

Uloga višejezične i interkulturalne komunikacije u turizmu: percepcija različitih sudionika u jednom dalmatinskom naselju

Šoch Rudić, Matea

Master's thesis / Diplomski rad

2025

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:392130>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-06**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište u Zadru
Odjel za lingvistiku
Sveučilišni diplomski studij
Lingvistika

Matea Šoch Rudić

**Uloga višejezične i interkulturalne komunikacije u
turizmu: percepcija različitih sudionika u jednom
dalmatinskom naselju**

Diplomski rad

Zadar, 2025.

Sveučilište u Zadru
Odjel za lingvistiku
Sveučilišni diplomski studij
Lingvistika

Uloga višejezične i interkulturalne komunikacije u turizmu: percepcija različitih sudionika u jednom dalmatinskom naselju

Diplomski rad

Student/ica:

Matea Šoeh Rudić

Mentor/ica:

Prof. dr. sc. Marijana Kresić Vukosav

Zadar, 2025.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Matea Šoch Rudić**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Uloga višejezične i interkulturalne komunikacije u turizmu: percepcija različitih sudionika u jednom dalmatinskom naselju** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 10. siječnja 2025.

Uloga višejezične i interkulturalne komunikacije u turizmu: percepcija različitih sudionika u jednom dalmatinskom naselju

Sažetak

Cilj je diplomskog rada istražiti prisutnost i ulogu višejezične komunikacije u turističkom sektoru na primjeru dalmatinskog naselja. Barton i Lee (2016) pod višejezičnošću shvaćaju koegzistenciju dvaju ili više jezika u bilo kojem komunikacijskom kontekstu. Blommaert i dr. (2005) ističu kako pojedinci mogu održavati ili proširivati svoje jezične repertoare, ali se prilikom promjene okruženja vrijednost i funkcija istih mijenja. Prema tome, postoji jaz između njihova individualnog komunikacijskog potencijala i zahtjeva koje proizvodi okolina. Navedena situacija uočljiva je posebice u turizmu. Štoviše, Duchêne (2009) tvrdi kako se jezik može koristiti kao alat na radnom mjestu, a Knežević i Kraljević (2017) navode višejezičnost kao jedan od čimbenika povezan s jačanjem konkurentnosti na današnjem tržištu jer ono iziskuje poznavanje više jezika. Nadalje, ove se tvrdnje mogu povezati i sa zaključcima Duchênea i Piller (2011), koji ističu kako jezične vještine zaposlenika u turističkoj industriji danas predstavljaju ekonomski resurs jer jezik omogućava širenje poslovanja na globalnu razinu, efikasniju prilagodbu tržištu i smanjivanje potrebe za zapošljavanjem dodatnog osoblja, te Matticchio i Melchiora (2021), koji navode komodifikaciju jezika kao važan element turističkog sektora jer on postaje komoditet, odnosno služi isključivo kao sredstvo komunikacije pri čemu se zanemaruje njegova kulturna, povijesna i društvena važnost. Okosnicu istraživanja stoga čine višejezičnost, interkulturalna komunikacija te shvaćanje jezika kao ekonomskog resursa i komoditeta. Prvo, istraživanje se provodi s ciljem utvrđivanja postojanja višejezičnosti na promatranom području. Drugo, u središtu je istraživanja samoprocjena razine interkulturalne sposobnosti zaposlenih u turističkoj djelatnosti te osvrt posjetitelja i lokalnog stanovništva na istu. Treće, podaci prikupljeni tijekom istraživanja ukazat će na to kako je poznavanje stranih jezika u turizmu praktična nužnost jer unatoč posjedovanju znanja određenog stranog jezika, postoje slučajevi u kojima to znanje nije na dostatnoj razini, odnosno da ponekad sugovornici nailaze na poteškoće u komunikaciji. Dakle, sudionici možda posjeduju dovoljnu razinu znanja određenog jezika, ali kada je riječ znanju iz tematskog područja vezanog uz turizam, ta razina je ponešto manja te samim time uzrokuje pojavu jezičnih barijera. Dakle, opažanje Blommaerta i suradnika (2005) o razlikama u vrijednosti i funkcijama jezika tijekom promjene okruženja se ispostavlja točnom.

Uzorak istraživanja čine tri skupine sudionika – zaposlenici na području naselja, posjetitelji i lokalno stanovništvo. Prikupljanje podataka obuhvaća razdoblje od 1. srpnja do 1. listopada 2024. Riječ je o kombiniranom kvantitativnom i kvalitativnom istraživanju za čije potrebe kao istraživački instrument služi upitnik. Upitnik je prilagođen pojedinoj skupini sudionika te obuhvaća oko 100 sudionika iz svake. Ukupno 284 sudionika ne čini reprezentativni uzorak promatranog područja, no analiza njihovih podataka ipak nudi odgovor na glavno pitanje ispunjava li promatrano naselje, odnosno istraživanjem obuhvaćeni sudionici uključeni u oblikovanje turizma, očekivanja posjetitelja na području interkulturalne komunikacije.

Piller (2012) interkulturalnu komunikaciju shvaća kao jezičnu interakciju među govornicima koji posjeduju različite vrste dostupnih jezičnih resursa, a prvi uzorak kojeg čine zaposlenici pruža uvid u njihovu percepciju o prisutnosti višejezičnosti na radnom mjestu, ali i o važnosti interkulturalne kompetencije osoblja uključenog u turističku industriju. Na temelju drugog uzorka istražuje se stajalište o interkulturalnoj komunikaciji oblikovano tijekom posjeta odabrane turističke destinacije. Treća skupina, odnosno mještani, svjedoči o jezičnim kontaktima i jezičnim barijerama koje se događaju tijekom ljetnih mjeseci. Motivacija iza odabira teme proizašla je iz osobne uključenosti u turistički sektor i uviđanja kako je višejezičnost uistinu bitan čimbenik u oblikovanju istog. Iako postoje različita istraživanja na temu važnosti poznavanja stranih jezika u turizmu i hotelijerstvu (Šarčević, 2021; Radić i dr., 2022; Čolić i Tomić, 2013; Colarić, 2017), na hrvatskom prostoru još nije provedeno istraživanje usmjereno na percepciju zaposlenika, posjetitelja i mještana o ulozi i koristi višejezičnosti u određenoj turističkoj destinaciji.

Ključne riječi: višejezičnost; interkulturalna komunikacija; interkulturalna kompetencija; komodifikacija jezika; turizam.

The role of multilingual and intercultural communication in tourism: the perception of different participants in a Dalmatian village

Summary

The aim of the master's thesis is to examine the existence and role of multilingual communication in the tourism sector using the example of a Dalmatian village. Barton and Lee (2016) conceptualize multilingualism as the coexistence of two or more languages in any communication context. Blommaert et al. (2005) point out that individuals may maintain or expand their language repertoire, but as the environment changes, so does their value and function. Therefore, there is a discrepancy between their individual communication potential and the demands placed on them by the environment. The situation mentioned is particularly evident in tourism. In addition, Duchêne (2009) claims that language can be used as a tool at the workplace, and Knežević and Kraljević (2017) perceive multilingualism as one of the factors associated with strengthening competitiveness in today's market, as it implies knowledge of several languages. Furthermore, these assertions can be correlated with the conclusions of Duchêne and Piller (2011), who point out that the language skills of workers in the tourism industry nowadays represent an economic resource, given that language enables the expansion of business on a global scale, a more efficient adaptation to the market as well as a reduction in the need to hire additional staff, and with Matticchio and Melchior (2021), who assert the commodification of language as an important element of the tourism sector, as it becomes a commodity, that is, serving exclusively as a means of communication, while its cultural, historical and social significance is rather neglected. The central elements of the research are therefore multilingualism, intercultural communication and the understanding of language as an economic resource and commodity. Firstly, the research is conducted with the aim of determining the existence of multilingualism in the observed area. Secondly, the research focuses on the self-assessment of the level of intercultural competence of employees in the tourism industry and the feedback from visitors and local residents on it. Thirdly, the data collected during the research will confirm that knowledge of foreign languages in tourism is a practical necessity because despite possessing knowledge of a certain foreign language, there are cases in which this knowledge is not at an adequate level, i.e. sometimes interlocutors encounter difficulties in communication. Thus, participants may have a sufficient level of knowledge of a particular language, but when it comes to knowledge of the thematic area related to tourism, this level is somewhat lower, thereby causing the appearance of language barriers.

