Alfier, Dragutin, Uloga turizma u resocijalizaciji i desocijalizaciji suvremenog čovjeka, zbornik radova Pedagoške akademije Humanističke vrijednosti turizma, Zadar, 1977.

Ashworth, Gregory John; Goodall Brian, *Marketing Tourism Places*, Routledge, London 1990, p. 25-47.

Čavlek et. al., *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb 2011.

Državni zavod za statistiku, *Statistička izvješća – Turizam u 2008*, br. 1380., Zagreb 2009.

Dulčić, Ante, *Upravljanje razvojem turizma*, Mate, Zagreb, 2001, u: World Tourism Organization, UNWTO, *Yearbook of tourism Statistic*, sv. I., 1999.

Goeldner et al., *Tourism – Principles, Practices, Philosophies*, JohnWiley&Sons, New York, Brisbane, Singapure, Toronto 2000.

Hall, Colin Michael; Weiler, Betty, *Introduction. What's special about special interest tourims?*, u: Weiler, B.; Hall, M. (ur.) *Special interest tourism*, Bellhaven Press, London 1992, u: Trauer, Birgit, *Conceptualizing special interest tourism – frameworks for analysis*, *Tourism Management*, god. 27, br. 2., University of Queensland, Ipswich 2006, p. 183 – 200.

Hendija, Zvezdana, *Promjene u suvremenom društvu, trendovi u suvremenom turizmu*, *Turizam*, god. 50, br. 1., Institut za turizam i Hrvatska turistička zajednica, Zagreb 2002, p. 90-91.

Krešić, Damir; Miličević, Katarina, *Kako osnovati i upravljati hostelom*, Hrvatski ferijalni i hostelski savez, Zagreb 2010.

Kušen, Zrnka; Gečević, Dražen, *Novi horizonti: Istraživanje nezavisnih putovanja mladih i studenata u Republici Hrvatskoj*, Hrvatski ferijalni i hostelski savez, Zagreb 2008.

Marković, Srđan; Marković, Zora, *Osnove turizma*, Školska knjiga, Zagreb, 1970.

Petrić, Lidija, *Osnove turizma*, Ekonomski fakultet Split, Split 2003.

Pirjevec, Boris, *Ekonomska obilježja turizma*, Golden Marketing, Zagreb 1998.

Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji drugih vrsta smještajnih objekata, Narodne novine, br. 49., 2005.

Trauer, Birgit, *Conceptualizing special interest tourism-frameworks for analysis*,

UNWTO, *World Conference on the Measurement of the Economic Impact of Tourism*, Nice, 1999.

Vukonić, Boris; Čavlek, Nevenka, *Rječnik turizma*, Masmedia, Zagreb 2001.

Weber, Sanda; Mikačić, Vesna, *Osnove turizma*, Školska knjiga, Zagreb 1999.

INTERNETSKI IZVORI

BIST, www.iztg.hr/bist/. (Posjećeno: 09.09.2012.)

City of Cape Town, *Backpacking and Youth Tourism Investigative Study*, 2010, <http://www.capetown.gov.za/en/tourism/Documents/Final%20Draft%20CoCT%20Backpacking%20Study%20180809.pdf>. (Posjećeno: 08.09.2012.)

Europska komisija, *Calypso Study on Social Tourism Croatia*, 2010, http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/docs/calypso/country_reports/calypso_country_report_croatia_en.pdf. (Posjećeno: 09.09.2012.)

Europska mladežna iskaznica, <http://www.euro26.hr/emz.php>. (Posjećeno: 09.09.2012.)

Hendija, *Zvezdana, Suvremeni trendovi u međunarodnom turizmu*, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb 2011, http://web.efzg.hr/dok/TUR/zhendija//MT_01_web_trendovi.pdf. (Posjećeno: 28.10.2012.)

HFHS, <http://www.hfhs.hr/hr/clanstvo/> (Posjećeno: 09.09.2012.)

ISIC studentska iskaznica, <http://www.isic.hr/program/9/o-nama.html>.
(Posjećeno: 09.09.2012.)

Hrvatski zavod za statistiku, Godišnje izvješće, 2013, http://www.dzs.hr/Hrv/system/first_results.htm. (Posjećeno: 03.03. 2013)

Moisa, Claudia, Aspects of youth tourism demand, *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, god. 12, br. 2., 2010, p. 575 – 582. <http://oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/1220102/08.pdf>.
(Posjećeno: 05.09.2012.)

Moisa, Claudia, Factors influencing the evolution of youth travel, *Management and Marketing Journal*, god. 8, br. 2., 2010, p. 308-316. http://www.mnmk.ro/documents/2010ed2/13_Moisa%20Alba%20Iulia%20FFF.pdf.
(Posjećeno: 28.09.2012.)

Muller, Natalie, Couchsurfing killed the Youth Hostel?, 2010, <http://www.tourism-review.com>. (Posjećeno: 10.09.2012.)

Putoholičari Couchsurfing – besplatan smještaj ili samo surfanje na kauču, 2012, <http://www.putoholicari.com/couchsurfing-besplatan-smjestaj-ili-samo-surfanje-na-kaucu-3389/>. (Posjećeno: 10.09.2012.)

Richards, Greg; Wilson, Julie, *New Horizons in Independent Youth and Student Travel -Today's Youth Travellers: Tomorrow's Global Nomads*, ISTC, Amsterdam 2003, http://www.atlas-euro.org/pages/pdf/FINAL_Full_Report.pdf.
(Posjećeno: 09.09.2012.)

Richards, Greg, *An economic contribution that matters*, u: UNTWTO; WYSE Travel Confederation, *The power of youth travel*, 2008, http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/the_power_of_youth_travel.pdf. (Posjećeno: 28.10.2012.)

Tourism Management, god. 27, 2006, p. 183-200. <http://www.scribd.com/doc/19955764/Conceptualizing-special-interest-tourismframeworks-for-analysis>. (Posjećeno: 28.10.2012.)

UNWTO, *Youth Travel Matters – Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel*, 2008. <http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/>

482C/09E7/89D4/2506/AA82/C0A8/0164/F5B4/080514_youth_travel_matters_excerpt.pdf. (Posjećeno: 09.09.2012.)

UNWTO, World Tourism Barometer, 2012, <http://mkt.unwto.org/en/barometer>, (Posjećeno: 25.07.2013.).

UNWTO, 2012, <http://www2.unwto.org/en/content/why-tourism>. (Posjećeno: 28.10.2012.)

Vetrak, Samuel, What is the next big thing in youth travel?, ITB Berlin, 2012, http://www.studentmarket.com/sites/default/files/article_files/2012%20ITB%20Berlin%20Presentation%20by%20StudentMarketing.pdf. (Posjećeno: 08.09.2012.)

ASSESSING TOURIST SATISFACTION WITH THE FACILITIES PROVIDED AT LANGKAWI ISLAND GATEWAY JETTY TERMINALS

Shardy ABDULLAH
Arman Abdul RAZAK
Azizan MARZUKI
Mastura JAAFAR

School of Housing, Building & Planning
Universiti Sains Malaysia

UDK: 338.48(595)(210.7 LANGKAWI)=111

Pregledni članak/Review article

Primljeno: 18.10.2013.

SAŽETAK

Kako bi povećala privlačnost i razinu zadovoljstva na turističkim destinacijama, vlada je osigurala brojne popratne sadržaje. Ti su popratni sadržaji smješteni na raznim lokacijama, uključujući lučke terminale koji imaju funkciju polazišta za turističke destinacije, posebno one smještene na otocima. Glavni cilj ove studije je ocjena razine zadovoljstva turista pruženim sadržajima na lučkim terminalima. Kako bi se taj cilj postigao, provedeno je istraživanje na 3 odabrana lučka terminala za otočje Langkawi. Kako bi se došlo do potrebnih podataka provedena je anketa gdje su turistima koji su posjetili otočje Langkawi podijeljeni upitnici. Zatim je 437 upitnika podvrgnuto metodi statističke analize. Rezultati pokazuju da je ukupna razina zadovoljstva turista pruženim sadržajima na lučkim terminalima niža od zadovoljavajuće. Ova je studija također pokazala da razina zadovoljstva kod turista ne utječe na njihovu odluku da ponovno posjete otočje Langkawi, ali utječe na njihovu odluku o odabiru alternativnih polazišta pri njegovoj posjeti.

Ključne riječi: zadovoljstvo turista, sadržaji, lučki terminal, polazište

INTRODUCTION

In Malaysia, Langkawi Island is considered as one of the most popular tourist destinations. As such, several studies related to tourist satisfaction levels

with the island have been conducted over the years. The growth of Langkawi Island as a tourist destination is actually based on several factors, such as the development strategy, effectiveness of the public transportation system, government policies, natural heritage, and culture with tourist potential, as well as other related factors. However, according to Ibrahim and Ahmad (2011), the availability of infrastructure and good quality facilities can also be referred to as one of the factors that would affect the rapid growth of tourism on this island. Therefore, it is not surprising to note that a large sum of financial allocation has been provided steadily by the government for the establishment of these relevant facilities. Ibrahim and Ahmad (2011) also add that in order to ensure that the tourist activities in Langkawi maintain their further growth, the government has been continuously allocating large financial sums for the upgrade of facilities and for the development of tourist products, since the Sixth Malaysia Plan (1991-1995).

According to Zainuddin *et al.* (2006), approximately 85 percent of tourists arrive to Langkawi Island through the sea routes, based on the tourist arrival records of the Langkawi Development Authority (LADA). This directly implies that these public passenger jetty terminals are the main gateway for the tourists who are intending to visit Langkawi. In fact, during certain seasons, these jetties are observed to receive a very high number of tourists, to the extent of causing congestion and over-excessive usage. This is as explained by Ibrahim and Ahmad (2011), who state that tourist and vehicle congestion in the Langkawi ferry terminals often occur during festival holiday seasons, school breaks / holidays and during certain events on a national or an international level, which are organized in Langkawi. In order to support the related tourist activities, various facilities have been developed by the government to ensure that every terminal is able to function fully, and consequently, to raise the tourists' satisfaction. This awareness of the government is explained by Mersat (2012), who stresses that the efforts of the Transport Ministry to upgrade the facilities at the Kuala Perlis Ferry Terminal were further amplified by the addition of facilities, for instance, a centralized air conditioning system at the terminal waiting area.

Nevertheless, a review of the previous research has generally indicated that there is a lack of specific studies that provide a relationship between the aspects of tourist satisfaction and the facilities provided at the jetty terminals, although Ibrahim and Ahmad (2008) have explained that there are various issues relating to the quality of products and services in tourist destinations in the state of Kedah, which includes Langkawi Island, where they have discovered that the

dissatisfaction of tourists with the facilities provided at the jetty terminals is due to the toilet cleanliness, vandalism of facilities to the point of non-functionality, poor maintenance, lack of facilities, tourist safety and comfort aspects, as well as others. As the basis of this research, the following research questions were developed:

What is the tourist satisfaction level with the overall facilities provided at the public passenger jetty terminals on Langkawi Island?

Is there any correlation between the satisfaction levels with these jetty terminal facilities and the frequency of visits to Langkawi Island?

TOURIST SATISFACTION WITH THE FACILITIES

Satisfaction has always been considered essential for business success (Cam, 2011:6). Therefore, it is not surprising to find previous research which has delved into tourist satisfaction within the field of tourism studies. For instance, the research carried out by Arabatzis and Grigoroudis (2010) at the Dadia-Lefkimi-Soufliou National Park examined the relationship of tourists' satisfaction with various factors such as the regional environmental attributes, service standards and sufficient accommodation for tourists. Another study by Kalisch and Klaphake (2007) evaluated satisfaction and perception of the crowding problem at the German National Park. Prior to that, Akama and Kieti (2003) conducted a research that attempted to explore the tourist satisfaction levels with their safari trips and various other eco-tourist activities at the Kenya National Park. These previous studies connected with tourist satisfaction have shown that the expectations of tourists, as well as their satisfaction levels, are the main concern and that they occur in almost every other tourist destination. As stated by Yuksel (2001), most researchers have studied components of experiences which contribute to tourist satisfaction within different tourist and hospitality contexts, as some researchers examined tourist satisfaction with the destination services, while others ascertained user satisfaction with the recreational services, whereas some explored components of guest satisfaction with the hotels and restaurant services.

The diversity of these studies have caused the creation of various definitions of the actual meaning of tourist satisfaction by inferring from the respective subject matter or the focus of the respective studies. Chon (1989) refers to tourist satisfaction as the result of the relationship between tourist expectations about the destination based on their previous images of the destination and their evaluation of the outcome of their experience at the destination area. Meanwhile,

Baker and Crompton (2000) have defined tourist satisfaction as the quality of visitors' experience and psychological outcome derived from interaction with different service facets in a destination. A more brief explanation has been given by Truong and Foster (2006) who state that satisfaction within the context of tourism is an outcome of the comparison between expectations and experiences. From these definitions and explanations, it can be seen that there are two elements which are integral to the true definition of tourist satisfaction, and which are, "what is expected or hoped" and "what is experienced or received" by tourists. The comparison between these two elements subsequently merges to produce an output, referred to as "satisfaction". As such, the actual concept of tourist satisfaction is in fact similar to the concept of customer satisfaction. This is because the concept of customer satisfaction also stresses the same aspects. Some authors emphasize that customer satisfaction begins with individual comparison of services or product performance based on their expectation. Generally, the level of satisfaction with a product or a service could be expressed through a certain action. In the tourist context, for example, tourists will express their compliments when they feel satisfied with a tourist product or a service, while a comment will be stated when they are dissatisfied. Satisfaction will also result in a more meaningful and significant experience for tourists. Positive experiences can encourage repeat visitation (Kozak and Rimmington, 2000) and create a positive word-of-mouth communication (Beecho and Prentice, 1997).

Nowadays, tourists are increasingly becoming more demanding and desire value for money, as well as the provision of quality products and services (Assefa, 2011:8). In tandem with this development, the need to measure and assess tourist satisfaction levels with a tourist product, service or facility in a continuous manner, has become a necessity. By being aware of tourist satisfaction levels, numerous benefits can be reaped by various related parties. These benefits include measuring of the potential of the industry for strategic planning purposes, understanding of the customers' reactions to a product, encouraging both new and repeat visitation and determine areas that may need improvement. In general, Assefa (2011) states that by knowing the tourist satisfaction levels, a clear understanding of the causes and the nature of visitor satisfaction and dissatisfaction will be gained, while this scenario will assist in the promotion and the development of tourist destinations and enterprises. In addition to these, another expected benefit would be related to the capacity of the industry itself. By understanding and inferring from the tourist behaviour, an abundance of valuable information for further development of the tourist industry may be obtained in a more precise manner. Reisinger (2009) echoes this notion when

concluding that studying tourist behaviour may reveal many potential information such as the type of product attributes the tourists look for, the benefits they seek and the reason of seeking them.

In the field of facility studies, a similar scenario has occurred since various studies connected with user satisfaction have been done by the academia and practitioners. Nawangwulan *et al.* (2012) have studied whether the conditions of buildings and facilities have any significant impact on the improvement of customer satisfaction, particularly for tenants and visitors. Another study, undertaken by Maszuwita (2005), constructed a trend of analysis in order to portray the level of satisfaction with the building performance at Polytechnic Kulim, Malaysia. Previously, Susilawati (2002) conducted a research in Surabaya, Indonesia, to find out the level of tenant satisfaction in high rise office buildings in relation to the existing facilities and to suggest additionally required facilities. Generally, most of these previous studies have focused on the need to identify or improve customer satisfaction with a building and its facilities. However, studies on customer satisfaction with the facilities in terminal buildings can rarely be found, especially in Malaysia.

Thus, this study is significant in terms of identifying customer satisfaction with the facilities provided by the government at the three selected jetty terminals. For the purpose of this study, 5 important aspects of customer satisfaction, such as comfort, safety, cleanliness, sufficiency and functionality, have been developed for further investigation. The comfort aspect is still the main concern when evaluating the level of tourist satisfaction with the services and facilities available. For example, Ma (2012), in his study for facilities on the internet banking systems in China, has listed the comfort aspect as one of the main components which influenced satisfaction levels with the available services. Clemeset *et al.* (2008) discovered that several studies found that airline passengers perceived in-flight comfort, such as having enough knee and leg room and having a comfortable seat, to be an important issue, and passengers had high expectations of performance related to these factors. Furthermore, in discussions put forth by Juhari *et al.* (2012) on the servicescapes of shopping malls, it was stated that the comfortability aspect is related and influenced by several factors such as lighting, colours, soundness (music and noise), smell, temperature and traffic congestion. For jetty terminals, comfortability is a high concern and must be done in a proper manner as it is an influencing factor for tourists to achieve a higher level of satisfaction while using these terminals. This matter is further described by the MORI Social Research Institute (2002), which outlined that the comfortability

aspect of the service environment and facilities needed an emphasis in the evaluation of customer satisfaction with the services and facilities available. Facilities done in a proper and suitable manner will create comfort to tourists, as well as other users.

The second aspect, which is also connected with the level of tourist satisfaction with the facilities at jetty terminals, is the safety aspect. Clemeset *al.* (2008) emphasize that the aspect of safety is one of the main service quality components which has an impact on the level of customer satisfaction. The safety aspect in this context is referred to a form of guarantee that the facilities at jetty terminals are safe to be confidently used by tourists. In addition to these, the aspect of cleanliness also needs to be considered when determining the level of tourist satisfaction. Research by Mrkicet *al.* (2010) on visitor satisfaction at Laguna Grande, Puerto Rico proposed cleanliness of facilities as one of the aspects that is required to be improved immediately by the related agencies. This scenario shows that tourists have taken into account the cleanliness aspect as one of the factors which influenced their levels of satisfaction. In fact, according to Hassanain (2008), the cleanliness aspect is very important because a hygienic environment could promote a healthy life.

The fourth aspect that should be considered when measuring the level of customer satisfaction is availability. Suitability and availability refer to the necessity of required facilities, as well as their number. The number of available facilities must be high enough, always done in a proper manner and relevant to the number of tourists and expected users. Shortage of facilities will create an imbalance, and unexpected situations may happen because of this shortage. Shortage may affect the facilities in terms of frequency of use, as well as improper usage and the lifespan of the facilities would be able to be predicted accurately. Shortage and unsuitable facilities will create dissatisfaction among the tourists. For example, Moscardo (2001) in his study on tourist satisfaction at Pontoons on the Great Barrier Reef, Australia, stated that several facilities and equipment were found to be insufficient such as chairs, lockers, toilets, tables, changing rooms and showers. From his point of view, these facilities should be added and should be placed as well as managed in a proper manner. The final aspect utilized in this study, which influences the level of customer satisfaction, is the functional aspect. It is about the usability of the available facility according to its intended purpose. According to a previous study, Mrkicet *al.* (2010) listed the enquiries about bathroom usability to measure the level of tourist satisfaction with the facilities provided at Laguna Grande, Puerto Rico. Another study by Seubsamarn

(2009) included the enquiries about the functionality of the available facilities at a homestay in order to evaluate the level of tourist satisfaction.