Therefore, the observation of Blommaert et al. (2005) about the differences in the value and function of language during a change in environment turns out to be correct.

The research sample consists of three groups of participants – employees in the village, visitors and local residents. The collection of data covers the period from 1st of July until 1st of October 2024. The research is both a quantitative and qualitative study in which a questionnaire serves as a research tool. The questionnaire is adapted to each group and includes around 100 participants. Although a total of 284 participants do not constitute a representative sample of the observed area, they nevertheless provide an answer to the main question of whether the observed residential area, i.e. the relationships co-designed by the participants involved in the research, meets the expectations of visitors in the field of intercultural communication.

Piller (2012) defines intercultural communication as linguistic interaction between speakers who have different types of available language resources, and the first sample, consisting of employees, provides an insight into their perception of the presence of multilingualism in the workplace, but also into the importance of intercultural competence of staff in the tourism industry. The second sample explores the perspective on intercultural communication shaped during the visit of the selected destination. The third group consists of locals who attest to language contacts and language barriers that occur during the summer months. The motivation behind the choice of topic arose from personal involvement with the tourism sector and the realization that multilingualism constitutes a crucial factor in shaping it. Although there are various studies on the importance of foreign language skills in tourism and the hotel industry (Šarčević, 2021; Radić et al., 2022; Čolić and Tomić, 2013; Colarić, 2017), no research in Croatia has been conducted to date that addresses the awareness of employees, locals and visitors about the role and benefits of multilingualism in a specific destination.

Keywords: multilingualism; intercultural communication; intercultural competence; language commodification; tourism.

Sadržaj:

1. Uvod	1
2. Korpus i metodologija	3
3. Teorijski okvir	5
4. Turizam	8
4.1. Turistički sektor u Hrvatskoj	9
4.2. Jezik turizma	9
4.3. Jezična komodifikacija	10
5. Opće informacije o turističkoj destinaciji	10
6. Prikaz prikupljenih podataka	14
6.1. Zaposlenici u poduzećima u Ražancu	15
6.1.1. Sociodemografski podaci zaposlenika	15
6.1.2. Jezične prakse i sposobnosti zaposlenika	19
6.1.3. Izazovi u komunikaciji s inozemnim posjetiteljima u Ražancu	23
6.1.4. Strategije zaposlenika pri rješavanju jezičnih barijera	24
6.1.5. Percepcija zaposlenika o zastupljenosti višejezičnosti u Ražancu	25
6.1.6. Interkulturalne kompetencije zaposlenika	26
6.2. Posjetitelji Ražanca	28
6.2.1. Sociodemografski podaci posjetitelja	29
6.2.2. Jezične prakse i sposobnosti posjetitelja	30
6.2.3. Izazovi u komunikaciji sa zaposlenicima u Ražancu	33
6.2.4. Strategije posjetitelja pri rješavanju jezičnih barijera	35
6.2.5. Interkulturalne kompetencije posjetitelja	36
6.2.6. Percepcija posjetitelja o zastupljenosti višejezičnosti u Ražancu	39
6.3. Stanovništvo Općine Ražanac	41
6.3.1. Sociodemografski podaci stanovnika	41
6.3.2. Očekivanja od inozemnih posjetitelja	42
6.3.3. Jezične prakse i sposobnosti stanovnika	43
6.3.4. Percepcija stanovnika o zastupljenosti višejezičnosti u Ražancu	45
6.3.5. Interkulturalne kompetencije stanovnika	47
6.3.6. Kategorija za iznajmljivače smještaja	49
7. Rasprava	54
8. Zaključak	59

9. Popis literature	64
10. Prilozi	68
10.1. Primjerci upitnika namijenjeni zaposlenicima u Ražancu	68
10.1.1. Prilog 1. Upitnik za zaposlenike na hrvatskom jeziku	68
10.1.2. Prilog 2. Upitnik za zaposlenike na njemačkom jeziku	73
10.2. Primjerci upitnika namijenjeni posjetiteljima Ražanca	78
10.2.1. Prilog 3. Upitnik za posjetitelje na hrvatskom jeziku	78
10.2.2. Prilog 4. Upitnik za posjetitelje na njemačkom jeziku	84
10.2.3. Prilog 5. Upitnik za posjetitelje na engleskom jeziku	90
10.2.4. Prilog 6. Upitnik za posjetitelje na talijanskom jeziku	96
10.3. Primjerak upitnika namijenjen stanovnicima Općine Ražanac	102

1. Uvod

Diplomski rad ima za cilj prikazati ulogu višejezične komunikacije u hrvatskom turističkom sektoru na primjeru dalmatinskog naselja smještenog nasuprot Velebita, a koje tijekom ljetnih mjeseci postaje turistička destinacija domaćim, ali uvelike i inozemnim posjetiteljima. S jedne strane, u središtu je istraživanja percepcija o prisutnosti višejezične raznolikosti na radnom mjestu te o važnosti interkulturalne kompetencije zaposlenika uključenih u turističku industriju. S druge strane, rad također nudi uvid u stajalište posjetitelja o interkulturalnoj komunikaciji ostvarenoj tijekom posjeta odabrane turističke destinacije.

Općina Ražanac prostire se na 69,81 km² na teritoriju Zadarske županije te obuhvaća nekoliko manjih te osam većih naselja – Ražanac, Radovin, Joviće, Ljubač, Rtinu, Ljubačke Stanove, Podvršje i Krnezu. Sam Ražanac, odnosno naselje koje je u fokusu ovog istraživanja, sjedištem općine proglašeno je 1993. U dalmatinskom mjestu živi oko 3.000 stanovnika, a tijekom ljeta postaje turistički cilj mnogih posjetitelja što je vidljivo iz podataka prikazanih u nastavku diplomskog rada. Dokaz tome je i činjenica kako smještajni i ugostiteljski objekti svoja vrata otvaraju upravo tijekom ljetnih mjeseci, a za vrijeme zime ih zatvaraju. Uistinu, turizam je djelatnost koja se u ovom predjelu razvija iz godine u godinu, a sve češći kulturni i jezični kontakt posljedica su tog razvitka. Sukladno tome, višejezičnost u turizmu, a samim time i na promatranom teritoriju, sačinjava nezanemariv i fundamentalan aspekt komunikacije. Budući da turizam na godišnjoj razini značajno pridonosi ekonomskom razvoju Republike Hrvatske, a konkurencija na globalnom tržištu u turističkom sektoru rapidno raste, iz ekonomsko-turističke perspektive važno je efektivno se prilagoditi potrebama potencijalnih posjetitelja. Štoviše, ako to prilike iziskuju, čak i jezično.