METHODOLOGY

This is a survey study in which the data was collected through the distribution of questionnaire forms. The development of the questionnaire as a research instrument is entirely based on literature findings that were acquired from numerous secondary sources such as working papers, journal articles, text books, reports and other previous publications. Besides this, through the scope of this research, the content of the questionnaire form is specifically limited to the types of facilities evaluated within the context of this study. The categories or types of facilities were limited to 10, based on the study criteria. These selected facilities are waiting area facilities, seating facilities, toilets, prayer rooms, commercial areas, ventilation equipment, lighting equipment, loading areas, parking facilities, and finally, other facilities. In order to distribute these questionnaire forms as a means to procure the required research data, the researchers directly met the respondents. The respondents of this study consisted of local and foreign tourists who were using the Kuala Perlis, Kuala Kedah and Pulau Pinang jetty terminals as their gateway when visiting Langkawi Island. The content of this questionnaire was divided into two sections, where in the first section, the questions that were asked were intended to gain background information concerning the respondents. In the second section, the 10 types of facilities provided at the jetty terminals were listed down in the 5 respective different aspects, namely the aspects of comfort, safety, cleanliness, sufficiency and functionality.

The final draft of the questionnaire was then subjected to a pilot test involving 10 local persons who have had prior experience in using the Kuala Perlis Jetty Terminal as their gateway to visit Langkawi Island. The pilot test was conducted within 1 week in January 2012. Through this pilot test, a few comments to improve the content of the questionnaire were given by selected respondents. Based on these comments, an amended final version of the questionnaire was then produced and utilized for the actual survey. The respondents were selected through a random sampling process, through which, final 437 respondents were involved in this study. Due to the background of the respondents, a bi-lingual (Bahasa Malaysia and English) questionnaire was prepared and used in the data collection process.

ANALYSIS OUTPUT

Background of respondents

Out of 437 respondents who had completed the questionnaires, 203 (46%) respondents were met at the Kuala Perlis terminal, 187 (43%) respondents at the Kuala Kedah jetty terminal and 47 (11%) respondents at the Pulau Pinang jetty terminal. Lower participation and representation of the respondents from the Pulau Pinang Jetty Terminal is due to the fact that there is only one trip per day to Langkawi Island whereas the other terminals offer more daily trips. In terms of gender, out of 437 respondents, a majority of them, totalling 256, were female tourists while male tourists made up the remaining 181 respondents. The majority (74%) of the respondents are local tourist and the remaining are international tourists. In terms of age, approximately 46% respondents are between 30 to 39 years old. 146 respondents, forming the second highest age group are between 20 to 29 years old. The third age group is between 40 and 49 years of age and were represented by 83 respondents and comprised 19% from the total number of respondents. Only 7 respondents involved in this study were older than 49 years. In the aspect of frequency of visitation, 45% or 196 respondents stated that their current visit is their first time to Langkawi, 125 respondents noted it to be their second visit, 69 respondents mentioned that this is their third visit and 47 have acknowledged that they have visited Langkawi more than 3 times.

Reliability Results

Cronbach's Alpha was used to verify the reliability of tourist satisfaction levels as stated in the survey instrument. Based on Table 1, it was revealed that the final values of Cronbach's Alpha for this study is 0.765, which is above 0.7 as recommended by Litwin (1995). Therefore, this indicates that the survey instrument utilized in this research is reliable and internally consistent.

Table 1: Reliability Statistics

Items	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Total Satisfaction	37.3290	8.829	0.702
Waiting Area	37.2052	9.549	0.734
Seating facilities	37.3746	9.065	0.709
Toilet	37.9902	11.363	0.806
Prayer room	37.3420	8.958	0.705
Commercial Area	38.0423	11.309	0.804
Ventilation	37.2671	9.138	0.715
Lighting	37.2085	9.420	0.725
Loading Area	38.4723	9.936	0.772
Parking	38.3681	10.325	0.789
Other Facilities	37.2443	9.224	0.720
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items		N of Items
0.765	0.810		11

The Outputs of Satisfaction Level

The collected data was subsequently analysed based on the respective satisfaction aspects using statistical methods. As shown in Table 2 below, it was discovered that the overall tourist satisfaction levels with the facilities provided at jetty terminalstoLangkawi Island were at a less than satisfactory level, as the mean value registered was at only 3.67, less than the prerequisite of 4.0 value for being satisfied. However, when mode values are looked at, the recorded 4.0 value implies that a majority of the tourists have assessed the provided facilities as being satisfactory. Subsequently, when each of the 10 listed facilities are scrutinized individually, it was found that 5 of them were assessed as being satisfactory by the tourists, namely waiting area facilities (mean=4.05, mode=4.0), prayer rooms (mean=4.04, mode=4.0), ventilation equipment (mean=4.02, mode=4.0), lighting equipment (mean=4.15, mode=4.0), and other facilities (mean=4.03, mode=4.0). 3 other facilities were assessed as being less than satisfactory. These 3 facilities are seating facilities (mean=3.62, mode=4.0),

toilets (mean=3.13, mode=3.0) and commercial areas (mean=3.09, mode=3.0). In any case, 2 types of facilities the tourists were dissatisfied with as they returned a mean value of less than 3.0. The facilities in question are loading areas (mean=2.87, mode=3.0) and parking areas (mean=2.98, mode=3.0).

Table 2: Tourist satisfaction levels with the provided facilities at the jetty terminals

Type of Facilities	Satisfaction Level			Satisfaction Aspects									
	Mean	Mode	Justification	Comfort Aspect		Safety Aspect		Cleanliness Aspect		Sufficiency Aspect		Functionality Aspect	
				Mean	Mode	Mean	Mode	Mean	Mode	Mean	Mode	Mean	Mode
Waiting area	4.05	4.0	Satisfied	4.06	4.0	4.12	4.0	3.08	3.0	4.03	4.0	4.07	4.0
Seating area	3.62	4.0	Less Satisfied	3.04	3.0	4.22	4.0	4.04	4.0	3.96	4.0	3.32	3.0
Toilets	3.13	3.0	Less Satisfied	2.40	2.0	3.05	3.0	2.43	2.0	3.86	4.0	3.22	3.0
Prayer Rooms	4.04	4.0	Satisfied	4.16	4.0	4.02	4.0	3.86	4.0	4.02	4.0	4.12	4.0
Commercial Areas	3.09	3.0	Less Satisfied	3.17	3.0	3.14	3.0	3.32	3.0	3.62	3.0	4.10	4.0
Ventilation Equipment	4.02	4.0	Satisfied	4.14	4.0	4.26	4.0	3.92	4.0	4.03	4.0	4.10	4.0
Lighting Equipment	4.15	4.0	Satisfied	4.18	4.0	4.26	4.0	3.86	4.0	4.38	4.0	4.11	4.0
Loading area	2.87	3.0	Dissatisfied	2.74	3.0	2.42	2.0	2.80	3.0	3.07	3.0	3.12	3.0
Parking Area	2.98	3.0	<i>Dissatisfied</i>	3.11	3.0	3.12	3.0	3.32	3.0	2.44	2.0	4.01	4.0
Other Facilities	4.03	4.0	Satisfied	3.84	4.0	4.14	4.0	3.63	3.0	4.12	4.0	4.16	4.0
OVERALL SATISFACTION	Mean			Mode								Justification	
	3.67			4.0								Less Satisfied	

**The satisfaction level was justified based on the following criteria:*

- i. *Satisfied is denoted when both mean and mode values are more than or equal to 4.0*
- ii. *Less satisfied is denoted when either both or one value of the mean and mode is less than 4.0 but is at least 3.0*
- iii. *Dissatisfied is denoted when either both or one value of the mean and mode is less than 3.0*

These criteria were determined based on the Likert answer scale that was used in the questionnaires follows: 1 for "Strongly Dissatisfied", 2 for "Dissatisfied", 3 for "Less Satisfied", 4 for "Satisfied" and 5 for "Strongly Satisfied"

In addition, as shown in Table 2 below, tourist satisfaction levels with the 10 related facilities vary from one another based on the aspects of satisfaction. The waiting area facilities, out of 5 evaluated aspects, only 4 aspects registered satisfactory levels, namely comfort, safety, sufficiency, and functionality, whereas the cleanliness aspect (mean=3.08, mode=3.0) was found to be less satisfactory. For the seating facilities, only the aspects of safety and cleanliness were revealed to be satisfactory as both the mean and mode values for these two aspects exceeded 4.0. The other aspects, namely, comfort, sufficiency and functionality, recorded a mean and mode values below 4.0 but exceeding 3.0, which implies that they are less satisfactory. From the perspective of the toilet facilities, it was discovered that all aspects were either less satisfactory to the tourists or deemed as being unsatisfactory (i.e. respondents were dissatisfied). For the prayer room facilities, however, only one aspect was classified as being less satisfactory which is the aspect of cleanliness and which returned a mean value of 3.86 and a mode value of 4.0. The other remaining aspects were all considered as satisfactory by the respondents.

As for the commercial area facilities, only the functionality aspect recorded a satisfactory level with its mean value of 4.1 and the mode value of 4.0. The other 4 aspects, namely comfort, safety, cleanliness and sufficiency (were deemed to be less than satisfactory. In both the ventilation and lighting equipment cases, 4 out of the 5 assessed satisfaction aspects registered a mean and mode values of 4.0 and above. This implies that the tourist respondents involved in this study evaluated these aspects as being satisfactory. For the next item, the loading area facilities, the analysis of the results has indicated that the tourist satisfaction levels with this facility, based on the five concerned aspects, was deemed either as less than satisfactory or unsatisfactory. The aspects that were recorded as being less than satisfactory are sufficiency and functionality, while the remaining aspects were classified as being unsatisfactory. Finally, for the category of other facilities, analysis of the obtained results pointed out that there are 3 satisfaction aspects which were assessed as satisfactory by the tourists;

safety, sufficiency and functionality. The other 2 aspects, namely the aspects of comfort (mean= 3.84, mode=4.0) and cleanliness (mean= 3.63, mode=3.0) returned values that placed them under the less than satisfactory level.

Based on these five satisfactions aspects that were used as the assessment criteria for measuring tourist satisfaction levels in this study, for the comfort aspect, it was found that out of all 10 listed facilities, only 4 facilities were deemed eligible as being satisfactory, namely, the waiting area facilities, prayer rooms, ventilation equipment and lighting equipment. In terms of the safety aspect, only 6 facilities were assessed as being satisfactory, which were the waiting area facilities, seating facilities, prayer rooms, ventilation equipment, lighting equipment and other facilities. Subsequently, for the cleanliness aspect, there was only one facility that was evaluated as being satisfactory, namely the seating facilities. From the aspect of sufficiency, there were 5 facilities that the tourists assessed as being satisfactory, which were the waiting area facilities, prayer rooms, ventilation equipment, lighting equipment and other facilities. For the final aspect of functionality, the analysis of the results has shown that 7 facilities were measured as satisfactory, namely, the waiting area facilities, prayer rooms, commercial areas, ventilation equipment, lighting equipment, parking areas and other facilities.

The Outputs of Correlation Analysis

Table 3: The correlation between total satisfaction, visiting frequency and tendency to choose other gateways

		Total Satisfaction	Frequency of Visits	Tendency to Choose Other Gateways
Total Satisfaction	Pearson Correlation	1	.016	.469**
	Sig. (2-tailed)		.739	.000
	N	437	437	437
Frequency of Visits	Pearson Correlation	.016	1	.097*
	Sig. (2-tailed)	.739		.042
	N	437	437	437
Tendency to Choose other Gateways	Pearson Correlation	.469**	.097*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.042	
	N	437	437	437

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

The results of the correlation analysis as illustrated in Table 3 above, shows that a significant correlation is only found between total satisfaction and the tendency to choose other gateways (Pearson Correlation = 0.469), and the frequency of visits and the tendency to choose other gateways (Pearson Correlation = 0.097). The analysis of the results as shown in Table 3 also demonstrate that there is no significant correlation between total satisfaction and the frequency of visits. Based on this, it can be deduced that tourist satisfaction levels with the facilities provided at the jetty terminals examined in this study do in fact influence the tendency of tourists to choose other alternative gateways to Langkawi Island. This clearly shows that if tourists assess these facilities as less satisfactory or even unsatisfactory, they will have the tendency to use other available gateways to visit Langkawi in their future trips. However, their satisfaction levels do not influence them when deciding whether to make return trips to Langkawi, since the inherent attraction which Langkawi possesses is sufficient enough to attract them back and make repeated visits or trips. The analysis of the results also implies that whenever tourists repeatedly or frequently visit Langkawi Island, they will definitely have the tendency to choose other jetty terminals or gateways.

DISCUSSION AND CONCLUSION

Based on the analysis of the results as described above, it was discovered that the overall tourist satisfaction levels with the 10 types of facilities provided at the Kuala Perlis, Kuala Kedah and Pulau Pinang Jetty Terminals were at a less than satisfactory level. Although when analysed individually, there were certain facilities such as the waiting area facilities, ventilation equipment, lighting equipment and other facilities that were deemed to be satisfactory, not even one type of facility achieved a satisfactory level regarding the five satisfaction assessment aspects of comfort, safety, cleanliness, sufficiency and functionality. This findings also directly imply that the provision of these facilities is still far from being at the most optimal level, as these facilities are still unable to fulfil the actual needs and satisfaction levels of tourists. This scenario is likely to be tied with several specific conditions or issues which may be considered as the contributing factors. The implementation of tourism development activities in Langkawi Island are more focused on activities that strengthen resources which have become assets, or products in attracting tourists to the island. This form of

developmental trend has resulted in somewhat neglected provision of infrastructure and support facilities, especially of those that are located outside of Langkawi Island. Therefore, it is not entirely surprising to find that the implementation of infrastructure and facility upgrading programmes in the gateways to Langkawi Island is more concentrated at the Langkawi International Airport, as well as the Kuah Jetty Terminal, if compared to the jetty terminals at Kuala Perlis, Kuala Kedah and Pulau Pinang. For instance, LADA (2011) has stated that four initiatives concerning infrastructure have been undertaken with the aim of enhancing the overall tourist experience, beginning from the moment the tourists arrive at Langkawi and as they travel within the island, as well as the main services they receive. This clearly shows that the emphasis is on the upgrade or enhancement of tourist facilities of the infrastructure located on Langkawi itself. This is as Tozser (2010) hypothesizes, whereby the availability of supporting infrastructure or facilities of tourism such as telecommunication, public toilets, and public safety is considered to be less important than infrastructure of tourism itself.

The facilities provided at a jetty terminal should generally be maintained in a systematic and continuous manner so that these facilities are kept at their best and are able to be used as per their original intent. The implementation of maintenance activities in these facilities must be precisely planned and undertaken using a specific approach. This is as described by Manaf *et al.* (2005) who stress that the facility management approach should be fused with the tourism industry as there are various tourist based facilities that need to be effectively maintained for the purpose of ensuring that the tourist activities may be carried out without unnecessary hindrances. The failure in maintaining these facilities will bring about negative impacts with regards to the satisfaction levels of the tourists. A study on tourist satisfaction levels with heritage and cultural sites conducted by Huh (2002) discovered that the maintenance factor was one of the main factors influencing satisfaction levels. In general, the maintenance factor includes maintenance activities undertaken in tourist destinations, as well as the related support services. According to Mabunda (2004), the inability to maintain tourist facilities will in turn reduce tourism value. Furthermore, the explanation given by Ekinici (2008), describes that the "maintainability" dimension displays the compliance with the customers' requirements of the provided services.

The next factor is about the capabilities of government agencies. The Kuala Perlis and Kuala Kedah jetty terminals are owned and managed by an agency within the federal government, i.e., the Malaysian Marine Department,

whereas the Pulau Pinang jetty terminal is owned and managed by the Pulau Pinang Port Commission. Apart from managing these jetty terminals on Langkawi Island, these agencies are also responsible for management and administration of other jetty terminals. For instance, the Malaysian Marine Department manages 37 other jetties besides the 2 jetties on Langkawi Island, and these jetties include both passenger and cargo jetties. Due to this relatively large number of managed jetties, the ability, as well as the priority of adding, repairing and upgrading of the available facilities within these jetties will become restricted and constrained. According to Palomino (2003), governments would need to allocate a huge financial sum to develop and provide the required infrastructure and facilities for the tourism industry in any given country.

Based on previous studies, it was found that most of the research focused on Pulau Langkawi tourist satisfaction levels were more concerned with the tourist sites on the island, as well as other related tourist facilities which are directly connected to these sites, such as hotel and resort facilities, public transport services, and others. There are no specific studies conducted focusing on the aspect of tourist satisfaction with the public infrastructure or facilities that form support services in the development of the tourism sector in Langkawi Island. The importance of these support services must not be overlooked, as Palomino (2003) states that the development of tourism requires the existence of an infrastructure, as well as other facilities specific to tourism. In addition to this, Samsudinand Mohamad (2013) stress the need to provide sufficient infrastructure and facilities to cater for the increase in tourist numbers so that no negative impacts would be present in these tourist destinations. These studies have only underlined the importance and need for research on support facilities, including the facilities provided at the jetty terminals servicing Langkawi Island. Without proper research, the related parties would not be able to obtain accurate and pertinent information regarding the actual needs of the tourism industry in any destination. For instance, in the aspect of hotel facilities on Langkawi Island, a weakness has been highlighted by Zainol(2012), who states that the currently available information and data are not sufficient for the identification of the potential failures of Langkawi hotels. Therefore, it is not surprising to note that, due to this lack of information and research, the facilities provided at these jetty terminals are still below expectations.

ACKNOWLEDGMENTS

This project was funded by a research grant from the Ministry of Higher Education of Malaysia under the Long Term Research Grant Scheme 2011 [LRGS Grant No. JPT.S (BPKI) 2000/09/01/015]ld.4 (67)].

REFERENCES

Akama, J.S. and Kieti, D.M. (2003). Measuring tourist satisfaction with Kenya's wildlife safari: A case study of Tsavo West National Park. *Tourism Management*, Vol. 24, No.1:pp. 73-81.

Alhemoud, A. M. and Armstrong, E. G. (1996). Image of tourism attractions in Kuwait. *Journal of Travel Research*, Vol.34, No.4:pp.76-80.

Apostolakis, A. and Jaffry, S. (2005). Heterogeneous preferences for Greek heritage attractions. *Tourism Economics*, Vol.11, No. 2: pp.225-245.

Arabatzis G. and Grigoroudis, E. (2010). Visitor Satisfaction, Perceptions and Gap Analysis: The Case of Dadia-Lefkimi-Souflion National Park. *Forest Policy Economic*: (12):pp. 163-172.

Assefa, B. (2011). *Assessing Tourist Satisfaction in Ethiopia*. Master Thesis. Addis Ababa University. Unpublished. Available at: <http://Etd.Aau.Edu.Et/Dspace/Bitstream/123456789/4273/1/Binyam%20assefa.Pdf> (accessed on 23 March 2013).

Baker, D.A. and Crompton, J.L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, No. 3: pp. 785-804.

Beecho, A. and R. Prentice, 1997. Conceptualizing the experiences of heritage tourists: A Case Study of New Lanark World Heritage Village. *Tourism Management*, Vol. 18, No.2:pp. 75-87.

Brotherton, B. & Wood, R.C. (2008). The Nature and Meanings of "Hospitality". In: Brotherton, B. & Wood, R.C. (eds). *The SAGE handbook of hospitality management*. London: Sage Publications Ltd. pp. 37-61.

Cam, T.T. (2011). *Explaining Tourists Satisfaction and Intention to Revisit NhaTrang, Vietnam*. Master Thesis. University of Tromso, Norway & NhaTrang University, Vietnam. Unpublished. Available at: <http://munin.uit.no/bitstream/handle/10037/3782/thesis.pdf?sequence=1> (accessed on 21st January 2013).

Chon, K.S. (1989). Understanding recreational traveler's motivation, attitude and satisfaction. *Tourism Review*, Vol. 44, No.1: pp.3 - 7.

Clemes, M., Gan, C., Kao, T-H. and Choong, M. (2008). An empirical analysis of customer satisfaction in international air. *Innovative Marketing*, Vol. 4, No.2: pp 49-62.

Ekinci, Y. (2008). Service Quality and Hospitality Organizations. In: Brotherton, B. & Wood, R.C. (eds). *The SAGE handbook of hospitality management*. London: Sage Publications Ltd. pp. 316-330.

Fah, L. K., Dan Kandasamy, S. (2011). An Investigation of Service Quality and Customer Satisfaction among Hotels in Langkawi. In: *Proceeding of the International Conference on Management (ICM 2011)*.

Hassanain, M.A., (2008). On the performance evaluation of sustainable student housing facilities. *Journal of Facilities Management*, Vol.6, No.3: pp. 212-225.

Huh, J. (2002). Tourist Satisfaction With Cultural / Heritage Sites: The Virginia Historic Triangle. Master Thesis. Virginia Polytechnic Institute and State University. Unpublished. Available at <http://scholar.lib.vt.edu/theses/available/etd-05142002-171010/unrestricted/Thesis.pdf> (Accessed on 2nd March 2012).

Ibrahim, J. A. and Ahmad, M. Z. (2008). Pelancongan Negeri Kedah Darul Aman: Isudancabaran/ Tourism in Kedah Darul Aman: Issues and Challenges. *Prosiding PERKEM III*, Jld. 1, 2008. pp. 191-202.

Ibrahim, J. A. and Ahmad, M. Z. (2011). *Pelancongan Langkawi 1987-2010: Pencapaian dan cabaran masadepan*. In: *Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia ke VI 2011*, 5 - 7 Jun 2011, Hotel Everly Resort, Melaka. Didapati di: <http://repo.uum.edu.my/7109/> (Capaian pada 27 Mac 2013).

Juhari, N.H., Ali, H.M. and Khair, N. (2012). The Shopping Mall Servicescape Affects Customer Satisfaction. *Proceeding of the 3rd international conference on*

business and economic research (3rd ICBER 2012) pada 12 - 13 march 2012 di Bandung, Indonesia.

Kalisch, D. and Klaphake, A. (2007).Visitors' satisfaction and perception of crowding in a GermanNational Park: a case study on the island of HalligHooge. *For.Snow Landsc. Res.* 81, 1/2:pp.109-122.

Kozak, M. and Rimmington, M. (2000).Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination.*Journal of Travel Research*, Vol. 38, No.1:pp. 260-269.

Langkawi Development Authority (LADA) (2011).*The Langkawi Tourism Blueprint 2011-2015*. Available at: <http://www.epu.gov.my/en/web/guest/blueprint-pelancongan-langkawi-2011-2015> (accessed on 4th January 2013).

Litwin, M. (1995), *How to Measure Survey Reliability and Validity*.Survey Kit.Vol. 7, Sage Publications, Beverly Hills, CA.

Ma, Z. (2012).Assessing Serviceability and Reliability to Affect Customer Satisfaction of Internet Banking.*Journal of Software*, Vol. 7, No. 7,pp. 1601-1608.

Mabunda, D. (2004). *An Integrated Tourism Management Framework for the Kruger NationalPark, South Africa, 2003*.Doctoral Dissertation, University of Pretoria, Pretoria, South Africa.Unpublished.

Manaf, Z., Razaly, M.N., Mastor, S.H. and Eni, S. (2005). Facilities Management: The Prospect Of Its Implementation In The Tourism Industry In Malaysia. In: *The Proceedings of the International Conference On Tourism Development 2005*, Park Royal Grand Plaza Hotel, Pulau Pinang. Available at: http://eprints.uthm.edu.my/1886/1/FACILITIES_MANAGEMENT_THE_PROSPECT_ZAHARAH_MANAF_2005.pdf. (accessed on 3rd December 2012).

Maszuwita, A.B. (2005) *A study to ascertain customers' satisfaction on building performance and facilities provided in Polytechnic Kulim*. Master Thesis, Universiti-Teknologi Malaysia. Unpublished.

Meng, F., Tepanon, Y. and Uysal, M. (2008).Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation: The case of a nature-based resort.*Journal of Vacation Marketing* 2008; Vol. 14, No.1: pp. 41-56.

Mersat, J. (2012). *Laporan Bertulis Sesi Soal Jawab Dewan Negara, Mesyuarat Ketiga, Penggal Kelima, Parlimen Kedua Belas*. Dewan Negara, Malaysia (unpublished).

Meyer, D. (2004). *Tourism routes and gateways: Key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for Pro-Poor Tourism*. Overseas Development Institute.

MORI Social Research Institute (2002). *Public Service Reform - Measuring & Understanding Customer Satisfaction*. Office of Public Services Reform (OPSR), London.

Moscardo, G. (2001). Visitor Evaluations of Built Tourist Facilities: Pontoons on the Great Barrier Reef. *The Journal of Tourism Studies*, Vol. 12, No. 1: pp. 28-38.

Mrkic, S., Roth, M., Spokis, J. and Vanni, J. (2010). *The Assessment of Tourist Satisfaction at the Laguna Grande*. Report submitted to Department of Natural and Environmental Resources, Puerto Rico.

Nawangwulan, I. M., Anantadjaya, S.P.D., Widayatmoko, D.H. and Seancho, W.M. (2012), Consumer Behaviors and Customer Satisfaction: Any Value Created?, *Society of Interdisciplinary Business Research*, Vol. 1, No. 1: 7-9.

Palomino, L.L-B. (2003). *Impacts of Mass Tourism on Local Communities and the New Phenomenon of Colonization Case Study: Majorca*. Master Thesis, Bournemouth University. Tidak diterbitkan. Available at: [http://www.du.se/PageFiles/5050/ETM %20Thesis%20Lop%C3%A9z-Bravo.pdf](http://www.du.se/PageFiles/5050/ETM%20Thesis%20Lop%C3%A9z-Bravo.pdf). (accessed on 20 January 2013).

Reisinger, Y. (2009). *International Tourism: Cultures and Behavior*. Butterworth - Heinemann Publications, Burlington, USA.

Samsudin, M. and Mohamad, S. (2013). Pengaruh Warisan Sejarah dalam Industri-Pelancongan Langkawi. *International Journal of the Malay World and Civilisation*, Vol. 1, No.1: 99-109.

Seubsamarn, K. (2009). *Tourist motivation to use homestays in Thailand and their satisfaction based on the destination's cultural and heritage-based attribute*. University of Missouri. Master Thesis. Unpublished.

Shoemaker, S. Dan Lewis, R. C. (1999). Customer loyalty: the future of hospitality marketing. *International Journal of Hospitality Management*, Vol.18, No.4:pp. 345-370.

Susilawati, Connie (2002). Customer satisfaction survey of the facilities provided by office building "X" in Surabaya. In: *Proceedings of the 8th Pacific Rim Real Estate Society Annual Conference*, 21 to 23 January 2002, Christchurch, New Zealand.

Tozser, A. (2010). *Competitive tourism destination: developing a new model of tourism competitiveness*. PhD. thesis booklet. University Of Miskolc. Unpublished. Available at: http://www.gei.uni-miskolc.hu/phd/tezisfuzetek/tozser_tezisfuzet_ENU.pdf (accessed on 2nd February 2013)

Truong, T-H. and Foster, D. (2006). Using HOLSAT to evaluate tourist satisfaction at destinations: The case of Australian holidaymakers in Vietnam. *Tourism Management*, Vol.27, No.5:pp. 842-855.

Yuksel, A. (2001). Managing Customer Satisfaction and Retention: A Case of Tourist Destinations, Turkey. *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 7, No.2:pp.153-168.

Zainol, N.A. (2012). *Identifying Service Failures Among Resort Customers in Langkawi Island*. Proceeding of the International Conference on Trade, Tourism and Management (ICTTM'2012) December 21-22, 2012, Bangkok, Thailand: pp. 108-111. Available at: <http://psrcentre.org/images/extraimages/1312530.pdf>. (accessed on 2 March 2013).

Zainuddin, N., Hamdan, O., Mohamed, Z., MohdHusin, F. and Deraman, N. (2006). Kesan Faktor Demografik Penumpang Terhadap Kualiti Perkhidmatan Ferieke Langkawi, *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya*, Vol. 4, No 8: pp. 69-91.

ODRŽIVI TURIZAM KAO RAZVOJNA MOGUĆNOST NA PRIMJERU DUGOG OTOKA

Vinko BAKIJA
Marijana BULIĆ

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Sveučilište u Zadru

UDK: 338.48:504>(497.5)(210.7 Dugi Otok)

Prethodno priopćenje/Preliminary paper

Primljeno: 5.11.2013.

SUMMARY

In this paper authors have tried to elaborate some aspects of socio-economic approach which would eventually unveil the future of economic and cultural development of the island of Dugi otok. It can be argued that the development of tourism as well as other economic activities on the island of Dugi otok can be attested as a paradigm for all bigger islands on the Croatian Adriatic sea. Sustainable tourism development on Dugi otok can only be durable if all other production and land exploitation activities adopt the paradigm of sustainable development. The island of Dugi otok is probably the best model of what can be called an unpolished diamonds of the Croatian Adriatic with so many resources that wait to be properly activated in order to preserve the authentic life experience on the island. This research paper has tried to prove that along with sustainable amount of mass tourism, there should develop appropriate quantity of specific niche tourism products with aim to enhance the value of authentic sustainable development of island tourism.

Ključne riječi: Dugi otok, turistički razvoj, održivi turizam

1. UVOD

Cilj je rada ukazati na mogućnosti razvoja turizma Dugog otoka, kao i potaknuti razmišljanja i rješenja o budućem razvoju turizma na ovome otoku.

Dugi otok još uvijek ima očuvanu prirodu i okoliš, bogatu kulturnu baštinu, te mjesta koja su sačuvala svoju autohtonost, tako da privlačnost Dugog otoka kao turističke destinacije nije upitna, ali da bi taj turizam sačuvala okolinu i bio u skladu s interesima domicilne zajednice, treba biti unaprijed usmjeravan. Zato je temeljna pretpostavka ovog rada da bi Dugi otok trebao sačuvati svoju prirodnu i tradicijsku baštinu uz primjenu razvoja turizma usmjerenog na očuvanje okoliša i unaprjeđenje otočne društvene zajednice, odnosno održivog razvoja.¹ Održivi razvoj nudi turizmu rješenje kako opstati, a da istovremeno uz svoj razvoj ostavlja što manje negativnih posljedica na prostore u kojima se zbiva. Samo razumnom strategijom razvoja turizma, ali i cjelokupnog gospodarskog razvoja, odnosno diverzificiranom razvojnom strategijom, mogu se izbjeći nepoželjne posljedice na cjelokupnu okolinu. Tome u prilog ide i činjenica da takve negativne promjene u okruženju ne utječu samo na život domicilnog stanovništva, već i na turističku potražnju koja gubi interes za takvu devastiranu destinaciju.

Isto tako, postoji potreba sagledavanja turizma kao djelatnosti koja predstavlja značajnu razvojnu šansu za brži razvitak Dugog otoka, kao mogući generator ostanka, ali i povratka stanovništva na ovaj otok. Anketno istraživanje² provedeno 2001. pokazalo je da bi se 75 % otočana (u istraživanju je ispitivana mlađa populacija Dugog otoka, Ugljana i Iža) najradije bavilo turizmom, odnosno da je turizam posao koji ih najviše privlači.

Međutim, dosadašnja turistička ponuda i uopće dosadašnji masovni i izrazito sezonski turizam ne nudi neku značajniju perspektivu stanovništvu Dugog otoka. Takav nediferencirani turistički proizvod teško da je prepoznatljiv u mnoštvu druge konkurencije. Osim motiva mora, sunca i lijepe prirode gotovo da ne postoji drugi značajniji „push“ motiv za posjet Dugog otoka. Potrebno je ciljano odrediti kakav je razvoj turizma moguć i ujedno održiv za ovaj otok. Samo uz uvođenje selektivnosti u turističku ponudu i uz profiliranje prepoznatljivog imidža destinacije moguće je postizanje veće kvalitete ukupnog proizvoda, a time i bolje budućnosti svih onih koji direktno i indirektno ovise o turizmu Dugog otoka.

1 Održivi razvoj je razvoj bez oštećivanja ili iscrpljivanja resursa koji se koriste prilikom tog razvoja, što se postiže upravljanjem resursima na način da se mogu obnavljati istom mjerom po kojoj se troše ili prelaženjem od resursa koji se sporo obnavljaju na resurse čije je obnavljanje brže. Na taj način resursi su na raspolaganju ne samo sadašnjim već i budućnim generacijama (Pančić Kombol, T., *Selektivni turizam: uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa*, TMCP Sagena, Matulji 2000., str. 51.).

Prema Svjetskoj komisiji za okoliš i razvoj u Brundtlandovu izvješću, definicija održivog turizma glasi: „Održivi razvoj turizma je razvoj koji zadovoljava sadašnje potrebe turista i lokalne zajednice, dok se istovremeno čuvaju resursi za njihovo buduće korištenje.“ (Črnjar, M., Črnjar, K., *Menadžment održivog razvoja: ekonomija, ekologija, zaštita okoliša*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji Sveučilišta u Rijeci; Glosa, Rijeka 2009., str. 42.).

2 Babić, D., Lajić, I., *Obrazovne, radne i profesionalne težnje mladih otočana – primjer zadarskih otoka (Iž, Dugi otok, Ugljan)*, Migracijske i etničke teme, br. 2-3, Zagreb 2004, str. 275.

2. PREGLED POVIJESTI DUGOG OTOKA

Najstariji tragovi ljudskog habitasa na Dugom otoku mogu se datirati još iz doba paleolitika (oko 400.000 do 10.000 g. pr. Kr.), a pronađeni su u nalazištima na otvorenom vezanim uz ležišta tadašnjih sirovina. Kao primjere možemo navesti Veli rat, Krševanje polje i gradina Omišenjak kod Sali, polupećina Vlakno, Velo i Malo jezero i gradina Gradec kod Žmana. U to prapovijesno vrijeme početka ljudske evolucije Dugi Otok zajedno s kornatskim otočjem čini veću cjelinu koja je preko otoka Molata i Ista spojena s tadašnjim kopnom.³

Promjenom klime i krajem ledenog doba u periodu mezolitika, pred oko 10.000 godina dolazi do geomorfološkog oblikovanja Srednjeg i Sjevernog Jadrana s pripadajućim otocima. Podizanjem razine Jadranskog mora Dugi otok gubi vezu s kopnom i postaje otok s pripadajućom prepoznatljivom konfiguracijom terena. Privreda je dijelom ostala na ranijem stupnju, a zahvaljujući nestanku ledenodobnih životinja te razvoju biljnoga svijeta, veću ulogu dobiva sakupljanje biljnih dobara, dok se lov smanjuje i ograničava na sitne životinje. Sukladno tome, dolazi do promjene u izradi i oblikovanju oružja i oruđa.

Dugi otok je zajedno s ostatkom zadarskog otočja kao i Kvarnerskim arhipelagom u željeznom dobu bio sastavni dio liburnske kulture, pa tako cijelu ovu skupinu otoka stari grčki i rimski povjesničari i zemljopisci nazivaju jedinstvenim nazivom: Liburnskim otocima po ilirskom narodu Liburni.

Na Dugom otoku nema pronađenih tragova grčke kolonizacije niti njihovih priobalnih naselja, mada se u narodu zadržala usmena predaja da su maslinik u Saljskom polju zasadili Grci prije 2.000 godina. Da su stari Grci ipak poznavali zadarsku skupinu otoka, koju su zvali Liburnskim otocima, svjedoči antički pisac Pseudo-Skimno iz 2. st. pr. Kr. koji citira još starijeg grčkog povjesničara Teopompa iz 4. st. pr. Kr. čije djelo „Povijest Filipova“ nije sačuvano.⁴

Već pri samim počecima rimske kolonizacije Istočnoga Jadrana, Liburni već oko 167. g. pr. Kr. postaju stalni saveznici Rimljana, a nakon potpunog rimskog osvajanja ilirskih krajeva, početak nove ere označava liburnsko gubljenje samostalnosti i postupno romaniziranje. Do potpune asimilacije dolazi u kasnoj antici. Na čitavom zadarskom arhipelagu nije bilo značajnijih urbaniziranih naselja, pa iz toga možemo zaključiti da ni prije dolaska Rimljana na ove prostore na njima nije bilo istaknutijih naselja koja bi imala ulogu središta autohtonih teritorijalnih zajednica kao što je primjerice Zadar (Iader) imao na kopnu.⁵

3 Suić M., Zadarski otoci u antici, u: Uranija, V. (ur.), Zadarsko otočje, zbornik radova, Narodni muzej u Zadru, Zadar 1974.

4 Batović Š., O prapovijesti Dugog otoka, u: Batović, Š. (ur.), Dugi otok, zbornik radova, Matica hrvatska, Zadar 1977.

5 Batović Š., O prapovijesti Dugog otoka, u: Batović, Š. (ur.), Dugi otok, zbornik radova, Matica hrvatska, Zadar 1977.

Raspadom Rimskog carstva te provalom barbarskih plemena na ove prostore (kraj 5., početak 6. st.) dolazi do opće nesigurnosti u naseljima na kopnu a fortifikacijski sustavi još nisu dovoljno razvijeni, pa gradsko stanovništvo bježi na otoke ili se udaljava od postojećih urbaniziranih središta. U odmakloj antici i najranijem srednjem dobu zadarski su otoci bez sumnje bili najbolje i najgušće naseljeni u čitavoj njihovoj starijoj prošlosti. Za vrijeme bizantske theme Dalmacije koja je obuhvaćala otoke Krk, Osor i Rab, te gradove Zadar, Trogir, Split, Dubrovnik i Kotor, Bizant je svoj suverenitet u značajnoj mjeri temeljio i na zadarskim otocima bez kojih ne bi mogao kontrolirati te upravljati maritimnim gospodarskim aktivnostima na ovom dijelu Jadrana.