Glavno pitanje na koje diplomski rad pokušava pružiti odgovor tiče se upravo jezične prilagodbe inozemnim posjetiteljima, odnosno postoji li potreba da se ovo naselje još više jezično prilagodi potrebama i zahtjevima suvremenih turista ili ono već sad ispunjava očekivanja posjetitelja na području interkulturalne komunikacije. Nadalje, jesu li višejezične vještine karakteristične za sve tri skupine sudionika? Koji se jezici uopće koriste u Ražancu za vrijeme ljetnih mjeseci? Kako zaposlenici u Ražancu procjenjuju svoju razinu interkulturalne kompetencije te kako ju percipiraju ostale dvije skupine? Je li engleski jezik doista najdominantniji strani jezik? I naposljetku, jesu li posjetitelji zadovoljni pruženom uslugom i kvalitetom komunikacije za vrijeme svog boravka? Uistinu, zadovoljstvo posjetitelja određenom turističkom destinacijom temelji se na komunikacijskim i jezičnim vještinama zaposlenika, objašnjavaju Suhaimi i bin Abdullah (2017). Upravo iz tog razloga, istraživanje je

usmjereno na utvrđivanje razine tih vještina u zaposlenika i mještana, ali i njihovu percepciju o prisutnosti i prednostima višejezičnosti u Ražancu.

Osim ljudi čije se radno mjesto nalazi u Ražancu te lokalnog stanovništva koje u njemu živi, u istraživanje su uključeni i posjetitelji koji su ga odabrali kao turističku destinaciju u 2024. Prema tome, uzorak istraživanja čine tri skupine sudionika, a kojima je uručen upitnik pomoću kojeg se istražuje njihova percepcija o postojanju višejezičnosti i kvaliteti interkulturalne komunikacije ostvarene na navedenom odredištu. Upitnici su prilagođeni svakoj skupini sudionika odabirom pitanja, ali i jezika na kojem su sastavljeni. U svrhe istraživanja podijeljeno je oko 100 upitnika svakoj skupini u razdoblju od 1. srpnja do 1. listopada 2024. s namjerom da se obuhvati ukupna brojka od 300 sudionika. Budući da kao instrument istraživanja služi upitnik namijenjen povećem broju sudionika te se analiza podataka temelji na brojčanim podacima, istraživanje je kvantitativne prirode. Međutim, u upitnicima su zastupljena i pitanja otvorenog tipa pomoću kojih je sudionicima omogućeno da iznesu svoje dodatno mišljenje ili pobliže pojašne svoje stajalište o određenoj tematici. Svi su odgovori prikazani po skupinama, komentirani te uspoređeni jedni s drugima. Prema tome, istraživanje je i kvalitativne prirode.

Očekuje se kako će upitnik ispuniti posjetitelji iz nekoliko različitih inozemnih zemalja. Sukladno tome, samo postojanje sudionika različitih kulturnih pozadina dokaz je da je višejezičnost uistinu prisutna u Ražancu te da joj se lokalno stanovništvo i zaposlenici trebaju prilagoditi kako bi se posjetiteljima osigurala kvalitetna usluga te osjećaj gostoprimstva i poštovanja. Nadalje, očekuje se da se na engleskom jeziku odvija većina interkulturalne komunikacije, kako u slučaju interakcije između posjetitelja i zaposlenika, tako i kod posjetitelja i lokalnog stanovništva. Upravo iz tog razloga postavlja se pitanje percipiraju li sve tri skupine sudionika engleski kao strani jezik ili je on pak postao uobičajeni jezični odabir kod internacionalnih sugovornika. Polazi se od pretpostavke kako se zaposlenici i posjetitelji češće služe i bolje vladaju engleskim jezikom nego stanovnici naselja. Očekuje se da je određeni postotak lokalnog stanovništva višejezičan, no u usporedbi s ostale dvije skupine, prilično manji. Naravno, ova pretpostavka nikako nije iznesena s ciljem podcjenjivanja jezičnog znanja određene skupine, već se temelji na spoznaji kako se od zaposlenika u turizmu očekuje da budu višejezični (Jafari i Way, 1994), a posjetiteljima je pak u interesu da budu u mogućnosti uspješno se sporazumjeti u stranoj zemlji. Prema tome, primarna je zadaća zaposlenika svojim jezičnim znanjem olakšati proces komuniciranja inozemnim posjetiteljima, dok je posjetiteljima učinkovito sporazumijevanje nužno da njihov boravak u stranoj zemlji rezultira

zadovoljstvom. U odnosu na ove skupine, lokalno stanovništvo nema toliko izražen poticaj da svlada i koristi engleski jezik.

Nakon uvoda slijedi poglavlje o korpusu i metodologiji. Treće je poglavlje posvećeno teorijskom okviru. Zatim se četvrto poglavlje dotiče turizma. Ovo se poglavlje dijeli na tri cjeline. Prva se cjelina tiče stanja turističke djelatnosti na prostorima Republike Hrvatske. Dok se druga cjelina bavi jezičnom raznolikošću i jezikom turizma, treća je usmjerena na jezičnu komodifikaciju. Opće informacije o odabranoj turističkoj destinaciji zastupljene su u petom poglavlju, a šesto se sastoji od iscrpnog prikaza prikupljenih podataka. Prikaz podataka raščlanjen je na potpoglavlja posvećena pojedinoj skupini sudionika kako bi se čitateljima omogućio lakši pregled informacija. Nakon temeljitog prikaza podataka nalaze se rasprava i zaključak, a nakon kojih slijedi popis literature. Na kraju diplomskog rada, priloženi su svi upitnici kreirani i korišteni u svrhe istraživanja.

2. Korpus i metodologija

Metodologija odabrana za istraživanje kvantitativne i kvalitativne je prirode, a koristi se mješoviti istraživački pristup. U radu je dominantno kvantitativno istraživanje, ali se obje vrste istraživanje provode paralelno, pa je stoga riječ o ugrađenom mješovitom nacrtu. Svakoj grupi sudionika uručen je upitnik prilagođen pojedinom ciljanom uzorku putem kojeg se proučava navedena tematika. Osim unaprijed određenih odgovora, sudionicima su ponuđena i pitanja otvorenog tipa, a primjerci upitnika nalaze u završnom dijelu diplomskog rada, u priložima. Sakupljeni su podaci prikazani u analizi, a detaljno komentirani raspravi. Svrha je rada pružiti odgovor na temeljno pitanje vezano uz prilagodbu turističkog mjesta jezičnim potrebama i očekivanjima suvremenog turista. Drugim riječima, diplomski se rad osvrće na diskusiju o tome ispunjava li naselje, odnosno svi sudionici (ne)izravno uključeni u oblikovanje turizma, očekivanja posjetitelja na području višejezičnih sposobnosti i interkulturalne komunikacije.

Prva je grupa izravno uključena u aktivnosti turističkog sektora jer su u nju svrstani zaposlenici turističkih te ostalih objekata koji inozemnim posjetiteljima nude različite proizvode i usluge tijekom njihova boravka. Zbog toga prvi uzorak istraživanja čine zaposlenici u restoranima, kafićima, trgovinama, knjižnici, turističkoj zajednici i sl. Podloga za izradu upitnika znanstveni je rad koji proučava ulogu višejezičnosti u jačanju turističkog sektora u Maleziji (Suhaimi i bin Abdullah, 2017).

U drugu je skupinu svrstan dio posjetitelja koji je boravio u naselju tijekom procesa podjele upitnika, a koji su pristali sudjelovati u istraživanju. U članku koji je usmjeren na

prednosti višejezičnih vještina na poslovnom tržištu Europske unije, Pietrzyk-Kowalec (2023) potvrđuje kako su upravo one od važnosti u turizmu. Iz tog je razloga drugi dio istraživanja posvećen utvrđivanju percepcije posjetitelja o postojanju višejezičnosti i njezinoj koristi za efikasno obavljanje turističkog posla.

Na temelju se treće skupine sudionika pruža uvid u stajalište lokalnog stanovništva o odabranoj tematici jer su upravo oni ti koji iz godine u godinu osobno svjedoče kulturnim i jezičnim kontaktima. Upitnik kreiran za ovu skupinu sudionika sastoji se od općeg dijela, koji je zajednički i upitnicima namijenjenim zaposlenicima te posjetiteljima, ali i dijela koji je usredotočen na jezične zahtjeve tijekom pružanja usluge iznajmljivanja privatnog smještaja turistima. Kao inspiracija za kreiranje upitnika poslužilo je istraživanje o utjecaju turizma na jezični stav stanovnika prema višejezičnosti u turističkoj regiji (Mann, 2021). Hipoteza iznesena u radu tvrdi kako stanovnici koji imaju pozitivno mišljenje o turizmu također imaju isti stav prema višejezičnosti.

Obuhvaćanjem sve tri skupine osigurava se jasnija slika o pojavi i potrebi višejezičnosti na promatranom teritoriju. Nakon utvrđivanje skupina sudionika koje čine uzorak te kreiranja upitnika prilagođenih njima, slijedi idući korak koji se tiče skupljanja podataka odnosno podjele upitnika sudionicima.

Vremenski okvir distribucije upitnika, odnosno prikupljanja podataka, obuhvaća razdoblje od 1. srpnja do 1. listopada 2024. Izuzetno je važno napomenuti kako je prilikom same podjele upitnika utvrđeno nekoliko posebnosti. Prvo, tijekom distribucije upitnika posjetiteljima opaženo je kako postoje slučajevi u kojima su sudionici bili voljni popuniti upitnik, no došlo je do jezičnih prepreka. Naime, sudionici su uistinu raspolagali određenom razinom znanja iz stranog jezika na kojem su upitnici bili dostupni, ali ono je bilo nedovoljno kako bi u potpunosti ispunili cijeli upitnik. Drugo, samim time se povlači zaključak kako istraživačica nije bila u mogućnosti osigurati dovoljno primjeraka upitnika sastavljenih na stranim jezicima, bilo zbog pomanjkanja jezičnog znanja ili nedostatka vremena za pripremu upitnika. Sukladno tome, ova spoznaja dodatan je argument kako je poznavanje stranog jezika uistinu primarna komponenta za uspješno komuniciranje u turističkoj djelatnosti.

Sudionicima je ponuđena opcija samostalnog odabira upitnika na jeziku koji preferiraju jer je prije njihove podjele očekivano da će u istraživanju sudjelovati posjetitelji iz različitih stranih zemalja, ali i da će biti višejezični. Isto tako, važno je istaknuti kako se sudionicima svidio ovaj izbor između više mogućnosti, a nekoliko je čak i naglasilo kako je iznenađeno da

je toliko truda uloženo u kreiranje upitnika na nekoliko stranih jezika. Svi posjetitelji iz Italije iskazali su posebno oduševljenje što mogu ispuniti upitnik na svom materinskom jeziku.

Nakon primitka ispunjenih upitnika, kreiran je Google obrazac za pojedinu skupinu sudionika. Omogućavanje digitalnog ispunjavanja upitnika namjerno je izbjegnuto. Smatra se kako je prikupljanje upitnika u fizičkom obliku prilično jednostavnije kontrolirati. To znači, distribucija točnog primjerka upitnika je pod kontrolom te pristup upitniku imaju samo sudionici za koje se istraživačica osobno uvjerala da ispunjavaju potrebne parametre kako bi ostvarili pravo sudjelovanja u istraživanju. Iako je na taj način odabir sudionika pravilno izveden, on iziskuje daleko više vremena kako bi se dobiveni podaci unijeli u program koji omogućava njihovo manipuliranje. Budući da se putem Google obrasca uneseni podaci mogu preuzeti u obliku Excel tablice, digitalni se alat pokazao kao koristan odabir. Nakon što su podaci uspješno ekstrahirani u obliku programa Excel, detaljno su obrađeni pomoću različitih naredbi te prikazani u obliku grafikona u nastavku diplomskog rada.

Podaci su potom kronološki predstavljani čitateljima prema istim kategorijama zastupljenim u upitnicima. Odgovori pojedinih skupina sudionika uspoređeni su jedni s drugima u poglavlju koje slijedi nakon prikaza podataka odnosno u raspravi.

3. Teorijski okvir

Kao što je već prethodno pojašnjeno u samom sažetku diplomskog rada, Blommeart i suradnici (2005) bave se pojmom višejezičnosti te ga tumače na način da višejezičnost ne mora podrazumijevati potpunu kompetenciju u različitim jezicima, već ju oni shvaćaju kao oblike jezične kompetencije koje su organizirane tematski, i to na temelju područja ili specifičnih aktivnosti. Drugim riječima, višejezičnost uključuje jezične kompetencije koje se očekuju i pripisuju sudionici u nekom okruženju te procese pregovaranja i ispravljanja koji prate sve komunikacijske prakse. I zato se Blommeartova tvrdnja pokazuje istinitom u području turističke djelatnosti. Osim toga, Piller (2012) tvrdi kako interkulturalna komunikacija obuhvaća jezičnu interakciju između govornika s različitim vrstama dostupnih jezičnih resursa te koja uvijek uključuje njihovo razmatranje, ali i proučavanja verbalnih i neverbalnih postupaka. Stoga je osnova ovog istraživanja uistinu kompleksno područje, a uključivanje tri različite skupine sudionika pruža iscrpan uvid u njegovo shvaćanje.

Diplomski rad zapravo naglašava poveznicu između tri ključna koncepta – višejezičnosti, jezika kao komoditeta i interkulturalne kompetencije. Moore i Gajo (2009) višejezičnost shvaćaju kao upotrebu različitih jezika ovisno o komunikacijskim potrebama i

sugovornicima. Dakle, višezjezičnost se poima kao sposobnost odabira određenog jezika s obzirom na situaciju. Zaposlenici koji se služe samo materinskim jezikom koriste ga u svim komunikacijskim situacijama, neovisno o cilju komunikacije i njihovim sugovornicima. Podaci prikupljeni istraživanjem prikazat će postojanje višezjezičnosti, ali i u kojoj mjeri, kod sve tri skupine ispitanika. Nadalje, višezjezično osoblje poduzećima omogućava širenje poslovanja na tržištu i smanjenje troškova vezanih uz radnu snagu (Heller, 2005). Ovom se opažanju priključuje i Duchêne (2009) jer naglašava kako je u današnjem dobu višezjezičnost uistinu postala komoditet jer interakcija na jeziku pojedinog klijenta predstavlja ključan tržišni faktor. Dor (2004) višezjezične zaposlenike opisuje kao financijsku prednost za poduzeća. Stoga bi poduzeća u Ražancu svoje zaposlenike trebala poticati da usvoje znanje iz dodatnih stranih jezika, ali i omogućiti im usavršavanje interkulturalne kompetencije. Je li to doista slučaj pokazat će prikupljeni odgovori. Interkulturalnu komunikaciju karakterizira kretanje i promjenjivost, a njezina svrha u turizmu je isključivo funkcionirajuće razumijevanje, tvrdi Strezovska (2012). Stoga je jedna od namjera iza ovog istraživanja ustanoviti na koji način posjetitelji i mještani percipiraju razinu interkulturalne kompetencije zaposlenika u Ražancu. Štoviše, cilj je istražiti i kako zaposlenici procjenjuju sami sebe po tome pitanju.