Dugi otok prvi put spominje sredinom 10. st. bizantski car Konstantin Porfirogenet, koji ga u svom djelu "De administrando imperio" navodi pod imenom Pizuh. Nadalje, početkom 11. st. Dugi otok se u pisanim izvorima naziva Insula Tilagus, a slijedi više različitih imena na latinskom i hrvatskom jeziku: Tilagus (1195.), Insula magma (1287.), Insula maior (1290.), Santa Marija (1311.), Insula Bozava (1327.), Insula Maqani (1341.), Insula Verbigni (1370.). Ime Veli otok zabilježeno je prvi put glagoljicom 1460. godine, zatim Isola di Sale (1475.), Insula templi (prije 16. st.), Isola grossa i Isola lunga (17. st.), Debeli otok (17. st.) i na kraju Dugi otok.⁶ U najstarijoj sačuvanoj povijesnoj ispravi o ribarstvu na hrvatskim prostorima, načinjenoj 995. godine, spominje se Dugi otok (Tilago) i ribarstvo u njegovoj uvali Telašćici. Tom darovnicom zadarski plemići ustupaju Samostanu sv. Krševana u Zadru svoje pravo ribarenja na otocima Molat i Dugi otok. Darovnica se danas čuva u Državnom arhivu u Zadru.⁷

Gotovo u cijelosti romanizirano liburnsko stanovništvo i nešto rimskog zatekli su u 9. i 10. st. Hrvati kad su doplovili do Dugog otoka. Prevlast Hrvata na otoku nad superiornijom rimskom civilizacijom nije se dogodila odjednom, nego postepeno kroz nekoliko stoljeća. Gotovo sa sigurnošću možemo zaključiti da je početkom 13. stoljeća većinsko stanovništvo na Dugom otoku hrvatskoga porijekla.

Novi vijek u zadarskim krajevima započinje konstantnim prijetnjama bujajućeg Otomanskog carstva. Turci sve više i više nadiru s pravca istoka. Odlukom mletačkih vlasti iz 1684. godine dvije bojne galije pod zapovjedništvom braće Nikole i Petra Corponesea upućene su u dugootočki akvatorij sa zadatkom da ribare zaštite od mogućih turskih gusarskih napada. Upravo su Turci 1715. godine upali na Dugi otok, neka sela spalili a radno sposobno stanovništvo odveli u ropstvo. Veliki broj stanovništva iz zadarskog zaleđa za vrijeme Mletačko-turskih ratova bježi na Dugi otok gdje zamjenjuje porobljene otočane, pa

6 Beverin, A., Armanini, J., *Libar o Dugom otoku*, Matica hrvatska, Zadar 2009., str. 41.

7 Batović S., *O prapovijesti Dugog otoka*, u: Batović, S. (ur.), *Dugi otok*, zbornik radova, Matica hrvatska, Zadar 1977.

možemo zaključiti da se demografska struktura stanovništva na otoku (broj stanovnika) nije značajno mijenjala.

2.1. POVIJESNI PREGLED RAZVOJA TURIZMA NA DUGOM OTOKU

Prema Juriću⁸ povijest nastanka turizma na Dugom otoku veže se uz zadarsko planinarsko i turističko društvo „Liburnija“, osnovano 1899. godine, koje je 1900. godine izvršilo prvo speleološko istraživanje špilje „Strašna peć“ u blizini Savra te je otvorilo za javnost. Špilja „Strašna Peć“ je prva izletnička destinacija u zadarskom arhipelagu i među prvim špiljama otvorenim na području Hrvatske. 1904. god. austrijski časopis „Ilustrierte Österreichische Riviera Zeitung“ popularizira Strašnu peć i dovodi prve posjetitelje. Isti posjetitelji na Dugi Otok dolazili su starim parobrodima iz Zadra. Osim njih o „Strašnoj Peći“ pisali su vodeći njemački, hrvatski i talijanski mediji. Veliki događaj za Dugi otok zbilo se 1904. godine kad je špilju posjetio i sam austro-ugarski car Franjo Josip koji zadivljen njezinom ljepotom odlučuje financirati njezino uređenje – željezna vrata na ulazu, dva ferala i stubište k moru. Špilju je 1936. godine pohodio i budući britanski kralj (koji će godinu kasnije neslavno abdicirati s prijestolja), princ Edward u društvu svoje buduće supruge Amerikanke Wallis Simpson. Strašna peć od 2006. godine ponovno je otvorena za posjet nakon što je više od 90 godina bila zaboravljena. Gore navedni podatci ukazuju na značajne mogućnosti razvoja kulturnog turizma na Dugom otoku. Posebno danas kada glad i žeđ za *kulturološkom autentičnošću* postaju jedan od glavnih motivatora za odlazak na turističko putovanje, odnosno posjet specifičnom turističkom odredištu, kada element nostalgije utječe na donošenje odluke o odlasku na otok, razvoj ovog specifičnog oblika turizma, predstavlja se kao imperativ razvojnih strategija Dugoga otoka.

Nakon Prvog svjetskog rata kada je Zadar pripao Talijanima, Dugi je otok ostao izvan talijanske ovlasti tako da se sve više povezuje sa Šibenikom. U međuratnom razdoblju od 1925. godine postoji putnička teretna linija Rab-Sali-Šibenik u organizaciji Jadranske plovidbe, a od 1926. i linija Sali-Preko. U godinama uoči Drugog svjetskog rata u Salima postoji gostionica „Radulić“ s 20 ležaja te gostionica „Aunedi“ sa 4 ležaja. U Božavi postoji gostionica „Uglešić“ s 12 ležaja, ali tu su također i ležajevi u kućnoj radinosti. Postojanje općina u Salima i Božavi pridonosilo je simboličkom povećanju putnika u tim mjestima. Ograničavajući faktor za razvoj turizma u tom vremenu bili su postojeći

⁸Jurić, B., *Gospodarske prilike na Dugom otoku od početka 20. stoljeća do 1941. godine*, u: Batović, Š. (ur.), *Dugi otok*, zbornik radova, Matica hrvatska, Zadar 1997., str 426.

nedostatci u infrastrukturi – u elektroopskrbi, vodoopskrbi i prometnom povezivanju.⁹

Za vrijeme Drugog svjetskog rata značajnu štetu na otoku nanijeli su talijanski fašisti koji su spalili nekoliko mjesta na otoku i prognali veliki broj otočana u zbjeg u Egipat gdje su bili smješteni u izbjeglički logor u El Shattu. Gospodarstvo i razvoj otoka još jednom su ušli u period stagnacije te nazadovanja.

Turizam se u većoj mjeri počeo razvijati nakon Drugog svjetskog rata, posebno u Božavi 1951. godine najprije u zadružnom i privatnom sektoru, a nakon izgradnje prvog hotela „Božava“ u lipnju 1960. godine (adaptiran prvi put 1979. godine pod nazivom „Kadulja“) nekoliko godina je postojalo ugostiteljsko poduzeće „Saharun“.

Prema Beverin i Armanini¹⁰ prvi su posjetili Božavu Belgijanci i Francuzi, a od 1958. godine stalni su posjetioci Austrijanci. Povećava se dolazak i domaćih gostiju, a sve veći priliv gostiju zahtijevao je gradnju novih objekata smještajnog tipa i pratećih sadržaja te je 1971. izgrađen novi hotel B kategorije nazvan „Lavanda“. Uz hotele „Kadulju“, „Lavandu“ i restoran kapaciteta 500 mjesta, gosti su u okviru smještajnih kapaciteta dobili i depandanse „Agavu“, „Mirtu“ i „Palmu“. U sklopu hotela nalazili su se također frizerski salon i brijačnica, suvenirnica, samoposluga, škola ronjenja i iznajmljivanje brodica i glisera. Svi ti ugostiteljski objekti nalazili su se u sastavu SOUR-a „Jugotanker Turist-hotel“ iz Zadra. Druga polovica XX. stoljeća karakterizirana je intezivnim razvojem masovnog kupališnog turizma kako na otocima, tako i na obali. Gotovo stihijski razvoj radničkih odmarališta koja su postepeno pretvarana u hotelska naselja sa skromnim pratećim sadržajima, pratila je izgradnja apartmana i vikendica u naseljima. Sve je to vodilo prema daljnjem omasovljenju turističkih dolazaka samo za vrijeme ljetnog kupališnog perioda koji je trajao niti tri mjeseca.

Nakon Domovinskog rata, u kolovozu 2001. godine dionice Turisthotela Turističkog naselja „Božava“ na Dugom otoku prodane su slovačkom investicijskom fondu. „Lavanda“ je 2002. godine potpuno preuređena i nazvana „Maksim“, a hotel je dobio 4 zvjezdice gradnjom bazena i popratnog sadržaja. Danas, osim u hotelskom smještaju, gosti Dugog otoka mogu boraviti i u nekoliko privatnih pansiona, te u brojnim apartmanima i sobama, odnosno u tzv. privatnom smještaju. Jednom od važnijih prekretnica u daljnjem razvoju turističkog gospodarstva na Dugom otoku možemo smatrati dovršenje glavne cestovne prometnice 1997. koja je s izgradnjom započela još 70-tih godina prošlog stoljeća. Osim što dovodi do brže tranzicije robe i ljudi, te povezuje nekad jako udaljena mjesta, omogućuje i povezivanje Dugog otoka kao

⁹ Jerić, M., Dugi otok i njemu susjedni otoci u vremenu i prostoru, Ognjen Prica, Zagreb 1986., str. 102-105.

¹⁰ Beverin, A., Armanini, J., Libar o Dugom otoku, Matica hrvatska, Zadar 2009., str. 47-49.

jedinstvene turističke destinacije u jednu cjelinu. Uz dobru prometnu komunikaciju otoka, za daljnji turistički razvoj Dugog otoka, važan faktor je i dobra trajektna povezanost sa Zadrom.

Međutim, neplanski razvoj poglavito masovnog turizma na Dugom otoku donosi višestruku opasnost od brojnih negativnih eksternalija neplanskog i masovnog turističkog razvoja među kojima su svakako najopasniji: monokulturni gospodarski razvoj na otoku (masovni turizam), rast troškova života te smanjenje strukturnih investicija, vulgarizacija turizma te prirodne i kulturno-povijesne baštine, odljev autohtonog stanovništva te priljev ne-otočana kroz potražnju za jeftinom radnom snagom, itd. Ovaj rad ima za cilj kreirati utemeljenu znanstveno-istraživačku podlogu na osnovu koje bi se, eventualno, razvojne strategije Dugog otoka (pre)usmjerile u smjeru odgovornog dugoročnog razvoja održivog turizma te pratećih gospodarskih aktivnosti (stočarstvo, uljarstvo, ribarstvo, vinogradarstvo, itd.).

3. ODRŽIVI TURIZAM ZA ODRŽIVOST DUGOG OTOKA

Jedna od vodećih razvojnih teorija s kraja XX. stoljeća je teorija održivosti. Očigledan rastući nesrazmjer između raspoloživih resursa s jedne strane, i rastućih ljudski potreba s druge strane, doveo je do prihvaćanja paradigme održivosti kao plauzibilnog sustava promišljanja i planiranja ne samo u turizmu, već u svim socioekonomskim poljima i granama. Kako je to još davnih dana lijepo iskazao Dragutin Alfier kazavši da „ni na jednom području nije tako važno načelo koordinacije na svim razinama odlučivanja i praktičnog rada kao na području turizma“¹¹, sve je jasnije da se planiranje održivog turističkog razvoja u cijelosti uklapa u politiku održivog života na Dugom otoku. Planiranje i usvajanje strategije održivog turističkog razvoja tako postaje *conditio sine qua non*, cjelovitoj politici očuvanja izvornosti življenja i gospodarenja na otoku. Posebice iz razloga što je geomorfološka struktura otoka izrazito posebna po svom sadržaju i strukturi, a *turistički resurs je prirodna i socioekonomska sastavnica određenog prostora koja ili privlači turiste ili osigurava infrastrukturu potrebnu za kreiranje zadovoljavajućeg turističkog iskustva*. Ovdje je potrebno istaknuti kako autori smatraju da resursi nisu statične datosti određenog prostora u određenom vremenu, već predstavljaju fluidan skup biotropnih i antropogenih elemenata koji u značajnoj mjeri ovise o ljudskim potrebama, interesima i aktivnostima. Relativno ograničeni resursi Dugog otoka još više naglašavaju potrebu za sustavnim strateškim planiranjem održivog gospodarskog razvoja. Ante Dulčić o tome kaže:

¹¹ Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O., Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb 2011., str. 409

„Strateško planiranje je proces pripreme kratkoročnih i dugoročnih strategija koje mogu dosegnuti poslovne i korporativne ciljeve. Strateško planiranje definiše svrhu i smjer za sve operativne aktivnosti, a od sudionika zahtijeva postizanje konsenzusa o srednjoročnim i dugoročnim ciljevima“¹². Većina autora ističe kako paradigma održivog turističkog razvoja mora zadovoljiti načela ekološke, sociokulturoške i ekonomske održivosti¹³, uz praćenje globalnih kretanja unutar turističkog sustava. Ispunjenje svih zahtjeva održivog turističkog razvoja nije moguće očekivati bez odgovarajućeg menadžmenta. O turističkom menadžmentu Victor T.C. Middleton kaže „da se može definirati kao strategije i akcijski programi koji koriste i koordiniraju raspoloživim tehnikama (resursima op.a.) s namjerom kontroliranja i utjecanja na turističku ponudu i potražnju s ciljem postizanja planiranih rezultata za lokalnu destinaciju“¹⁴. Menadžment u turizmu Dugog otoka važan je element održivosti te osigurava, ukoliko je efikasan i kvalitetan, model za upravljanje svim pratećim i/ili komplementarnim gospodarskim segmentima. Ovdje je potrebno istaknuti kako kontrola nad turističkim razvojnim strategijama treba ostati, barem jednim većim dijelom, u rukama lokalnog autohtonog stanovništva. Kako ističe Victor Middleton, postoji nekoliko kontrolnih faktora koji stoje na raspolaganju otočanima s ciljem zadržavanja „kontrolnog paketa“ unutar razvojnih politika koje se odnose na otok: „(1) prostorni razvojni planovi (reaktivni i proaktivni), (2) propisi koji kontroliraju izgradnju (reaktivni i proaktivni), (3) osiguranje infrastrukture (posebno pristupa određenom prostoru), (4) investicijski poticaji uz fiskalnu kontrolu i prateće propise, (5) utjecaj na potražnju“¹⁵. Dugi otok kao izuzetno atraktivan prostor za investicije u razvoj turističkih potencijala nije moguće zaštititi bez odgovarajućeg sustava destinacijskog menadžmenta. Operativno se destinacijski menadžment može definirati kao *složena poslovna aktivnost koja koordinira i usklađuje aktivnosti različitih javnih i privatnih subjekata (dionika) s ciljem kreiranja turističkih proizvoda, usluga i iskustava (doživljaja) koji će omogućiti postizanje optimalnih socioekonomskih učinaka za lokalnu zajednicu te održive konkurentne prednosti na regionalnom i globalnom turističkom tržištu*. Autori smatraju da je jedna krovna destinacijska menadžment agencija na Dugom otoku dovoljna za osiguranje održivog turističkog razvoja uz maksimalnu kontrolu investicijskih aktivnosti. Aktualni sociodemografski pokazatelji govore u prilog ideji o organizaciji turističkog upravljanja otokom koji bi počivao na jednoj agenciji za destinacijski menadžment te lokalnim (mjesnim) ispostavama koje bi bile razmještene na

¹² Dulčić A., prema Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O., Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav, Školska knjiga, Zagreb 2011., str. 414

¹³ ibid., str. 416

¹⁴ Middleton V.T.C., 1994., prema Middleton V.T.C., Sustainable Tourism – A Marketing Perspective, Butterworth-Heinemann, Oxford 1998., str. 84

¹⁵ ibid., str. 94

strateški biranim otočnim lokacijama. To bi mogao biti kvalitativan pomak u smjeru razvoja i održanja konkurentnosti i atraktivnosti Dugog otoka. *Konkurentnost destinacije je sposobnost kontinuiranog povećavanja turističke potrošnje uz kreiranje zadovoljavajućeg memorabilnog iskustva kod turista i posjetitelja na osnovu ponuđenih proizvoda i usluga te konstantno obogaćivanje kvalitete života lokalnog stanovništva.* Kao otok s ograničenim ali autohtonim i osobito vrijednim socioekonomskim potencijalima, Dugi otok bi mogao postati primjer uspjeha u kreiranju strategije održivog gospodarenja s prirodnim i kreiranim resursima. Međutim, potrebno je nadvladati određene barijere koje ne samo da usporavaju već i onemogućavaju prihvaćanje održive turističke razvojne politike na Dugom otoku. Ne samo na otoku već i općenito, brojni znanstvenici upozoravaju na određene poteškoće koje se javljaju prilikom implementacije paradigme održivosti. Tako Harry Coccossis i Peter Nijkamp ističu sljedeće barijere koje mogu sprečavati implementaciju strategije održivog turističkog razvoja:

Organizacijske i političke barijere – različite interesne skupine i političke opcije mogu značajno usporiti prihvaćanje i implementaciju strategije održivog turističkog razvoja. Otpor lokalnih političkih stranaka utemeljen na očuvanje ili dobijanje političkih poena te partikularnih interesa političkih lidera može dovesti do kreiranja političkog otpora održivom turističkom razvoju.

Društvene barijere – koje proizlaze iz manjka obrazovanja i kvalitetnog informiranja o pozitivnim aspektima održivog turističkog razvoja. Nepovoljna demografska struktura stanovnika na određenom području može nepovoljno djelovati prema prihvaćanju strategije održivog gospodarenja prostorom. Stav lokalnog stanovništva prema ograničavanju ekscesivnog turističkog razvoja koji u relativno kratkom vremenskom periodu može pokazati određene ekonomske rezultate, jedan je od ograničavajućih faktora održivom turističkom razvoju.

Ekološke barijere – koje se mogu pokazati bitnima za prihvaćanje kako strategije održivog turističkog razvoja tako i bilo kakvog turističkog razvoja uopće. Bez sustavnog praćenja učinaka turističkog razvoja na prirodu, prirodnu ambijentalnost određenog biotropnog pokrova na određenom prostoru, utjecaja turističkog razvoja na kulturu i društveni život lokalnog stanovništva te utjecaja turističkih kretanja na očuvanje autohtone tradicije, nije moguć ekološki prihvatljiv razvoj turizma.