Znanstvenici i znanstvenice koje se bave pitanjem jezika i višezjezičnosti imaju različite poglede na njih, a samim time i različito shvaćanje istih. Tako naprimjer za Duchênea (2009) višezjezičnost i jezične prakse unutar poduzeća predstavljaju izvor različitih prednosti te ih on promatra kao komoditet, odnosno korištenje jezika klijenta povezuje s pružanjem adekvatne usluge, a višezjezično osoblje s općom isplativošću. Heller, Pujolar i Duchêne (2014) u svom radu o jezičnoj komodifikaciji u turizmu tvrde kako je jezična raznolikost esencijalni dio turističkog proizvoda, no i turističkog iskustva, te da ona zapravo podrazumijeva komodificiranje kulture, identiteta i jezika, s jedne strane, i iskorištavanje višezjezičnih komunikacijskih vještina, s druge strane. Ova se tvrdnja može povezati s uvidom Holmquista i Gronroosa (2012) koji jezik turizma vide kao temelj pružanja usluge, osobito kad je riječ o međunarodnoj komunikaciji. Naravno, postoji pregršt definicija jezika, jezične raznolikosti i višezjezičnosti, no i samo iz upravo spomenutih tumačenja vidljivo je kako jezik doista čini središte interakcije u turizmu. Iz tog je razloga nužno posvetiti više pažnje njegovu proučavanju u stvarnim interakcijama. Upravo to za cilj ima ovo istraživanje. Iako Ražanac predstavlja relativno malu turističku destinaciju, koja zapravo to postaje na samo otprilike četiri mjeseca, prilike za velike i malene poduzetnike stvaraju se baš u tom kratkom vremenskom periodu. Lokalnom se stanovništvu također otvara tržište za ostvarenje profita. Jednu od prepreka pritom

predstavljaju eventualne jezične te kulturne barijere koje mogu nastati tijekom procesa komunikacije.

Što se zaposlenih u turističkoj djelatnosti tiče, Duchêne i Piller (2011) stajališta su kako turistička industrija koristi jezične vještine svojih zaposlenika kao ekonomski resurs te da upravo iz tog razloga višejezičnost ima određenu tržišnu vrijednost. Osim prednosti za poslodavce (pristup širim tržištima, povećanje opće konkurentnosti, pružanje kvalitetnije usluge, potreba za zapošljavanjem manjeg broja radnika itd.), poznavanje i služenje s više stranih jezika donosi određene benefite i zaposlenicima. Tako se primjerice Pietrzyk-Kowalec (2023) dotiče pozitivnih strana višejezičnosti za međunarodna poduzeća, ali pritom uviđa i prednosti za turiste, zaposlenike i stanovnike koji žive u području prepoznatom po turizmu. Autor objašnjava kako višejezičnost omogućava građenje mostova između kultura, a što je svakako od koristi za turiste koji se zateku u stranim zemljama, a samim time i njima nepoznatim kulturama. Nadalje, zaposlenicima višejezičnost otvara priliku za poboljšanje suradnje s inozemnim partnerima ili uspostavljanje kontakta s inozemnim poduzećima. Naposljetku, lokalno se stanovništvo također okorištava višejezičnošću jer pomoću iste može izgraditi pozitivnu reputaciju koja će zasigurno privući ostale potencijalne posjetitelje, a kao posljedicu može imati i unapređivanje vlastite zajednice. Naravno, pri tome je prijeko potrebno da se višejezični profili zaposlenika i stanovništva poklapaju s višejezičnim repertoarima posjetitelja, dakle s jezicima koje oni govore, kako bi te jezične kompetencije mogli koristiti kao ekonomski resurs. Prema tome, ove se spoznaje mogu primijeniti i na ovoj studiji slučaja.

Zaista, prepoznavanje postojanja te vrijednosti višejezičnosti u turističkom sektoru u današnjem dobu prvi je korak k njezinu poboljšanju. Ako inozemni posjetitelji poistovjećuju Ražanac s turističkom destinacijom te ju kao takvu odabiru za svoj odmor, tijekom njihova posjeta zasigurno će doći trenutak u kojem će se ostvariti međukulturna komunikacija. Dakle, dužnost je aktera uključenih u turizam posjetiteljima osigurati kvalitetnu uslugu, a samim time i adekvatnu razinu te kvalitetu interakcije. Stoga će vješto korištenje stranim jezicima biti od koristi zaposlenicima pri pružanju određene usluge, a lokalno stanovništvo također može biti izravno ili neizravno uključeno u interkulturalnu komunikaciju. Može se pretpostaviti kako mještani, koji su ujedno i iznajmljivači privatnog smještaja, redovno trebaju stupiti/stupaju u kontakt s inozemnim posjetiteljima. Dakle, i u ovim situacijama do izražaja dolazi potreba za dodatnim jezičnim vještinama kako bi komunikacija bila ostvariva, ali i uspješna.

Cjelokupno iskustvo turista obuhvaća i sam boravak na određenoj lokaciji te je stoga jezičnu zastupljenost potrebno promatrati na sukladan način. Po dolasku na određenu,

inozemnu lokaciju valja računati na susret s novim jezikom i kulturom. Upravo Agorni (2012) u svom radu tvrdi kako je turističko iskustvo sačinjeno od jezika, kulture i kompleksnih načina na koje se oni kombiniraju. K tome, Ting-Toomey (2012) ističe kako je efektivna interkulturalna komunikacija zapravo upravljanje kulturnim razlikama na svjestan način. Stoga, kad je riječ o komunikaciji između sudionika različitih kulturnih pozadina te jezičnog znanja, treba imati na umu kako jezične barijere mogu predstavljati prepreku pri komunikaciji između lokalnog stanovništva, zaposlenika i posjetitelja u bilo kojem trenutku turističke aktivnosti.

Mještani koji se ne bave navedenom djelatnošću pak mogu doći u kontakt s inozemnim turistima pukim spletom okolnosti. Bilo da ih strani posjetitelji zaustave na ulici s pitanjem gdje se što nalazi ili oni sami žele postati pokretačima komunikacije iz određenog razloga. Broj mogućih situacija uistinu je beskrajan, no svaka interakcija može pozitivno ili negativno utjecati na mišljenje inozemnih posjetitelja o turističkoj destinaciji, a oni zauzvrat svoje mišljenje mogu podijeliti sa svojom obitelji, prijateljima, kolegama, poznanicima itd. Budući da živimo u vremenu u kojem je napredak tehnologije neizbježan, a digitalna komunikacija svakodnevna, značajno je voditi računa o stvaranju pozitivne slike kod svakog (potencijalnog) posjetitelja. To se može postići kvalitetnom uslugom turističkog proizvoda i iskustva, ali i primjerenom komunikacijom ostvarenom tijekom posjeta.

4. Turizam

Čolić i Tomić (2013) pod turizmom razumiju uslužnu djelatnost jer su kvaliteta pružene usluge i konkurentnost na tržištu izravan rezultat rada ljudi zaposlenih u tom sektoru. Premda se njihov stav u prvom redu odnosi na kvalitetu proizvoda ili iskustva koji se posjetiteljima nude, od važnosti je i da čin komuniciranja bude profesionalan te primjeren sudionicima i okolini u kojoj se nalaze. Jer jedno od obilježja turističke djelatnosti je doticaj osoba različitih etničkih, kulturnih i jezičnih pozadina. Zbog toga je od značaja da zaposlenici u turističkom sektoru ovladaju s nekoliko stranih jezika. Nemogućnost ostvarivanja međukulturne komunikacije ili nesporazumi tijekom vođenja iste moraju se spriječiti kako bi posjetitelji bili zadovoljni. Upravo Radić, Todorović i Tudor (2022: 69) podcrtavaju važnost jezika, odnosno naglašavaju kako temelje kvalitetne usluge u turizmu sačinjavaju upotreba stranog jezika i vještina komunikacije jer u suštini jezična kompetentnost „znači poznavati jezik, bonton, imati odgovarajuće prezentacijske i komunikacijske vještine te biti multikulturalno osviješten“.

Sljedeća poglavlja koja se bave prisutnošću i važnošću turističke industrije u Zadarskoj županiji, ali i u Ražancu, potkrepljuju značaj ovih vještina i raznolikosti jezičnog repertoara u

tom sektoru. Međutim, stvarno stanje jezičnih vještina lokalnog stanovništva i zaposlenika u Ražancu prikazano je u narednom dijelu diplomskog rada, a koji se dotiče prikaza i analize prikupljenih podataka. U istom se dijelu detaljnije bavi i zadovoljstvom posjetitelja u vezi komunikacije ostvarene u mjestu.