Financijske barijere – koje se očituju ili u manjku financijski sredstava za turistički i općenito gospodarski razvoj na određenom području, ili u nedostatku interesa u privlačenju vanjskih (stranih) interesnih skupina i organizacija s ciljem povećanja ulaganja u turistički razvoj destinacije. Politika selektivnog ulaganja u manje i srednje projekte s jedne strane, te manje i

srednje poduzetnike s druge strane, također može predstavljati barijeru te obeshrabruti značajne, ali možda špekulativne investitore u razvoj turizma na određenom prostoru.¹⁶

Odsustvo ili nedovoljan broj visokoobrazovanih kadrova u turizmu svakako predstavlja značajnu barijeru u razvoju i prihvaćanju paradigme održivosti. Kako je to lijepo iskazao W.F. Theobald: „Interes poduzetnika u turizmu za održivi turistički razvoj je sasvim logičan jer se ovdje radi o industriji koja prodaje okruženje (prostor op.a.), bilo fizičko bilo ljudsko, kao svoj proizvod“.¹⁷ Faulkner je prilično detaljno sintetizirao različite komponente održivog turističkog razvoja, ističući da je održivi turistički razvoj onaj koji:

Čuva i unapređuje prirodne i kulturne resurse određene destinacije

Čuva i unapređuje kvalitetu života lokalnog stanovništva te životnih mogućnosti

Zadovoljava potrebe i očekivanja turističkog tržišta

Je ekonomski održiv te osigurava povrat investicija onima koji investiraju u turizam

Postiže jednakost u raspodjeli troškova i koristi između različitih segmenata lokalne zajednice te između sadašnjih i budućih generacija. Ovo znači da se učinci održivog turističkog razvoja razmatraju na osnovu dugoročne razvojne politike te omogućuju inter i intra generacijsku jednakost.¹⁸

Svakako je ovdje uputno navesti kako „Destinacije nose u sebi potencijalno sjeme njihovog unutarnjeg razdora, ukoliko dozvole vlastitu komercijalizaciju i izgube svoje odlike koje su u startu privlačile turiste“.¹⁹ Dosegnuti stupanj razvijenosti određenog prostora, u ovom slučaju Dugog otoka, uvelike određuje s koje pozicije će se eventualne razvojne strategije pokrenuti prema daljnjem razvoju turističkog gospodarstva, te mijenjanja okruženja. Ukoliko tehnološki, kulturološki, spoznajni i vrijednosno-moralni stupanj razvoja nije dosegnuo nivo kojeg ima šire okruženje – regionalno, nacionalno ili globalno – tada ne možemo smatrati da će se paradigma održivog turističkog razvoja skladno uklopiti u postojeću socioekonomsku scenu. Iako je to lijepo izrazio Weaver kazavši da „u biti, održivi turistički razvoj uključuje minimizaciju negativnih učinaka i maksimalizaciju pozitivnih učinaka“²⁰, to ni na koji način ne predstavlja dovoljno polazište za održivu razvojnu i investicijsku strategiju. Jedna je stvar na teoretskoj razini raspravljati i argumentirati pozitivne aspekte održivog turističkog razvoja, dok je sasvim druga stvar implementirati održivu razvojnu

¹⁶ Coccossis H., Nijkamp P., Sustainable Tourism Development, Hants, Ashgate 1998., str. 180-182

¹⁷ Theobald W.F., Global Tourism, London, Elsevier 2005., str. 168

¹⁸ Faulkner, 2001., prema Theobald W.F., Global Tourism, London, Elsevier 2005., str. 176

¹⁹ Plog, 1974., prema Theobald W.F., Global Tourism, London, Elsevier 2005., str. 252

²⁰ Weaver D., Sustainable Tourism, Elsevier, London 2006., str. 10

strategiju u konkretne razvojne planove, projekte i investicije. Upravo u zaokretu prema održivom investiranju u turističke potencijale (postojeće i moguće) leži sva težina prihvaćanja paradigme održivosti. Isto tako je osobito važno da se održivi turistički razvoj može fluidno integrirati u postojeće ekonomske planove i razvojne strategije. O tome McKercher kaže: „Da bi se održivi turistički razvoj dogodio, potrebno je da on bude čvrsto integriran sa svim ostalim (socioekonomskim op.a.) aktivnostima koje postoje u regiji (destinaciji op.a.)“.²¹ Samo kroz prihvaćanje ideje komplementarnosti između postojećih i mogućih gospodarskih aktivnosti na Dugom otoku, moguće je zadržati atraktivni potencijal na turističkom tržištu. Turisti XXI. stoljeća nisu nekakvo humanoidno stado koje se kreće od jedne do druge destinacije bez ideje ili jednostavno vođeni marketinškim aktivnostima organizatora putovanja. Bez implementacije spoznaja u segmentu kreativne ekonomije te njenih sastavnica ekonomije znanja i ekonomije iskustva, bez uspostavljanja kreativne sinergije između kulturno-povijesnog nasljeđa, tehnologije, ekonomije i kreativnog duha inventivnih pojedinaca, nije moguće napraviti zaokret u održivo ekonomsko gospodarenje raspoloživim resursima. Sposobnost pretvaranja ideja i zamisli u konkretne poduzetničke inicijative koje će onda dovesti do investicija u turistički razvoj Dugog otoka, temelj je otočke poduzetničke kompetencije. Inventivni poduzetnici u suradnji s lokalnom upravom mogu i dalje razvijati, unutar emitivnih turističkih regija, ono što se može nazvati glad i žeđ za prirodnom i kulturološkom autentičnošću destinacije koja tada postaje prepoznati prostor izuzetne turističke valorizacije. Morfologija turističke motivacije na početku XXI. stoljeća, sve više i više ide u pravcu heterogenosti čiju složenost uvjetuju brojni psihološki (unutarnji) i sociokulturološki (vanjski) motivatori u svojoj interkaciji. Na stanovništvu je Dugog otoka, prepoznati i prihvatiti strategiju održivog turističkog razvoja kroz koju će se zasigurno kreirati onaj traženi buket proizvoda, usluga i doživljaja koji će predstavljati dodanu vrijednost postojećoj turističkoj infrastrukturi.

4. REZULTATI I ANALIZA ISTRAŽIVANJA

Kako bi se što vjerodostojnije utvrdilo trenutno stanje turizma na Dugom otoku, te percepcija njegovih aktera, receptivne zajednice i njezinih gostiju, provedena su dva odvojena istraživanja, odnosno metode ankete, jedna s lokalnim stanovništvom, a druga s turistima.

²¹ McKercher 1993., prema Harris R., Griffin T., Williams P., *Sustainable Tourism: A Global Perspective*, Butterworth-Heinemann, Oxford 2002., str. 6

4.1. ISTRAŽIVANJE STAVOVA LOKALNOG STANOVNIŠTVA DUGOG OTOKA

4.1.1. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Istraživanje je provedeno u vremenskom razdoblju od početka lipnja do sredine rujna 2011. godine. U istraživanju se koristila metoda ankete kojom se je nastojala utvrditi percepcija stalnih i povremenih stanovnika Dugog otoka o turizmu otoka. Anketni upitnik sastojao se od 12 glavnih pitanja zatvorenog tipa. Ispitivanje je provedeno na stratificiranom slučajnom uzorku od 161 ispitanika²² kojima su podijeljeni anketni upitnici na samostalno ispunjavanje. Stratifikacija uzorka je provedena prema mjestu (stalnog ili povremenog) boravka ispitanika, odnosno broj ispitanika određenog mjesta na Dugom otoku približno je razmjernan udjelu tog obilježja u ukupnoj populaciji, pa je sukladno tome najviše ispitanika iz mjesta Sali.

Tablica 1. Sociodemografske karakteristike ispitanika

	Broj ispitanika	Postotak
Spol ispitanika:		
Muški	82	50,93
Ženski	78	48,45
Nepoznato	1	0,62
<i>Ukupno:</i>	161	100
Dob ispitanika:		
15 – 25	35	21,74
26 – 35	21	13,04
36 – 45	30	18,63
46 – 55	32	19,88
56 – 65	24	14,91
66 – 78	11	6,83
Nepoznato	8	4,97
<i>Ukupno:</i>	161	100
Obrazovanje ispitanika:		
Osnovno	13	8,08
Srednje	97	60,25
Više, visoko, magisterij	47	29,19
Doktorat	1	0,62
Nepoznato	3	1,86
<i>Ukupno:</i>	161	100

Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 73-74.

²² Kako bi uzorak bio reprezentativan, vodilo se računa da u istraživanju sudjeluje oko 10% ispitanika u odnosu na ukupan broj stanovnika Dugog otoka.

Tablica 2. Prosječni broj mjeseci boravka ispitanika tijekom godine na Dugom otoku

Broj mjeseci	Broj ispitanika	Postotak
12	67	41,61
10 -11	8	4,97
8 -9	7	4,35
6-7	14	8,70
4-5	21	13,04
3 i manje od 3 mjeseca.	39	24,22
Nepoznato:	5	3,11
<i>Ukupno:</i>	161	100

Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 74.

Podjednako je ispitano muškaraca (50,93%) i žena (48,45%). Od šest dobni skupina koje su sudjelovale u istraživanju, najviše ispitanika je u skupini od 15 do 25 godina (21,74%), a zatim onih od 46 do 55 godina (19,88%) te od 36 do 45 god. (18,63%).

Najveći dio ispitanika (41,6%) živi tijekom cijele godine na Dugom otoku, 18% većinu godine (od 6 do 11 mjeseci), a ostali ispitanici (37,3%) borave na istom manje od pola godine. U istraživanje je pored stalnih stanovnika uključeno i povremeno stanovništvo da bi se izbjegao preveliki udio kasne dobi ispitanika zbog loše demografske slike, ali i zbog toga što je povremeno stanovništvo, pogotovo ono koje živi u bliskoj okolici, vezano za Dugi otok u različitim segmentima života, te također o njima i njihovim postupcima ovisi i sama budućnost Dugog otoka.

4.1.2. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

4.1.2.1. Mogućnosti i atrakcije za budući razvoj turizma

Kod pitanja: *Što su po vašem mišljenju glavne prednosti turizma na Dugom otoku?*, ispitanici su mogli odabrati maksimalno tri prednosti, pa je konačno evidentirano 437 opredjeljenja:

Tablica 3. Mogućnosti i atrakcije za budući razvoj turizma

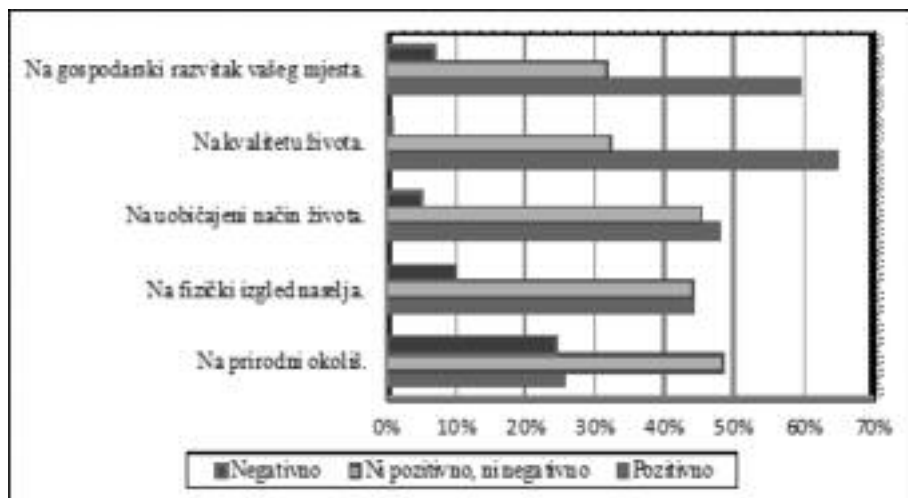
RANG	PREDNOSTI	Broj	Postotak
1.	Lijep i očuvan prirodan krajolik	133	30,4
2.	Posebnost ambijenta, mala mjesta koja su sačuvala svoju autohtonost.	94	21,5
3.	Lijepa plaže.	50	11,4
4.	Postojanje Parka prirode "Telašćica".	44	10,1
5.	Sigurnost.	32	7,3
6.	Ljetne fešte.	28	6,4
7.	Gostoljubivost lokalnog stanovništva.	24	5,5
8.	Kulturne znamenitosti (crkve, arheološki lokaliteti, spomenici...).	18	4,1
9.	Gastronomska ponuda (nacionalna kuhinja).	14	3,2
	<i>Ukupno:</i>	437	100

Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 75.

Ispitanici su prepoznali važnost prirodnog sačuvanog ambijenta budući da je *lijep i očuvan prirodan krajolik* rangiran na prvom mjestu, kao glavna prednost dugootočkog turizma. Zatim slijedi, na drugom mjestu, *posebnost ambijenta, mala mjesta koja su sačuvala svoju autohtonost*, čime se potvrđuje važnost očuvanja tipičnog otočkog ambijenta prilikom budućih izgradnji. Visok rang ima imaju i *lijepa plaže* i *postojanje Parka prirode „Telašćica“*. Unatoč bogatoj kulturnoj baštini, ispitanici su se najmanje opredijelili za *kulturne znamenitosti*, kao i za *gastronomsku ponudu*, koja je najlošije rangirana.

4.1.2.2. Utjecaj turizma na okolinu i život lokalnog stanovništva

Visok udio pozitivnih ocjena zabilježen je kod utjecaja turizma na *kvalitetu života* (64,6%) te *gospodarski razvitak vašeg mjesta* (59,6%). Približno isti postotak ispitanika dijeli pozitivno i negativno mišljenje naspram utjecaja turizma na prirodni okoliš, što pokazuje određenu svjesnost da turizam osim pozitivnih donosi i negativne posljedice. Međutim, velik postotak (48,4%) nema određeno mišljenje o ovom problemu. To je vjerojatno posljedica toga što turizam na Dugom otoku još uvijek nije napravio neke veće intervencije u prostoru, pa ispitanici turizam ne osjećaju kao neku veliku prijetnju za okolni prirodni ambijent.

Graf 1. Procjena utjecaja turizma na okolinu i život lokalnog stanovništva

Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 78.

Zanimljivo je da 47,8% ispitanika smatra da turizam ima pozitivan utjecaj na *uobičajeni način života*, a samo 5% negativan, što se također može objasniti time da turizam na ovome otoku još uvijek nije stvorio široke razmjere masovnosti, te da još uvijek nema nekih većih nepoželjnih posljedica na uobičajeni život stanovništva.

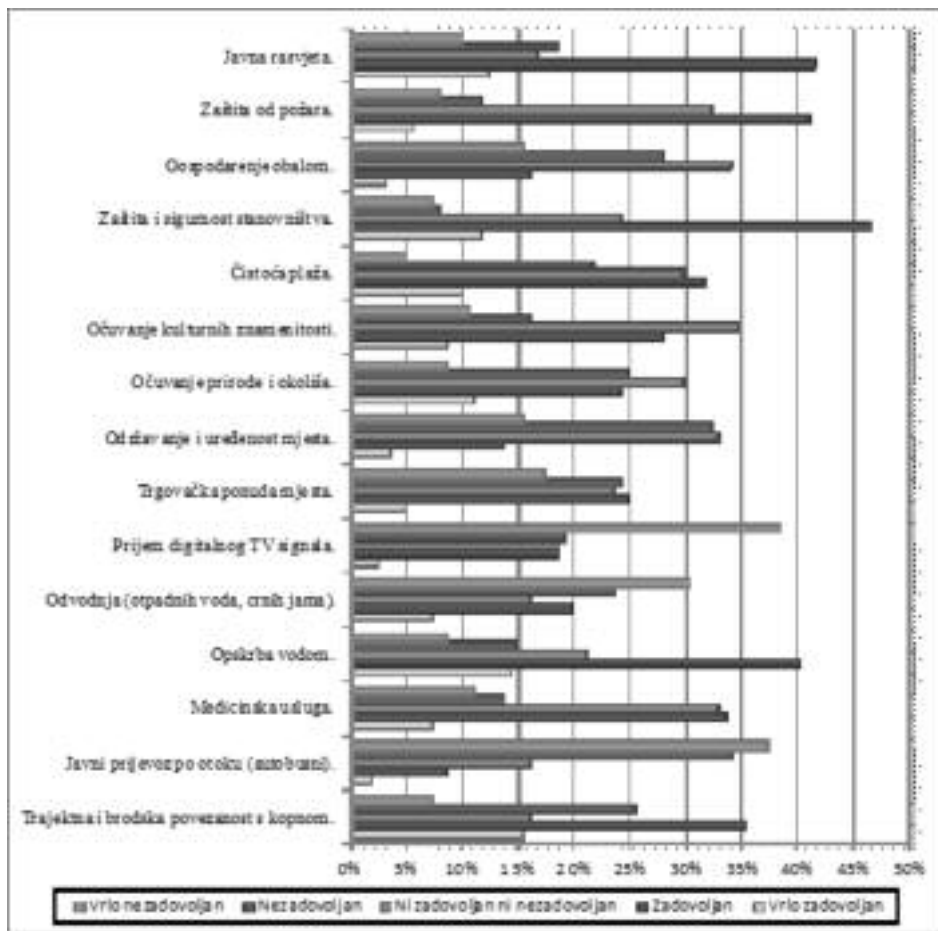
Ovdje se vidi da su ispitanici prepoznali turizam kao nositelja gospodarskog razvitka i bolje kvalitete života, ali su najoprezniji kad se govori o utjecaju turizma na prirodni okoliš.

4.1.2.3. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva uvjetima življenja na Dugom otoku

Kod pitanja gdje se ispitivalo *zadovoljstvo određenim elementima vezanim za Dugi otok*, varijabla zadovoljstva mjerena je s ukupno 15 indikatora i svaki je ocjenjivan u rasponu od *vrlo nezadovoljan* do *vrlo zadovoljan*. Najveće nezadovoljstvo (71,5%) primijećeno je kod *javnog prijevoza (autobusni)*, gdje se čak 37,3% ispitanika izjasnilo da je vrlo nezadovoljno, a 34,2% da je nezadovoljno. Zatim slijedi nezadovoljstvo *prijemom digitalnog signala* od 57,8% (38,5% vrlo nezadovoljno i 19,3% nezadovoljno), te nezadovoljstvo *odvodnjom (otpadnih voda, crnih jama)* od 54% (30,4% vrlo nezadovoljno, a 23,6% nezadovoljno). Ispitanici su u najvećem postotku od 58,4% (11,8% vrlo zadovoljno; 46,6% zadovoljno) iskazali zadovoljstvo postojećom *zaštitom i sigurnošću stanovništva*. Zanimljivo je da je velik dio ispitanika (54,7%) iskazao zadovoljstvo sustavom *opskrbe vode* (14,3%

vrlo zadovoljno; 40,4% zadovoljno), unatoč činjenici da Dugi otok nije priključen na kopneni sustav vodovoda.²³ Prema *trajektnoj i brodskoj povezanosti s kopnom*, što je vrlo bitan element za jedan otok, ukupno 50,9% ispitanika iskazalo je zadovoljstvo (15,5% vrlo zadovoljno; 35,4% zadovoljno), dok 33% još uvijek nije zadovoljno (7,5% vrlo nezadovoljno; 25,5% nezadovoljno).

Graf 2. Zadovoljstvo lokalnog stanovništva uvjetima življenja na Dugom otoku



Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 80.