4.1. Turistički sektor u Hrvatskoj

Iz izvješća Hrvatske turističke zajednice o pokazateljima ostvarenog turističkog prometa za period od siječnja do listopada 2024.¹, vidljivo je kako je broj noćenja, što domaćih, ali i stranih posjetitelja, u porastu u usporedbi s brojem ostvarenih noćenja u prethodnoj godini. Tako je primjerice, ako se u obzir uzmu sve županije u Republici Hrvatskoj, u 2024. ostvareno 12.606.463 noćenja domaćih te 93.976.248 noćenja stranih turista. U prijašnjoj je godini ta brojka u oba slučaja niža. U 2023. je prenoćilo 12.430.134 domaćih i 93.441.235 stranih turista. Dok je 2024. ostvareno 106.582.711 noćenja, u 2023. je zabilježeno 105.871.369 noćenja. Stoga se iz podataka može zaključiti kako je turistička industrija u Republici Hrvatskoj u porastu te je samim time i od važnosti za ekonomiju cijele zemlje.

Prema istom izvješću, u Zadarskoj je županiji također zabilježen visok broj noćenja. Tako je u 2024. prijavljeno 3.735.807 noćenja domaćih te 11.566.288 stranih turista odnosno 15.302.095 sveukupnih noćenja. Brojka u slučaju noćenje stranih turista u 2023. je niža, no u slučaju domaćih viša od one u 2024. Dakle, ostvareno je 3.794.209 noćenja domaćih te 11.303.998 noćenja stranih turista što čini ukupno 15.098.207 svih noćenja u 2023.

4.2. Jezik turizma

Kako turizam ima neosporiv značaj u današnjem društvu tvrde Borenić, Marinov i Salluzzo (2013) te također nadodaju da je jezik turizma posebna vrsta jezika koja mora ispuniti očekivanja i potrebe diskursne zajednice turizma. Definicija jezika turizma prema Agorni (2012) potvrđuje njihov stav. Naime, autorica ističe kako je ova vrsta jezika zapravo oblik *kulturne medijacije* (eng. *cultural mediation*) jer se njime promiču identiteti specifičnih geografskih područja i njihovih zajednica.

Zaista, tijekom komuniciranja u okviru turističke djelatnosti dolazi do prepreka uzrokovanih različitim kulturnim različitostima, no upravo se treba težiti k premošćivanju tih

¹ Hrvatska turistička zajednica (2024). Informacije o tijeku sezone: Turistička statistika listopad 2024, <[Turistička statistika listopad 2024.pdf](#)>. Pristupljeno 14. studenoga 2024.

društvenih nerazmjera, a sve u cilju da komunikacija u konačnici bude uspješna. Radić, Todorović i Tudor (2022) dolaze do zaključka kako engleski jezik ima funkciju globaliziranog jezika poslovnog svijeta te je njegovo korištenje u turizmu i hotelijerstvu krajnje neophodno, dok je poznavanje drugih jezika poželjno. Autorice dodatno naglašavaju kako engleski jezik ima najvažniji utjecaj u turizmu i hotelijerstvu, ali i da se upotrebljava u svim gospodarskim granama. Ovo opažanje odnosi se na dominaciju engleskog jezika u turističkoj djelatnosti na svjetskoj razini. Sukladno tome, postavlja se pitanje je li dominacija engleskog jezika prisutna i na ražanačkom području. Štoviše, je li pružateljima turističkih usluga kao i posjetiteljima uistinu potrebna istinska višejezičnost i interkulturalna kompetencija ili je uglavnom dovoljno poznavanje engleskog jezika?

4.3. Jezična komodifikacija

Komodifikacija jezika jedan je od temeljnih pojmova iznova naglašenih u diplomskom radu. Matticchio i Melchior (2021) ističu kako se u poslovnom svijetu jezik te upotreba jezika podvrgavaju procesu komodifikacije, odnosno jezik služi isključivo kao sredstvo sporazumijevanja, i to ponajprije u turističkom sektoru. Sukladno tome, rad također proučava djelovanje komodifikacije jezika koja se zbiva unutar turističke djelatnosti i koja pridonosi međusobnom razumijevanju sudionika iste.

Do sličnog zaključka dolaze Blažević i Rončević (2004) u sklopu istraživanja poznavanja stranih jezika kao preduvjeta za razvoj turizma u Opatiji. Autorice tvrde da je sposobnost komunikacije zaposlenika jedan od najvažnijih aspekata pružanja kvalitetne usluge u turizmu. A u kojoj su mjeri posjetitelji, koji su se tijekom podjele upitnika zatekli u Ražancu, zadovoljni s ostvarenom komunikacijom, pokazat će njihovi odgovori.

5. Opće informacije o turističkoj destinaciji

Ražanac je smješten nasuprot Velebita, uz obalu Velebitskog kanala, a mjesto se nalazi 20-ak kilometara od grada Zadra u pravcu sjeveroistoka. Kako je navedeno na službenoj stranici Općine Ražanac, „[p]rema pjesniku V. Vežiću utemeljitelj današnjeg mjesta Ražanac, bar što se imena tiče, je uglednik ražanačkog kraja starac Ražov. Koliko nam je danas poznato ime mjesta Ražanac prvi put se spominje 1332.g. u popisu dobara zadarskog plemića Vučine

Martinušića.“² Gospodarstvo ovog mjesta sastoji se od raznih grana poput ribarstva, poljodjelstva, stočarstva, trgovine, ugostiteljstva i obrta, ali i turizma, ističe Turistička zajednica Općine Ražanac (TZO Ražanac) na svojoj mrežnoj stranici.³ U prilog tome ide i bogati program manifestacija TZO Ražanac koji se provodi od kraja svibnja do kraja kolovoza, izuzev jednog događaja čija je provedba predviđena krajem rujna.⁴ Dakle, u ovom mjestu turizam slovi kao značajna djelatnost.

Heller, Pujolar i Duchêne (2014) ukazuju na to kako jezik zapravo predstavlja komoditet jer se koristi za predstavljanje određene zajednice turistima ili čak za brendiranje proizvoda. Brendiranje proizvoda zapravo je pokušaj ostvarivanja autentičnosti koja značajno pridonosi jačanju konkurentnosti proizvoda na tržištu te povećanja njegove cijene, a Coupland (2003) navodi kako jezik može poslužiti u te svrhe. Primjer za komodifikaciju u turizmu i brendiranje proizvoda prikazan je u znanstvenom radu Oštarića (2018: 16). U njemu autor proučava komodifikaciju glagoljskog pisma na suvenirima, grafitima i natpisima u javnom prostoru te zaključuje kako je „glagoljica ušla na hrvatsko tržište suvenira, kao nova, atraktivna roba koja posjeduje potrebne karakteristike da postane uspješan proizvod: autentičnost, antikvitet, autorizaciju nacionalnih institucija, neprozirnost i tajanstvenost.“⁵ Kao primjer koji podupire autorovo saznanje, može poslužiti i primjer pronađen na mrežnoj stranici Općine Ražanac.

Općina Ražanac posjeduje službenu mrežnu stranicu putem koje se predstavlja široj javnosti. Sadržaj i sam izgled mrežne stranice informativnog su karaktera. U prvom redu stranica služi za obavještanje stanovništva o događajima relevantnim za njihovu svakodnevnicu te razvitak zajednice. Budući da ne postoji izražena nužnost za komuniciranjem na stranim jezicima, korištenje isključivo hrvatskog jezika je opravdano. Međutim, na službenoj se stranici uočen primjer odabira određenog jezika s namjerom postizanja autentičnosti. Obzirom da je jezik u središtu ovog čina, u diplomskom radu se ne treba ostati zanemaren.

Uz ovo se naselje veže legenda koja je poslužila kao inspiracija pri izradi loga općine, a koju su nadležni u općinskom tijelu odlučili zastupiti i na službenoj stranici. Legenda o junakinji Nidički veže se uz osnutak Ražanca te služi kao sredstvo u stvaranju autentičnosti. U

² Općina Ražanac (2024). Općenito o Općini Ražanac, <[Općenito o Općini Ražanac | Općina Ražanac](#)>. Pristupljeno 16. studenoga 2024.