Budući da je svaki indikator zadovoljstva ocjenjivan u rasponu od 1 do 5 (*vrlo nezadovoljan, nezadovoljan, ni zadovoljan ni nezadovoljan, zadovoljan, vrlo zadovoljan*), distribucija prosječnih rezultata kod ovog pitanja izgleda ovako:

²³ Najzadovoljniji su *opškrbom vode* ispitanici iz Zaglava (81,3%, od čega je 25% vrlo zadovoljno i 56,3% zadovoljno), Sali (76,2%, od čega je 28,6% vrlo zadovoljno i 47,6% zadovoljno) i Zmana (75%, od čega je 25% vrlo zadovoljno i 50% zadovoljno), što nije iznenađujuće budući da ovaj dio otoka ima nešto bolje riješeni sustav opskrbe vode.

Tablica 4. Indikatori zadovoljstva: distribucija prosječnih rezultata

	INDIKATORI ZADOVOLJSTVA	Prosječna ocjena
1.	Zaštita i sigurnost stanovništva.	3,48
2.	Opskrba vodom.	3,37
3.	Javna rasvjeta.	3,28
4.	Trajektna i brodska povezanost s kopnom.	3,26
5.	Zaštita od požara.	3,25
6.	Čistoća plaža.	3,20
7.	Medicinska usluga.	3,13
8.	Očuvanje kulturnih znamenitosti.	3,08
9.	Očuvanje prirode i okoliša.	3,04
10.	Trgovačka ponuda mjesta.	2,70
11.	Gospodarenje obalom.	2,62
12.	Održavanje i uređenost mjesta.	2,57
13.	Odvodnja (otpadnih voda, crnih jama).	2,49
14.	Prijem digitalnog TV signala.	2,25
15.	Javni prijevoz po otoku (autobusni).	2,02

Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 81.

Iznenadjujuće visoko zadovoljstvo opskrbom vode vjerojatno je posljedica poboljšanja načina opskrbe vode prethodnih godina kada se krenulo s projektom opskrbe vode sa žmanskih jezera, kao i znatno bolje organizacije opskrbe vode nego što je to bilo ranije.

Prema prosječnim ocjenama *trgovačka ponuda mjesta*, *te održavanje i uređenost mjesta*, *odvodnja*, *prijem digitalnog signala* i posebice *javni prijevoz (autobusni)* nisu zadovoljavajući, te bi na tim problemima trebalo posebno poraditi. Nezadovoljstvo javnim prijevozom nije iznenadjujuće budući da se javni cestovni promet na Dugom otoku odvija se sa zastarjelim autobusima čije je red vožnje prilagođen pomorskom prometu, što znači da mimo trajektnih i brodskih linija praktički nema javnog prijevoza po otoku.²⁴ Sudeći prema niskoj ocjeni za

²⁴ Trajektna linija Zadar-Brbinj povezana je s autobusnom linijom koja putnike prevozi do ostalih naselja na sjeverozapadnom dijelu otoka (Brbinj-Savar-Dragove-Božava-Soline-Veli Rat), dok je brzobrodsko i brodska linija Zadar-Sali-Zaglav povezana s autobusnom linijom koja putnike prevozi do ostalih naselja na jugoistočnom dijelu otoka (Luke i Žmana). Do nedavno nije postojao javni cestovni promet između sjeverozapadnog i jugoistočnog dijela otoka, ali danas prometuje autobusna linija tri puta tjedno. Ovakav javni prijevoz nije adekvatan ni za potrebe domicilnog stanovništva, ali ni za potrebe gostiju koji Dugi otok posjećuju bez osobnog automobila.

gospodarenje obalom očito je da i ovo pitanje zabrinjava stanovništvo Dugog otoka. Ovi, kao i svi ostali indikatori zadovoljstva navedeni u *Tablici 4* utječu na kvalitetu života stanovništva, ali ujedno i na kvalitetu boravka turista, a za kvalitetnu turističku destinaciju potrebno je znatno više.

4.1.2.4. Mogućnosti razvoja turizma

Na pitanje: *Koja vam se od tri mogućnosti razvoja turizma na Dugom otoku čini najboljom?*, od tri ponuđena odgovora, ispitanici su se u najvećem postotku (72,7%) opredijelili za odgovor: *Rast broja turista do neke određene razine, razvoj turizma u skladu s prirodom, nenarušavanje krajolika i identiteta mjesta*, čime su potvrdili da je većina lokalnog stanovništva za opciju razvoja turizma na načelima održivosti. Dio ispitanika, od 11,8%, ima mišljenje da je najbolja mogućnost razvoja turizma za Dugi otok: *Mnogo veći broj turista, velik broj hotela i apartmana, mnogo novih turističkih sadržaja*, što je opcija klasičnog masovnog turizma. Samo 6,8% ispitanika odabralo je odgovor: *Turizam bez pomaka u bilo kojem smjeru, ovako je dobro*, čime su se opredijelili za stagnaciju na području turizma.

Značajno je da svi ostali, osim ovih 6,8% ispitanika kojima odgovara postojeće stanje, žele promjene u razvoju turizma na Dugom otoku. Jedan mali dio želi masovni razvoj, ali većina ipak priželjkuje održivi turistički razvoj.

4.1.2.5. Percepcija lokalnog stanovništva o mogućnostima izgradnje kapaciteta povezanih s turizmom

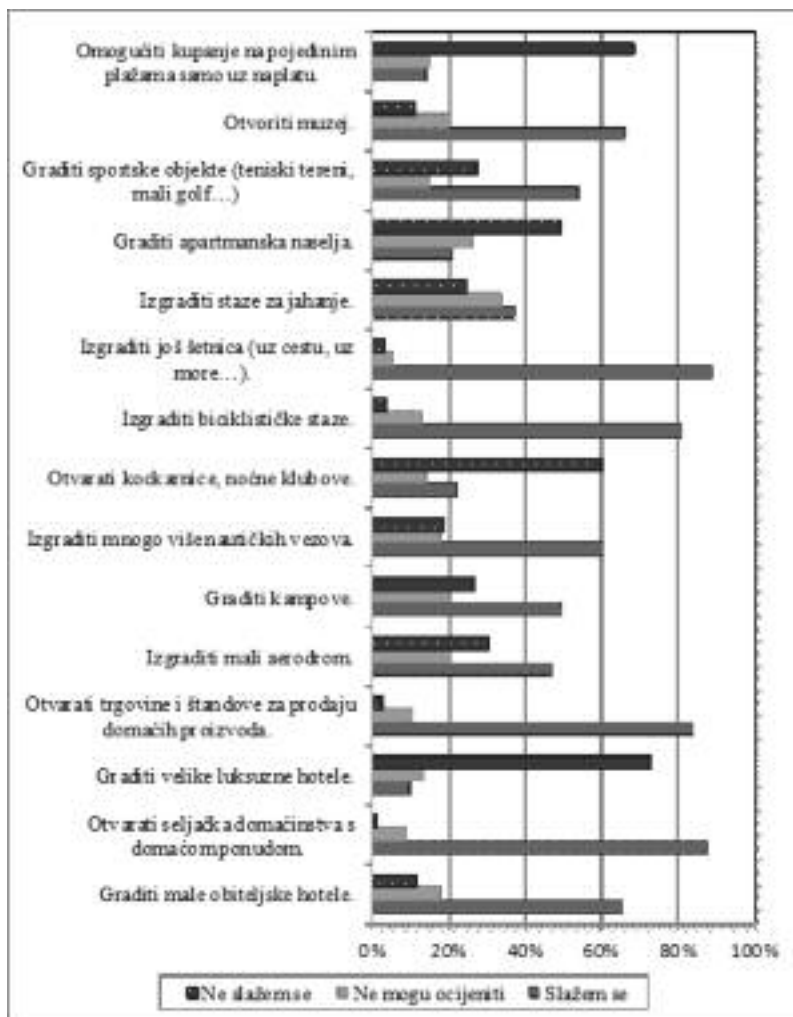
Ispitanici se u najvećoj mjeri slažu da bi na Dugom otoku u budućnosti trebalo *otvarati seljačka domaćinstva s domaćom ponudom* (u postotku od 88,2%, a samo 0,6% posto se ne slaže), *izgraditi još šetnica* (88,8% se slaže, a samo 3,1% se ne slaže), *otvarati trgovine i štandove za prodaju domaćih proizvoda* (84,5% se slaže, a samo 2,5% se ne slaže), *te izgraditi biciklističke staze* u postotku od 81,4% (samo 3,7% se ne slaže). Više od polovice ispitanika ima mišljenje da na Dugom otoku treba *graditi male obiteljske hotele* (65% se slaže, a 11,80% se ne slaže), kao i *otvoriti muzej* (66,46% se slaže, a 11,18% se ne slaže), *te izgraditi mnogo više nautičkih vezova* (60,87% se slaže, a 18,63% se ne slaže).²⁵

Najveće protivljenje ispitanika zabilježeno je prema *izgradnji velikih luksuznih hotela* (72,7% ne slažem se; 9,94% slažem se), *kupanja na pojedanim*

²⁵ Na pitanju o izgradnji nautičkih vezova primijećena je znatna razlika u stavovima kod ispitanika iz Brbinja, Velog Rata i Savra u odnosu na ispitanike iz ostalih mjesta na Dugom otoku. Ispitanici iz ovih mjesta u najvećem postotku se ne slažu sa izgradnjom novih nautičkih vezova. Ovakvo stajalište kod ispitanika iz Brbinja i Velog Rata vjerojatno je izazvano činjenicom da u njihovim mjestima već postoji popriličan broj nautičkih vezova, posebice na području Velog Rata gdje se uz najveći broj sidrišta na otoku nalazi i tzv. marina. Ispitanici iz ostalih mjesta na ovo pitanje izjašnjavali su se u rasponu od 54%, pa čak do 100% sa odgovorom *slažem se*.

plažama samo uz naplatu (68,3% ne slažem se; 14,3 slažem se), te otvaranja kockarnica, noćnih klubova (60,3% ne slažem se; 22,4% slažem se). Postotak od 49,1% ne slaže se ni s izgradnjom apartmanskih naselja (21,2% se slaže, dok čak 26,7% ne može ocijeniti). Ispitanici iz Dragova, Solina i Velog Rata u podjednakom su se postotku izjasnili za i protiv naplate kupanja na pojedinim plažama,²⁶ dok su ispitanici iz ostalih mjesta u znatno višem postotku izrazili neslaganje naplatom ulaska na pojedine plaže.

Graf 3. Stav o mogućnostima izgradnje kapaciteta povezanih s turizmom



Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 83.

²⁶ Dragove – 40% slažem se, 40% ne slažem se; Soline – 37,5% slažem se, 37,5% ne slažem se; Veli Rat – 40% slažem se, 40% ne slažem se. Budući da se na području Velog Rata, Solina i Dragova nalaze najatraktivnije plaže na Dugom otoku, ovakvi odgovori, iako njihovi razlozi mogu biti različiti, nisu iznenađujući.

4.2. ISTRAŽIVANJE STAVOVA TURISTA

4.2.1. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Istraživanje je provedeno u vremenskom razdoblju od početka lipnja do kraja rujna 2011. godine na području Dugog otoka. U istraživanju je korišten anketni upitnik s 8 glavnih pitanja zatvorenog tipa. Anketni upitnik je preveden na 5 stranih jezika: engleski, talijanski, češki, njemački i poljski. Ispitivanje je provedeno na stratificiranom slučajnom uzorku od 107 anketiranih turista. Uzorak je obuhvatio 9 zemalja porijekla turista i to u sljedećim postotcima: Hrvatska 11,2%, Italija 20,6%, Slovenija 18,7%, Austrija 15%, Njemačka 12,1%, Češka 11,2%, Slovačka 6,5%, Poljska 3,7% i Švicarska 0,9%. Stratifikacija uzorka provedena je prema strukturi gostiju u Općini Sali 2010.

U istraživanju je sudjelovalo 38,3% muških, te 50,5% ženskih ispitanika u dobi od 14 do 82 godine. Prema dobi, najveći udio ispitanika (36,4%) pripada skupini od 31 do 45 godina. Zatim slijede skupine od 46 do 60 godina u postotku od 34,6% i skupina od 18 do 30 godina s 18,7%. Prema navedenom, nameće se zaključak da Dugi otok najviše posjećuju turisti srednjih godina, od 30 do 60, te u nešto manjoj mjeri mlađa populacija. Gosti stariji od 60 godina sudjelovali su u istraživanju u postotku od 8,4%, što također ukazuje na manju posjećenost turista starije životne dobi.

4.2.2. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

4.2.2.1. Motiv dolaska

Kod pitanja: *Zašto ste se odlučili posjetiti baš Dugi otok?*, ispitanici su mogli odabrati maksimalno 4 motiva dolaska, pa je konačno evidentirano 358 opredjeljenja:

Tablica 5. Motivi dolaska na Dugi otok

RANG	MOTIVI	Broj	Postotak
1.	Odmor i opuštanje.	93	26,0
2.	Prirodne ljepote.	70	19,6
3.	Lijepa plaže.	52	14,5
4.	Posebnost otočnog ambijenta.	39	10,9
5.	Preporuke.	37	10,3

6.	Nova iskustva i doživljaji.	23	6,4
7.	Sport i rekreacija.	11	3,1
8.	Gastronomija.	10	2,8
9.	Povoljne cijene.	6	1,7
10.	Posjet Parku prirode "Telaščica".	6	1,7
11.	Upoznavanje kulturnih znamenitosti.	1	0,3
12.	Zabava na ljetnim feštama.	0	0,0
/	Drugi razlozi	10	2,8
	<i>Ukupno:</i>	358	100

Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 91.

Najveći motiv dolaska na Dugi otok je *odmor i opuštanje* što je u skladu s trendom porasta pasivnog odmora budući da je prema istraživanju TOMAS 2010.²⁷ najveći motiv dolaska gostiju u Hrvatsku također pasivni odmor i opuštanje. Slijedeći značajan motiv dolaska na Dugi otok su *prirodne ljepote i lijepe plaže*, čime se još jedanput potvrđuje potreba za očuvanjem prirodne okoline. Međutim, prema istraživanju TOMAS 2010. *upoznavanje prirodnih ljepota* kao motiv dolaska gostiju u Hrvatsku je rangirano tek na petom mjestu, što je znatno slabiji motiv dolaska u odnosu na Dugi otok.

Visoko rangirana je, na četvrtom mjestu, i *posebnost otočnog ambijenta*. *Preporuke* imaju također znatan utjecaj na motivaciju dolaska na Dugi otok. Zanimljivo je da je *zabava na ljetnim feštama* najlošije rangirana, s niti jednim opredjeljenjem, dok su u prethodnom istraživanju s domicilnim stanovništvom, ljetne fešte bile rangirane ispred gastronomije i kulturnih znamenitosti. Ovdje je *upoznavanje kulturnih znamenitosti* također loše rangirano, sa samo jednim opredjeljenjem. Kulturne znamenitosti su i prema TOMAS 2010. jedan od najlošije rangiranih motiva dolaska u Hrvatsku.

4.2.2.2. Ocjena zadovoljstva elementima turističkog ambijenta

Kako bi se saznala percepcija u odnosu na određene elemente turističkog ambijenta na Dugom otoku ispitanicima je ponuđeno 20 elemenata koje su ocjenjivali u rasponu od 1 do 5 (*vrlo loše, loše, ni dobro ni loše, dobro, vrlo dobro*).

²⁷ Čorak, S., Marušić, Z. i sur., TOMAS ljetno 2010: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj, Institut za turizam, Ministarstvo turizma RH, Zagreb 2011, <http://www.iztztg.hr/UserFiles/File/novosti/Tomas-Ljeto-2010-Prezentacija-HR-CROTOUR-23-03-2011.pdf>. (Pristupljeno 15.9.2011.)

**Tablica 6. Ocjena zadovoljstva elementima turističkog ambijenta:
distribucija prosječnih rezultata**

		Prosječna ocjena
1.	Ljubaznost osoblja u smještajnom objektu.	4,74
2.	Tišina i mir.	4,72
3.	Gostoprimstvo stanovništva.	4,51
4.	Čistoća u turističkim objektima.	4,50
5.	Kvaliteta smještaja.	4,49
6.	Osobna sigurnost.	4,43
7.	Očuvanost prirode.	3,94
8.	Uređenost mjesta.	3,91
9.	Očuvanost autentičnosti naselja.	3,81
10.	Očuvanost kulturnih znamenitosti.	3,78
11.	Trajektna i brodska povezanost s kopnom.	3,70
12.	Informacije o turističkim uslugama i ponudi.	3,67
13.	Čistoća plaža.	3,65
14.	Gastronomska ponuda.	3,63
15.	Prezentacija kulturnih znamenitosti.	3,44
16.	Trgovačka ponuda.	3,19
17.	Bogatstvo ponude domaćih proizvoda.	3,18
18.	Bogatstvo sportskih sadržaja.	2,93
19.	Bogatstvo zabavnih sadržaja.	2,79
20.	Ponuda suvenira.	2,72

Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 94.

Ispitanici su najpozitivnije ocijenili *ljubaznost osoblja u smještajnom objektu i tišinu i mir*. Visoke ocjene, sve iznad četiri, dobili su i *gostoprimstvo stanovništva, čistoća u turističkim objektima, kvaliteta smještaja*²⁸, te *osobna sigurnost*. Iznenađujuće su visoke ocjene za kvalitetu smještaja na koje je vjerojatno utjecao kompletni dojam uz ljubaznost osoblja. Najlošije je ocijenjena *ponuda suvenira, bogatstvo zabavnih i sportskih sadržaja, te bogatstvo ponude domaćih proizvoda i uopće trgovačka ponuda*. Kod *prezentacije kulturnih znamenitosti* znatan dio ispitanika od 21,5%

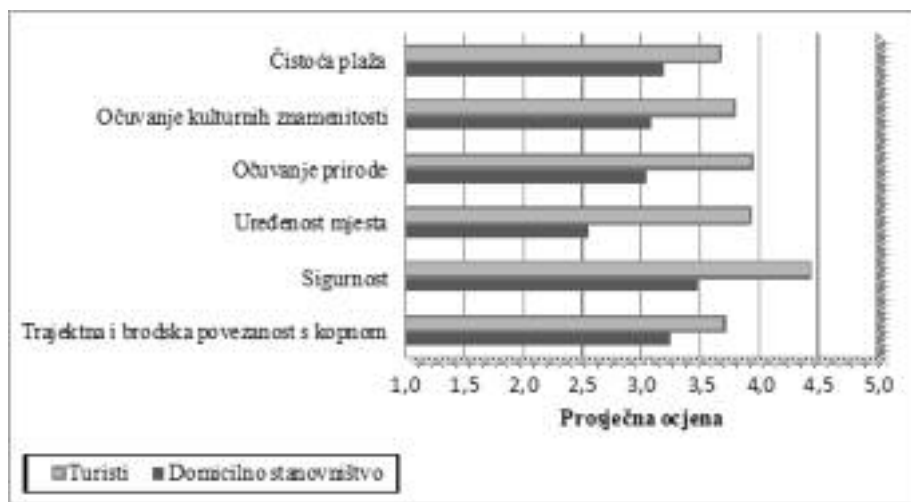
²⁸ Nažalost, rezultati vezani za smještajne objekte nisu reprezentativni za cijeli Dugi otok, više su informativnog tipa, budući da nije postignut odgovarajući obuhvat smještanih objekata.

nije odgovorio na ovo pitanje, kao i kod *očuvanosti kulturnih znamenitosti* gdje 16,8% ispitanika također nisu dali nikakav odgovor. U razgovoru s nekim od ispitanika došlo se do zaključka da je pitanje prezentacije kulturnih znamenitosti pomalo nejasno, a mnogi od njih nisu znali kako bi ocijenili ova dva elementa jer slabo poznaju kulturne znamenitosti Dugog otoka. Iako je udio od 58,9% ispitanika ocijenio *čistoću plaža* pozitivno (24,3% vrlo dobro; 34,6% dobro), ovaj postotak i nije posebno dobar, trebao bi biti znatno veći budući da je kupališni turizam osnova turizma Dugog otoka.