³ Turistička zajednica Općine Ražanac (2024). Ražanac, <[Ražanac | TZO Ražanac - Turistička zajednica Općine Ražanac](#)>. Pristupljeno 16. studenoga 2024.

⁴ Turistička zajednica Općine Ražanac (23. svibnja 2024). Program manifestacija 2024., <[Program manifestacija 2024 | TZO - Ražanac](#)>. Pristupljeno 16. studenoga 2024.

⁵ Antonio Oštarić (2018). Commodification of a forsaken script: The Glagolitic script in contemporary Croatian material culture, prevela Matea Šoch Rudić, <[Commodification of a forsaken script-libre.pdf](#)>. Pristupljeno 14. prosinca 2024.

kratkim sažetku ove legende, na pojedinim dijelovima se koristi stari varijetet hrvatskog jezika u svrhe brendiranje⁶. Prema tome, postoje slučajevi kad se materinski jezik može koristiti kao pomagalo u stvaranju osjećaja autentičnosti određenog (turističkog) mjesta.

Kako je Općina Ražanac iz godine u godinu doista sve prepoznatljivija kao turistička destinacija, potvrđuje program rada TZO Ražanac za 2024. objavljen na mrežnoj stranici Turističke zajednice Općine Ražanac⁷ u kojem piše kako je broj noćenja domaćih turista u 2023. dosegao brojku od 40.259, a broj noćenja stranih turista 208.912. Prema podacima eVisitora obznanim u istom izvještaju, a u usporedbi s godinom prije, brojka u slučaju noćenja domaćih turista je niža jer su ove vrste noćenja dosegle brojku od 44.261 u 2022., što je zapravo 4.002 noćenja više od onih u 2023. Pa ipak, u 2022. je zabilježeno manje noćenja stranih turista, tj. ostvareno je ukupno 203.157 noćenja, 5.755 manje, što prikazuje sljedeća slika:

	Broj Dolazak 2023.	Broj Dolazaka 2022.	Broj Noćenja 2023.	Broj Noćenja 2022	Broj turista 2023	Broj turista 2022
Domaći	3,337	3,422	40,259	44,261	3,337	3,426
Strani	25,815	24,296	208,912	203,157	25,830	24,307
Ukupno:	29,152	27,718	249,171	247,418	29,167	27,733

Slika 1. Broj domaćih i stranih turista od 1. siječnja do 10. studenoga 2023. u Općini Ražanac

Nadalje, iz sljedeće je slike uočljivo kako je na području cijele Općine Ražanac u 2022. zabilježeno ukupno 27.718 dolazaka domaćih i stranih turista, a zatim u sljedećoj godini 29.152 dolazaka što čini 1.434 posjeta više.

⁶ Općina Ražanac (5. veljače 2015). Legenda o junakinji Nidički, <[Legenda o junakinji Nidički | Općina Ražanac](#)>. Pristupljeno 27. listopada 2024.

“Amo ćerce, amo, evo pasah nedajmo im pristupiti k našim vratim; pogledajte na me. Sve da i otmu turci Ražanac malo bi baba štetovala, jer mi nebi drugo već da život mogli oteti, koji je i tako slab i pod teškim bremenom ljute starosti pritisnut, ter malo može produljiti; nemam roda ni poroda, nemam kuće ni kućišta, neg drugom kudilju predem da me prirani i priderži, a vi imate kuću, rod, pleme, vašu dicu koju će oni bisni psi prid vašim očima nemilo pokresati, ako im dojdu pod ruke, dom Božji biti će porobljen i uskvernjen dilim nepodobnim... vaše poštenje...! Oprimo se daklem ter žive Turkom nepridajmo se!”

⁷ Turistička zajednica Općine Ražanac (prosina, 2024). Program rada Turističke zajednice Općine Ražanac za 2024. godinu, <[PROGRAM-RADA-I-FINANCIJSKI-PLAN-ZA-2024.pdf](#)>. Pristupljeno 14. studenoga 2024.

Naselje	Dolasci domaći	Usporedba dolasci domaći	Indeks dolasci domaći	Dolasci strani	Usporedba dolasci strani	Indeks dolasci strani	Dolasci ukupno	Usporedba dolasci ukupno
Rtina	1,127	1,191	94,63	9,317	9,278	100,42	10,444	10,469
Ražanac	1,404	1,436	97,77	10,654	9,327	114,23	12,058	10,763
Ljubač (Ražanac)	715	698	102,44	4,411	4,264	103,45	5,126	4,962
Jovići	55	63	87,30	829	870	95,29	884	933
Krneza	36	26	138,46	434	365	118,90	470	391
Radovin	0	8	0,00	170	192	88,54	170	200
Ukupno:	3,337	3,422	97,52	25,815	24,296	106,25	29,152	27,718

Slika 2. Broj dolazaka stranih i domaćih turista po naseljima Općine Ražanac u 2022. i 2023.

Kao što je u prethodnom tekstu već napomenuto, u 2023. je ostvareno ukupno 249.171, a u prijašnjoj godini 247.418 noćenja domaćih i stranih turista, ali je pritom broj noćenja domaćih turista u 2022. bio ponešto veći od onog u 2023. Vrlo je bitno istaknuti kako sam Ražanac prednjači u broju dolazaka i noćenja domaćih, ali i stranih turista u odnosu prema drugim naseljima u općini. Prikaz dolazaka i noćenja po naseljima dostupan je na slici 3.

Naselje	Noćenja domaći	Usporedba noćenja domaći	Indeks noćenja domaći	Noćenja strani	Usporedba noćenja strani	Indeks noćenja strani	Noćenja ukupno	Usporedba noćenja ukupno	Indeks noćenja ukupno
Rtina	13.223	16,785	78,78	73,365	76,381	96,05	86,588	93,166	92,94
Ražanac	21.032	21,654	97,13	90,272	79,384	113,72	111,304	101,038	110,16
Ljubač (Ražanac)	5.664	5,418	104,54	36,934	38,389	96,21	42,598	43,807	97,24
Jovići	226	226	100,00	4,198	4,742	88,53	4,424	4,968	89,05
Krneza	114	146	78,08	2,886	2,771	104,15	3,000	2,917	102,85
Radovin	0	32	0,00	1.257	1,490	84,36	1.257	1,522	82,59
Ukupno:	40.259	44.261	90,96	208,912	102,83	102,83	249,171	247,418	100,71

Slika 3. Broj noćenja stranih i domaćih turista po naseljima Općine Ražanac u 2022. i 2023.

Turistička zajednica Općine Ražanac je u ožujku 2024. objavila natječaj u svrhe razvoja turističkog proizvoda na području općine u tekućoj godini što je dokaz da se nastoji raditi na razvoju turizma. Dodjelom bespovratnih novčanih sredstava žele se postići sljedeći ciljevi istaknuti u javnom pozivu⁸:

1. unapređenje boravka turista i obogaćivanje turističkog proizvoda/ponude Općine Ražanac,
2. podizanje kvalitete i količine turističke ponude,
3. razvoj turizma kroz sadržaje koji omogućavaju produženje turističke sezone,
4. povećanje turističkog prometa, posebice u razdoblju predsezone i posezone,
5. promocija Općine Ražanac u zemlji i inozemstvu.

⁸ Turistička zajednica Općine Ražanac (29. ožujka 2024.). Javni poziv za razvoj turističkog proizvoda na području TZO Ražanac u 2024. godini, <<https://tz-razanac.hr/hr/vijesti/javni-poziv-za-razvoj-turistickog-proizvoda-na-podrucju-tzo-razanac-u-2024-godini>>. Pristupljeno 14. studenoga 2024.