Ako se uspoređuju prosječne ocjene nekih od elemenata turističkog ambijenta između stanovništva Dugog otoka i turista, onda se primjećuje da su gosti bili manje kritični i davali veće prosječne ocjene (Graf 4.). Najveće slaganje između turista i domicilnog stanovništva, odnosno najmanje razlike između njihovih prosječnih ocjena prisutne su kod elemenata: *trajektne i brodske povezanosti s kopnom*, te *čistoćom plaža*.

Dugi otok kao sigurnu destinaciju potvrđuje činjenica da su turisti i stanovništvo Dugog otoka visokim prosječnim ocjenama ocijenili upravo *sigurnost*.

Graf 4. Usporedba prosječnih ocjena turista i domicilnog stanovništva



Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 96.

Najveća razlika u stavovima izražena je kod *uređenosti mjesta* gdje je domicilno stanovništvo dalo znatno manju ocjenu od turista. Gostima su dugootočka mjesta zanimljiva po svojoj autentičnosti i posebnosti ambijenta, pa vjerojatno iz tih razloga manje primjećuju njihove nedostatke. S druge strane, za njegove stanovnike, Dugi otok je mjesto njihova života te je razumljivo da su više kritični i da žele bolje uvjete života i veću brigu o otoku.

4.2.2.3. Aktivnosti u destinaciji

Preko 90% ispitanika se je tijekom svog boravka na Dugom otoku kupalo, plivalo i išlo u šetnje. Velik postotak je posjećivao restorane (86%) i kafiće (77,6%). Između 70% i 55% ispitanika kupilo je neki lokalni proizvod, posjetilo Park prirode „Telašćicu“ i vozilo se brodom. Nešto manje od polovice ispitanika (44,9%) otišlo je u obilazak kulturnih znamenitosti.

Tablica 7. Aktivnosti u destinaciji

	Broj ispitanika	Postotak
Kupanje, plivanje.	102	95,3
Šetnja.	101	94,4
Odlazak u restoran.	92	86,0
Odlazak u kafić.	83	77,6
Kupovanje lokalnih proizvoda.	66	61,7
Posjeta Parku prirode "Telašćica".	64	59,8
Vožnja brodom.	63	58,9
Obilazak kulturnih znamenitosti.	48	44,9
Ribarenje ili podvodni ribolov.	29	27,1
Posjeta lokalnoj fešti.	25	23,4
Kupovanje suvenira.	25	23,4
Trčanje.	21	19,6
Vožnja biciklom.	19	17,8
Igranje tenisa.	10	9,3

Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 97.

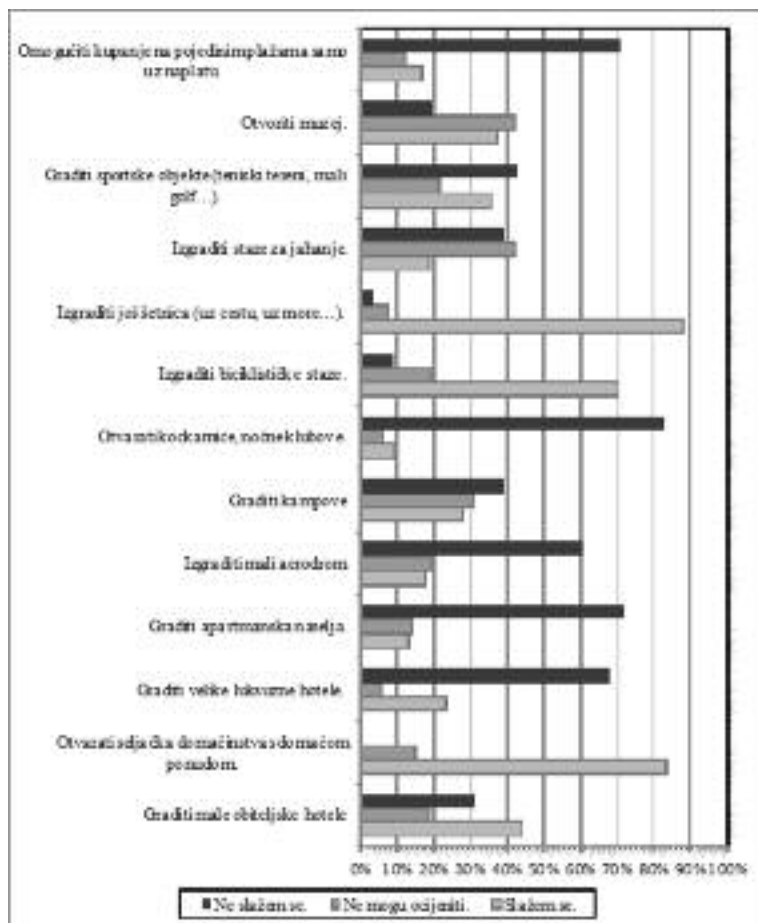
Uspoređujući s rezultatima istraživanja TOMAS 2010., najveće razlike u aktivnostima u destinaciji primjećuju se pri posjetu lokalnoj fešti gdje je na razini Hrvatske postotak između 50% i 70%, a na Dugom otoku znatno niži, samo 23,4%. Iako su lokalne fešte glavna zabavna ponuda Dugog otoka, očito je da su one posjećene u manjoj mjeri turistima, a više lokalnim stanovništvom. Ali, kad se radi o posjetu nacionalnim parkovima (ako se podrazumijeva da su u to uvršteni i parkovi prirode), on na razini Hrvatske iznosi između 30% i 50%, dok je na Dugom otoku posjećenost Parka prirode „Telašćica“ 59,8% prema izjavama ispitanika, što je nešto bolji udio. Iako posjet Parku prirode „Telašćica“ nije naveden kao osobito jak primarni motiv dolaska na Dugi otok, ipak je omiljena destinacija za dnevni obilazak ili boravak većine gostiju.

4.2.2.4. Stav turista o mogućnostima izgradnje kapaciteta povezanih s turizmom

Kako bi se utvrdio stav ispitanika prema budućim aktivnostima na Dugom otoku vezanima za turizam, gostima je postavljeno pitanje: *Smatrate li da bi u budućnosti na Dugom otoku trebalo...*, zatim im je ponuđeno 13 elemenata koje su ocjenjivali u rasponu od 1 do 3 (*ne slažem se, ne mogu ocijeniti, slažem se*).

Najveći broj ispitanika slaže se da bi u budućnosti na Dugom otoku trebalo *otvarati seljačka domaćinstva s domaćom ponudom* (83,25% se slaže; 0% se ne slaže), kao i *izgraditi još šetnica i biciklističke staze*. Udio od 43,9% ispitanika je također suglasan da bi trebalo *graditi male obiteljske hotele* (31,8% ne slaže s time, a 18,7% ne može ocijeniti). 37,4% ispitanika se slaže da bi trebalo *otvoriti muzej* (19,6% se ne slaže, dok čak 42,1% ne može ocijeniti).

Graf 5. Stav turista o mogućnostima izgradnje kapaciteta povezanih s turizmom

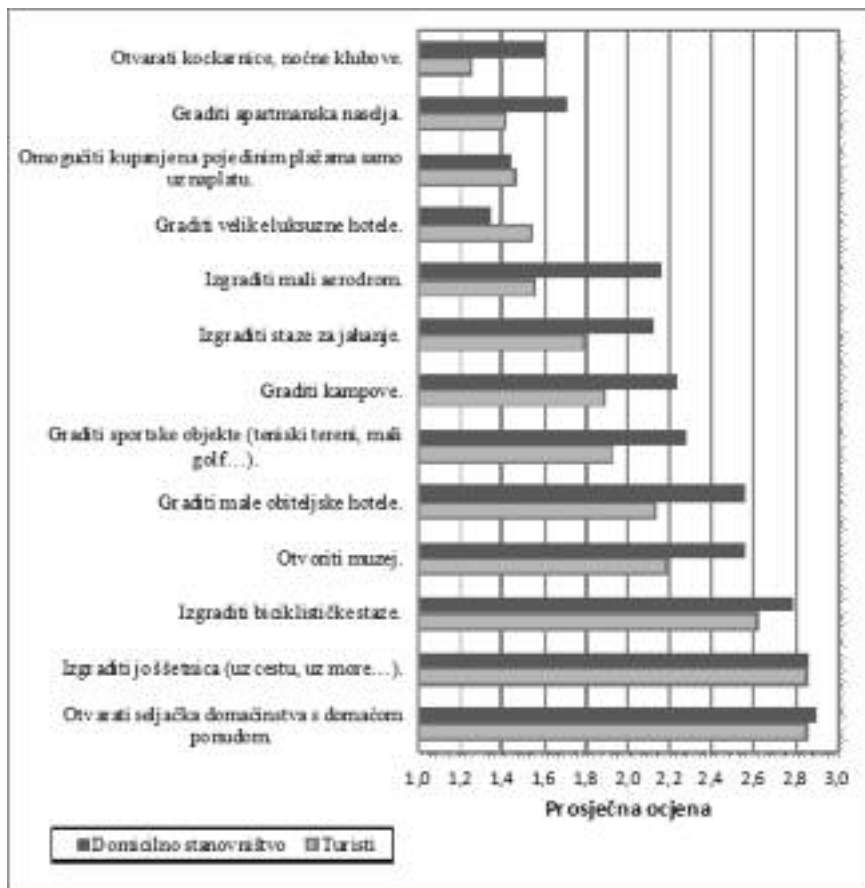


Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 100.

Izrazito veliko protivljenje je zabilježeno prema *otvaranju kockarnica i noćnih klubova* (83,2% je protiv). Velik dio ispitanika se ne slaže ni s izgradnjom *apartmanskih naselja i luksuznih hotela*, kao ni s *naplatom ulaska na pojedinim plažama*. 60,7% ispitanika ne slaže se ni s izgradnjom *malog aerodroma* (17,8% se slaže; 19,6% ne može ocijeniti.). Protiv *gradnje kampova* je 39,3% ispitanika, nasuprot 28% koji su za izgradnju (30,8% ne može ocijeniti). Zanimljivo je da se 43% ispitanika ne slaže s *gradnjom sportskih objekata* (35,5% se slaže; 21,5% ne može ocijeniti). 39,3% ispitanika izjasnilo se protiv izgradnje *staza za jahanje* nasuprot onih 18,7% koji su za, dok velik broj od čak 42,1% ne može ocijeniti.

Kada se usporede ovi podatci s onima dobivenim prethodnim istraživanjem sa stanovništvom Dugog otoka, onda se dobije sljedeći grafički prikaz prosječnih ocjena:

Graf 6. Usporedba prosječnih ocjena domicilnog stanovništva i turista



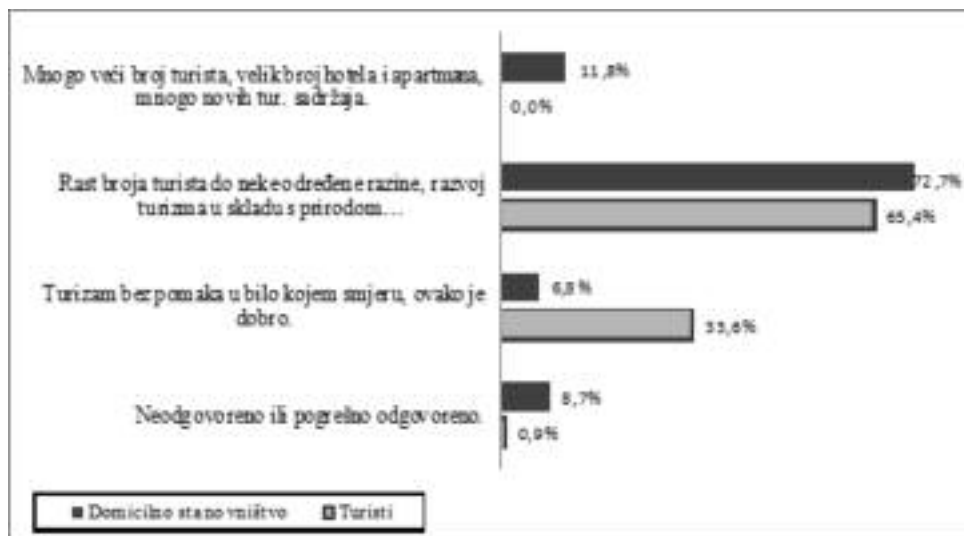
Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 101.

Krivulja prosječnih ocjena domicilnog stanovništva i turista ima sličan nagib, što pokazuje da su im stavovi približno jednaki kod većine elemenata, osim što su kod turista prisutne nešto manje prosječne ocjene. I jedni i drugi, s gotovo identičnim visokim prosječnim ocjenama, slažu se da na Dugom otoku u budućnosti treba otvarati *seljačka domaćinstva s domaćom ponudom*, te izgraditi još *šetnica*. Isto tako, sudeći prema prosječnim ocjenama, na Dugom otoku bi svakako trebalo izgraditi *biciklističke staze*, otvoriti *muzej* i graditi *male obiteljske hotele*.

4.2.2.5. Mogućnosti razvoja turizma

I turisti su, poput domicilnog stanovništva, imali priliku odgovoriti na pitanje: *Koja vam se od tri mogućnosti razvoja turizma na Dugom otoku čini najboljom?* Od tri ponuđena odgovora, gosti su se u najvećem postotku (65,4%) opredijelili za odgovor: *Rast broja turista do neke određene razine, razvoj turizma u skladu s prirodom, nenarušavanje krajolika i identiteta mjesta*, što je ujedno i stav većine domicilnog stanovništva (72,7%).

Graf 7. Mogućnosti razvoja turizma: usporedba rezultata između domicilnog stanovništva i turista



Izvor: Bulić, M., Razvoj turizma na Dugom otoku, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011., str. 102

Niti jedan gost nije odabrao opciju: *Mnogo veći broj turista, velik broj hotela i apartmana, mnogo novih turističkih sadržaja*. 33,6% odabralo je odgovor: *Turizam bez pomaka u bilo kojem smjeru, ovako je dobro*, što je nešto veći postotak u odnosu

na domicilno stanovništvo. Sudeći prema odgovorima, trećina gostiju je zadovoljna postojećim turizmom na Dugom otoku što je značajna činjenica. Ipak, većina razumije da će se turizam na Dugom otoku neminovno razvijati u budućnosti te smatra da bi se taj razvoj trebao kretati na način koji će očuvati postojeće prirodne resurse i otočni identitet.

4.3. EVALUACIJA ISTRAŽIVANJA

Rezultati istraživanja jasno su odredili prirodan krajolik i autohtoni ambijent kao glavne prednosti turizma Dugog otoka, ali i ukazali na mnoge nedostatke poput neuključenosti kulturnih znamenitosti u turističku ponudu, nedovoljne razvijenosti gastronomije, loše trgovačke ponude, nedostatka sportskih i zabavnih sadržaja, te posebice nedostatka ponude domaćih proizvoda. Ocjenom zadovoljstva domicilnog stanovništva o uvjetima življenja na Dugom otoku uočeno je nezadovoljstvo javnim prijevozom po otoku, prijemom digitalnog signala, odvodnjom, gospodarenjem obalom, pa čak i održavanjem i uređenosti mjesta. Turisti su, prema ocjenama zadovoljstva elementima turističkog ambijenta, najzadovoljniji ljubaznosti osoblja u smještajnom objektu, tišinom i mirom u destinaciji, te gostoprimstvom stanovništva.

Istraživanje je posebice ukazalo na turističku potražnju za seljačkim domaćinstvima s domaćom ponudom, te potrebu za izgradnjom šetnica i biciklističkih staza. Isto tako, prema istraživanju, na Dugom otoku u budućnosti ne bi trebalo graditi velike luksuzne hotele, apartmanska naselja i kockarnice, već se okrenuti izgradnji malih obiteljskih hotela.

Ovakvi rezultati istraživanja pokazuju da su i gosti i domicilno stanovništvo prepoznali održivi razvoj kao najbolji mogući smjer za turizam Dugog otoka.

ZAKLJUČAK

Ovaj rad je trebao dovesti u vezu određene moderne socioekonomske smjernice koje bi trebale otkriti budući gospodarski i svekoliki razvojni pravac na Dugom otoku. Autori smatraju kako bi razvojna paradigma Dugog otoka mogla biti model razvoja svih otoka Zadarske regije, pa i šire. Kao što se može iščitati iz dobivenih rezultata, autohtono stanovništvo na Dugom otoku relativno jasno vidi u kojem smjeru bi trebali kreirati razvojne strategije i usmjeriti investicijske potencijale. Dugoročnost održivog turističkog razvoja na Dugom otoku moguća je ukoliko se održiva razvojna paradigma proširi na sve gospodarske segmente oslonjene na postojeće prirodne i socioekonomske resurse.

Otoci hrvatskoga Jadrana a među njima Dugi otok kao jedan od najljepših i najvećih nebrušenih dragulja mediteranskog dijela Hrvatske, predstavljaju još uvijek neiskorišteni resurs koji čeka svoje uključenje u održivi socioekonomski razvoj Zadarske regije. Resursi nisu statične datosti određenog prostora i vremena, već otvorene razvojne mogućnosti koje će se iskoristiti ili ne, ovisno o ljudskoj mudrosti i strateškim ciljevima i interesima. Rezultati istraživanja jasno pokazuju da su stanovnici Dugog otoka djelomice prepoznali značaj prihvaćanja održivog turističkog razvoja s ciljem očuvanja autentične ambijentalnosti otočkog prostora.

Osim kupališnog masovnog turizma vezanog za srpanj i kolovoz, na Dugom otoku postoje neslućeni potencijali razvoja nekih specifičnih oblika turističkog gospodarenja. Autori smatraju kako se na Dugom otoku, pored kupališnog turizma, trebaju komplementarno razvijati i kulturni turizam, eno-gastro turizam, sportski turizam i avanturizam (primjerice „škraping“, kajak), eko turizam, ribolovni turizam i još neki vidovi kreativnog turizma 21. stoljeća.

LITERATURA:

Babić, Dragutin, Lajić, Ivan, *Obrazovne, radne i profesionalne težnje mladih otočana – primjer zadarskih otoka (Iž, Dugi otok, Ugljan), Migracijske i etničke teme*, br. 2-3, Zagreb 2004, p. 259-282.

Batović, Šime, *O prapovijesti Dugog otoka*, u: Batović, Š. (ur.), *Dugi otok*, zbornik radova, Matica hrvatska, Zadar, 1997., p. 99-151.

Beverin, Ante; Armanini, Jerolim, *Libar o Dugom otoku*, Matica hrvatska, Zadar 2009.

Bulić, Marijana, *Razvoj turizma na Dugom otoku*, Diplomski rad, Sveučilište u Zadru 2011.

Coccosis H., Nijkamp P., *Sustainable Tourism Development*, Ashgate, Hants 1998

Čavlek N., Bartoluci M., Prebežac D., Kesar O., *Turizam – ekonomske osnove i organizacijski sustav*, Školska knjiga, Zagreb 2011

Čorak, S., Marušić, Z. i sur., *TOMAS ljeta 2010: Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj*, Institut za turizam, Ministarstvo turizma RH, Zagreb 2011,

<http://www.iztztg.hr/UserFiles/File/novosti/Tomas-Ljeto-2010-Prezentacija-HR-CROTOUR-23-03-2011.pdf>. (Pristupljeno 15.9.2011.)

Črnjar, Mladen, Črnjar, Kristina, Menadžment održivog razvoja: ekonomija, ekologija, zaštita okoliša, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji Sveučilišta u Rijeci; Glosa, Rijeka 2009.

Harris R., Griffin T., Williams P., Sustainable Tourism: A Global Perspective, Butterworth-Heinemann, Oxford 2002

Jerić, Miljenko, Dugi otok i njemu susjedni otoci u vremenu i prostoru, Ognjen Prica, Zagreb 1986.

Jurić, Boris, Gospodarske prilike na Dugom otoku od početka 20. stoljeća do 1941. godine, u: Batović, Š. (ur.), Dugi otok, zbornik radova, Matica hrvatska, Zadar 1997., p. 405-430.

Middleton V.T.C., Sustainable Tourism – A Marketing Perspective, Butterworth-Heinemann, Oxford 1998

Pančić Kombol, Tonka., Selektivni turizam: uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa, TMCP Sagena, Matulji 2000.

Magaš, Dragan, Management turističke organizacije i destinacije, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija; Adamić, Rijeka 2003.

Magaš, Dragan, Destinacijski menadžment – modeli i tehnike, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija 2008.

Suić, Mate, Zadarski otoci u antici, u: Uranija, V.(ur.), Zadarsko otočje, zbornik radova, Narodni muzej u Zadru, Zadar 1974., p. 47-63.

Theobald W.F., Global Tourism, Elsevier, London 2005.

Weaver, D., Sustainable Tourism, Elsevier, London 2006.

**CULTURAL HERITAGE AND TOURISM –
AN INTRODUCTION, DALLEN J. TIMOTHY,
CHANNEL VIEW PUBLICATIONS, BRISTOL- BUFFALO-TORONTO, 2011, 509 PP.**

The book **Cultural heritage and tourism - An Introduction** is written by Dallen J. Timothy, professor at the Arizona State University, an enthusiast when it comes to cultural heritage, a person who has visited more than 120 countries. It is divided into two sections. Through the 12 chapters of the first section, the reader can become familiar with general concepts and issues related to cultural or heritage tourism, while in the second section, the reader will learn more about heritage tourism attractions.

In the introductory chapter, structure and content of the book are presented. This chapter, *Cultural heritage and tourism*, starts with a description of the history of heritage tourism underlining important historical moments in heritage tourism such as The Seven Wonders, The Grand tour or Thomas Cook's experience, which could be regarded as the origin of modern heritage tourism. A simplified definition of heritage is presented here: it is what we inherit from the past and use in nowadays. The author also introduces us to basic division of heritage on cultural (tangible and intangible) and natural. Further on, relationship between heritage tourism and cultural tourism is explained along with the problems of defining these terms. In the book, the author uses these two terms synonymously.

In the second and third chapters, the importance of demand and supply of heritage tourism products and experiences are examined. General pattern of tourism demand is presented in the second chapter. The chapter focuses on the motivations of tourists and non-tourists in their consumption of cultural heritage. To understand the demand, geographic, demographic and psychographic characteristics of tourists are analyzed. Since the demand for all types of tourism is not constant and it changes with the economic, environmental, political and other changes, the so-called demand shifters are a subject of this chapter as well. In the next chapter, the author presents heritage sites which attract visitors and tourists. Most of them, such as museums, archeological sites and ancient monuments, religious sites, living culture, industrial heritage, difficult heritage

or sites of death are further elaborated in the second part of the book, in chapters 14 – 21. A short description of additional services, which are an indispensable part of heritage supply, such as food, accommodation and transportation, is also presented in the third chapter.

The spatial characteristics of heritage resources are discussed in the fourth chapter along with the basic distinction between global, national, local/regional and personal heritage.

The issue of authenticity is also one of the subjects of the book and it is discussed in the fifth chapter; decades old conceptual debates on this issue are presented. Is authenticity intrinsic to objects, artifacts and locations being visited, is it the tourists' perception, or it does not matter at all? How to measure authenticity? All these questions are dealt with within this chapter.

Many destinations are marketing themselves as unique and authentic, often even when the authenticity is questionable. Destinations are prone to use words such as "authentic", "unique", "sustainable" to sell their products, or to boost their image. The author describes these marketing tools in the twelfth chapter *Marketing the past for today*. Other marketing concepts are also discussed here. UNESCO World Heritage Sites is another example of attracting people. The author mentions World Heritage Site Angkor Wat in Cambodia as an example, but the example of Preah Vihear temple¹ was omitted here although it would be an excellent example of this as it presents a very complex issue, showing how World heritage sites are great generators of income but also how putting some heritage on World heritage list could be a potential source of conflict situation. There are also some other aspects of World heritage sites (such as Dresden case) which could fit in the topic which are not presented in the book.

Heritage is very often used or *abused* as a tool for achieving certain goals, especially political ones. What elements of heritage should be presented to tourists and which elements should be ignored – is usually a decision of politics. The use of heritage for touristic purposes is shown in the 6th chapter.

Unfortunately, when conflicts or wars break out, one of the first goals is to destroy cultural heritage of the group, since it presents the essential component of the group identity. Through the topic *War and its impact on the past*, which is also a part of this chapter, the author explains this issue. Although many well known examples are presented, the author did not mention Hague Convention

¹ The temple was listed in 2008 as a World Heritage site. This site is situated on the border between Cambodia and Thailand. There was a border dispute and in 1962 International Court of Justice in The Hague awarded the temple to Cambodia. Although Thailand has had 10 years to appeal the verdict, it did not do it until recently. Only after this site was listed as a World Heritage Site, the conflicts started there.

² "Dissonant heritage" is a term introduced by Tunbridge and Ashworth in 1996. This term refers to the heritage, the interpretation of which can be modified or distorted. There is no single story for the interpretation of any past event, so this term is related to the way in which the past can be modified, depending on the interpreter. The dissonance in heritage is mentioned in 6th chapter.

for the protection of Cultural property in the event of Armed Conflict, which is very important in such situations.

It often happens that because of a great number of tourists, some of the most famous monuments of the world are seriously threatened. Much bigger problem than their age and natural processes of erosion are hundreds of thousands of tourists who visit them each year. Impacts of tourism can be negative, but also positive. Physical, socio-cultural impacts and economic impacts of heritage tourism are examined in the 7th chapter. How to deal with a great number of tourists and what techniques can be used to affect visitor behavior is explained in chapter 13, in which the author also addresses the financial problem, which the heritage sites managers are facing today.

Unlike natural heritage, cultural heritage is not a renewable resource. Since it is also very easily damaged and destroyed, it is important to protect it from a legal aspect (topic of chapter 8), but also to conserve it properly. The importance of heritage conservation is discussed in the 9th chapter and it examines the most common approaches to conservation problems such as preservation, renovation and restoration. What heritage is worthy to protect – the decision is often a political one, but can also be considered from the economic, scientific and social aspects.

A very interesting chapter is the chapter 10, where the reader can learn about the methods of storytelling. Although the title of this chapter, *Telling the story: Interpreting the past*, may be associated with dissonant heritage², the chapter presents the ways of telling stories in an interesting way so the visitors would want to learn more, or even visit the place again. It is also a very useful chapter since it provides the basic tools for making heritage places sustainable.

The next chapter is also valuable as it provides information on how to make effective plans for meeting specific goals e.g. to mitigate the negative impacts of tourism and, at the same time, increase the positive impacts of tourism.

The concluding chapter summarizes all topics discussed in the previous chapters. Generally, the book proves to be interesting and useful: a number of issues, current debates, concepts and practices are presented. It can be regarded as a thorough introduction into the topic of cultural or heritage tourism since all relevant topics in the field are covered and clearly explained using a number of interesting examples.

The text can be useful for all those dealing with cultural heritage and tourism management, especially for the students, as it offers a good basis for understanding of the topic. Students may also find the form of the book helpful, in which each chapter has an overview of the learning objectives, and in the

conclusion, a list of review questions as well as a long list of recommended literature for that topic.

For more information please contact:

- UK: St Nicholas House, 31-34 High Street, Bristol BS1 2AW, UK
- USA: UTP, 2250 Military Road, Tonawanda, NY 14150, USA
- Canada: UTP, 52001, Dufferin Street, North York, Ontario M3H 5T8, Canada

Žana KNEŽEVIĆ

TOURISM ECONOMICS AND POLICY,
LARRY DWYER, PETER FORSYTH AND WAYNE DWYER,
CHANNEL VIEW PUBLICATIONS, BRISTOL-BUFFALO-TORONTO, 2010, 855 PP.

Authors of the book are Larry Dwyer, a Qantas Professor of Tourism Economics at the University of New South Wales in Australia, Peter Forsyth, a Professor of Economics at the Monash University in Australia, and Wayne Dwyer, a former senior lecturer in economics and finance at the University of Western Sydney, Australia.

The book consists of 21 chapters, which deal with various topics chosen by the authors as the most relevant for creating the basis for entering into the world of tourism economy: tourism demand, forecasting, tourism supply and pricing strategies, measurements of tourists' economic contribution, as well as economic impacts and benefits, tourism investments and taxation, tourism and aviation, tourism and environment, including climate change, destination competitiveness and future directions.

The first chapter gives an overview of the book, along with the questions which were raised and short explanations of chosen materials and tools. Tourist demand is discussed in chapter 2. It provides an excellent introduction into the complexity of the tourist demand modelling. Tourist demand definition and exhibition of four main types of elasticity (*price, income, cross-price and marketing/advertising elasticity*) are explained in this chapter. Chapter 3 refers to forecasting in tourism which is complex since tourism is highly influenced by "outside" factors such as natural disasters. Further chapters are focused on tourism supply and pricing in tourism. Tourism is referred as an 'industry' despite the lack of its direct involvement in any productive activity. It combines tangible and intangible products, goods and services, creating a unique product positioned on the market with a certain price.

Chapter 6 defines the terms concerning the "economic impacts" on tourism – positive and negative, "economic contribution" to the destination and the "benefits and costs" of the destination, since, for economists, they hold different meanings. In the next chapter, the authors introduce an internationally recognized TSA (Tourism satellite accounts) method, used in measuring of the economic contribution of tourism. This chapter provides a definition of the TSA

and its role as a statistics tool but, also, presents a framework for the countries to create their own statistical system, describes different approaches in designing of the TSA and ways of evaluating it.

In chapter 8, the application of I-O (Input-Output) model in tourism policies is described from a critical point of view, as I-O has a "limited policy relevance for tourism", which is clearly indicated. Subsequently, the next chapter discusses CGE (Computable general equilibrium) modelling. CGE model is used by the international organisations such as the IMF and the World Bank, and is increasingly being used in tourism policies instead of the I-O model. It is very useful and important to explore both models when estimating economic contribution of tourism in order to be able to understand why CGE model represents more sophisticated and accurate results, and the limitations of both models. In the next chapter, CBA (cost benefit analysis) method is introduced. This method is used for the evaluation of investments in tourist projects, programs, regulations, developments or policies. Chapter 11 explores the economic evaluation of special events as an important part of the destination offer, job creation, income increase, and social and economic developments of the destination in general.

Investments of tourist firms, difference between capital and financial investments, private and public investments and domestic and foreign tourist investments are discussed in chapter 12. Like any other investments, tourism investments are faced with risk taking and uncertainty. This chapter provides various techniques used for calculating the rate of interest, types of capital investments to select, optimal level of investments, assessments of the refund period, and describes common pitfalls which should be avoided in capital budgeting, and all the challenges of tourism investments. The next chapter discusses investments in tourism infrastructure. Chapter 14 explains the motives of foreign investments and gives a realistic review of the benefits and costs for the host destination. This chapter is especially useful for students of tourism and tourism managers in the developing countries, in order to be conscious about its positive and negative sides, as well as to be prepared and mindful for the creation of sustainable tourism.

Chapter 15 concerns taxation of travel and tourism by defining the types of tourist taxes and their effects, economic reasons and negative sides of tourism taxation. The criteria for well formulated taxation are "efficiency, equitability and administrative simplicity", and to create such a taxation policy, one must understand the economics of supporting of the tourism taxation well.

Chapter 16 is the only one dealing with transportation in tourism, aviation in particular.

Preservation of environment is one of the main topics nowadays and its destruction was often connected and defined as a negative impact of tourism. In chapter 17, both negative and positive environmental impacts of tourism are explored. This chapter provides detailed descriptions of generally accepted and mostly used practical methods in measuring non-use value of an environmental amenity with all the limitations, advantages and practical/explanatory examples of using these particular methods. The next chapter describes the economic instruments used in decreasing the negative impact of tourism on the environment, many of which concern the reduction in pollution, and the ways in which they differ depending on the site and the necessity of preservation and protection. Another relevant topic discussed in chapter 19 interrelates tourism and climate change.

In chapter 20, indexes of measuring destination competitiveness are reflected. They discuss a well-known measure called the Travel and Tourism Competitiveness Index, which was used by 133 countries in 2009, but also, they provide 3 measures developed by them: Destination Price Competitiveness Index, Tourism Trade Index and Aviation Trade Weighted Index. Chapter 21 discusses future directions of each topic discussed in the book. It could also be used as a students' research assignment, for the comparison with the present "situation".

The book is mainly intended for students of tourism management, tourism economics and destination managers. As an introduction to every chapter, learning objectives are presented, followed by a short summary of topics are to be discussed. All the chapters end with a conclusion and policy, self-reviewed questions and essay questions.

The book presents an excellent overview of tourism economics and policies, but it also indicates many other challenges with which tourism as such is confronted. Despite the fact that it emphasizes those issues mainly from the economic point of view, it is useful in creating a solid basic background, and provides an introduction to tourism in general.

Petra PAULIĆ

UPUTE AUTORIMA

Liburna objavljuje recenzirane autorske priloge šire društvene tematike iz područja: turizma, kulture i komuniciranja. Izlazi jedanput godišnje, u prosincu.

Radovi se dostavljaju na e-mail adresu: liburna@unizd.hr ili na adresu: Sveučilište u Zadru, Odjel za turizam i komunikacijske znanosti, Ulica Franje Tuđmana 24i, 23000 Zadar, Hrvatska.

Jezik: Objavljivat će se radovi na hrvatskom ili na engleskom jeziku.

Podaci: Prva stranica znanstvenog članka treba sadržavati: ime i prezime, radno mjesto i znanstveni stupanj, naziv i adresu institucije i e-mail autora.

Sažetak: Sažetak treba sadržavati najviše 250 riječi. Radovi na hrvatskom jeziku trebaju imati sažetak napisan na engleskom jeziku, a radovi na engleskom jeziku sažetak napisan na hrvatskom jeziku. Na kraju sažetka navesti do 5 (pet) ključnih riječi koje se obrađuju u tekstu.

Opseg rada: Članak ne smije prelaziti 27000 slovnih znakova (cca. 15 kartica teksta), uključujući priloge.

CITIRANJE:

Za citiranje se treba koristiti europski sustav pozivnih bilješki, ispod teksta.

Primjer citiranja:

Knjiga:

Vreg, France, Humana komunikologija, Hrvatsko komunikološko društvo i Nonacom d.o.o., Zagreb 1998.

Rad u zborniku:

Polutnik, Jaka, Low-cost Tourism and Internet, u: Krpan, T.; Sušac, V; (ur.), Mediji i turizam, zbornik radova, Odjel za turizam i komunikacijske znanosti, Zadar 2010, p. 61-71.

Članak u časopisu:

Perišin, Tena, Televizijske vijesti, Medianali, god. 2, br. 3., Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik 2008, p. 99-125.

Internet:

Osvrt na radionicu medijske kulture u Slavanskom Brodu. <http://mediji.hr/osvrt-radionice-medijske-kulture-u-slavonskom-brodu/>. (Posjećeno: 26.03.2012.)

U radovima se koriste kratice op.cit i ibid.

RECENZIJE:

Članci će biti upućeni na dvije anonimne recenzije. Konačnu odluku o kategoriji radova, uvažavajući mišljenje recenzenata, donosi uredništvo. Odbijeni se radovi ne vraćaju autorima.

INSTRUCTIONS TO AUTHORS

Liburna publishes reviewed authored papers of broader social themes: tourism, culture and communication. It is published annually in December.

Papers should be submitted to the e-mail address: liburna@unizd.hr or to the address: University of Zadar, Department of Tourism and Communication Studies, Ulica Franje Tuđmana 24i, 23000 Zadar, Croatia.

Language: Papers will be published in Croatian or in English.

Information: First page of a paper should contain: name and surname, position and academic degree, name and address of the institution and author's e-mail address.

Abstract: max 250 words. Papers written in Croatian should have an abstract in English, and papers written in English should have an abstract in Croatian. At the end of an abstract, 5 (five) key words covered in text should be listed.

Paper extent: Paper should not exceed 27000 characters (cca 15 standard pages), enclosures included.

CITATIONS:

European system of notes should be used below the text.

Citation examples:

Book:

Vreg, France, Humana komunikologija, Hrvatsko komunikološko društvo i Nonacom d.o.o., Zagreb 1998.

Paper in an anthology:

Polutnik, Jaka, Low-cost Tourism and Internet, u: Krpan, T.; Sušac, V; (ur.), Mediji i turizam, anthology, Department of Tourism and Communication Studies, Zadar 2010, p. 61-71.

Paper in a journal:

Perišin, Tena, Televizijske vijesti, Medianali, year 2, no. 3., University of Dubrovnik, Dubrovnik 2008, p. 99-125.

Internet:

Overview of the media culture workshop in Slavonski Brod. <http://mediji.hr/osvrt-radionice-medijske-kulture-u-slavonskom-brodu/>. (Visited: 26.03.2012.)

Abbreviations such as op.cit i ibid. should be used in papers.

REVIEWS:

Papers will be subject of two anonymous reviews. Final decision on paper category will be brought by editorial board, taking into account the opinion of the reviewers. Rejected papers will not be returned to authors.