Dakle, jedna od stavki u ovom pozivu je i produženje turističke sezone. Podsjetimo, na početku je diplomskog rada kratko trajanje turističke sezone navedeno kao jedan od glavnih nedostataka vezanih uz turističku djelatnost na ovom području, a također se pretpostavlja kako će podaci prikupljeni upitnikom pokazati da većina ispitanih zaposlenika u Ražancu radi isključivo tijekom trajanja sezone, tj. nije zaposlena na istom radnom mjestu tokom cijele godine. Unapređenje boravka, obogaćivanje turističke ponude/proizvoda i nuđenje različitih sadržaja su elementi koji se u prvom redu odnose na posjetitelje, no u ciljevima se odgovorni za razvoj turizma osvrću i na promociju općine unutar i izvan državnih granica. Također, produljenje turističke sezone odnosi se kako na posjetitelje, tako i na zaposlenike u turizmu te mještane koji ostvaruju dobit tijekom njenog trajanja. Iz ovog se javnog poziva može iščitati kako su sve tri skupine zaista neodvojive jedna od druge. Pri provođenju mjera usmjerenih na jačanje turističke djelatnosti na određenom području stoga na umu treba imati međudjelovanje ovih sastavnih dijelova te složene cjeline zvane turizam. Ova mjera usmjerena na osnaživanje turizma provedena je i u 2023.⁹ te 2022.¹⁰

6. Prikaz prikupljenih podataka

Iako su kreirane tri vrste upitnika, jer se istraživanjem obuhvaćaju tri ciljane skupine, svima je zajedničko da se sastoje od šest glavnih dijelova. Prvi je dio usmjeren na prikupljanje osobnih informacija pojedinog sudionika, a drugi se dio bavi njegovim jezičnim praksama. Zastupljenost višejezičnosti u Ražancu središte je trećeg dijela upitnika. Dok četvrti dio obuhvaća izazove na koje se nailazi tijekom interkulturalne komunikacije, peti je dio usmjeren na utvrđivanje strategija koje sudionici preferiraju u slučajevima nerazumijevanja među sugovornicima. Drugi i treći dio usmjeren je na utvrđivanje postojanja višejezičnosti kod sve tri skupine ispitanika, a samim time i na području Ražanca. Obzirom da su četvrti i peti dijelovi kreirani s ciljem utvrđivanja poteškoća u komunikaciji i strategija pri rješavanju istih, ovaj dio naglašava ulogu jezika isključivo kao sredstva u komuniciranju. Interkulturalnoj kompetenciji posvećen je šesti dio koji bavi samoprocjenom interkulturalnih kompetencija zaposlenika, ali i percepcijom posjetitelja i lokalnog stanovništva o njima.

⁹ Turistička zajednica Općine Ražanac (2023). Javni poziv za razvoj turističkog proizvoda na području TZO Ražanac u 2023. godini, <<https://tz-razanac.hr/media/375/Javni-poziv-za-razvoj-turisti%C4%8Dkog-proizvoda-na-podru%C4%8Dju-TZO-Ra%C5%BEanac-u-2023.-godini.docx>>. Pristupljeno 4. studenoga 2024.

¹⁰ Turistička zajednica Općine Ražanac (27. travnja 2022). Javni poziv za razvoj turističkog proizvoda na području TZO Ražanac u 2022. godini, <[Javni poziv za razvoj turističkog proizvoda na području TZO Ražanac u 2022. godini | TZO – Ražanac](#)>. Pristupljeno 14. studenoga 2024.

Bitno je istaknuti kako je u upitniku usmjerenom na lokalno stanovništvo ponuđena dodatna kategorija koja se pobliže dotiče jezičnih praksi u procesu iznajmljivanja privatnog smještaja, a u kojoj su obuhvaćeni dijelovi koji uključuju izazove u komunikaciji i strategije rješavanja istih. Isto tako, jedino stanovnicima Općine Ražanac na raspolaganju stoje dva dodatna pitanja u sklopu kategorije *Očekivanja od inozemnih posjetitelja*.

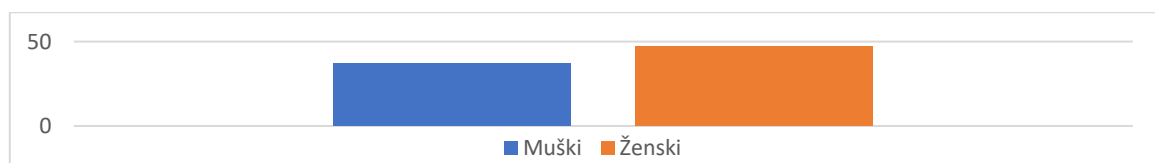
6.1. Zaposlenici u poduzećima u Ražancu

Podijeljeno je ukupno 115 upitnika zaposlenicima različitih poduzeća koja djeluju na području Ražanca (Pogledaj *Poglavlje 10., potpoglavlje 10.1. Primjerak upitnika namijenjen zaposlenicima u Ražancu, 10.1.1. Prilog 1. Upitnik za zaposlenike na hrvatskom jeziku i 10.1.2. Prilog 2. Upitnik za zaposlenike na njemačkom jeziku*). Upitnik je ispunilo 84 od očekivanih 100 zaposlenika. Točan razlog odbijanja u sudjelovanju u istraživanju nije naveden. U nekoliko slučajeva upitnici su se *zagubili*, a ponekad zaposlenici nisu bili upućeni kako se istraživanje odvija te da u njemu mogu sudjelovati. Naime, nitko im nije uručio upitnike, iako su oni bili dostavljeni njihovom poduzeću. Svejedno, upitnik je ispunilo više od polovice planiranog broja sudionika, a njihovi su odgovori prikazani u sljedećim potpoglavljima.

Ovaj se upitnik sastoji od ukupno šest kategorija, koje su u diplomskom radu prikazane prema istom redoslijedu kao i u istraživačkom instrumentu. Prva je kategorija usmjerena na prikupljanje sociodemografskih podataka zaposlenih u Ražancu. Druga se pak bavi njihovim jezičnim praksama i sposobnostima. Izazovi i prepreke u komunikaciji koje se događaju na njihovom radnom mjestu središte su treće kategorije. Četvrta kategorija zapravo nadopunjuje prethodnu. Tako se ovaj dio upitnika bavi načinima rješavanja tih prepreka. Pomoću pete se kategorije nastoji saznati nešto više o stajalištu zaposlenih o višejezičnosti u naselju. Šesta kategorija upitnika obuhvaća njihovu razinu interkulturalne kompetencije.

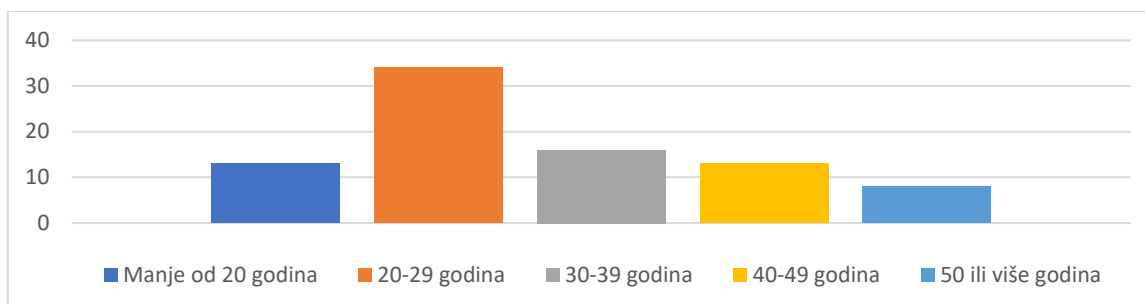
6.1.1. Sociodemografski podaci zaposlenika

Što se spola zaposlenih u Ražancu tiče, 37 sudionika je muškog (44,05 %), a 47 ženskog spola (55,95 %).



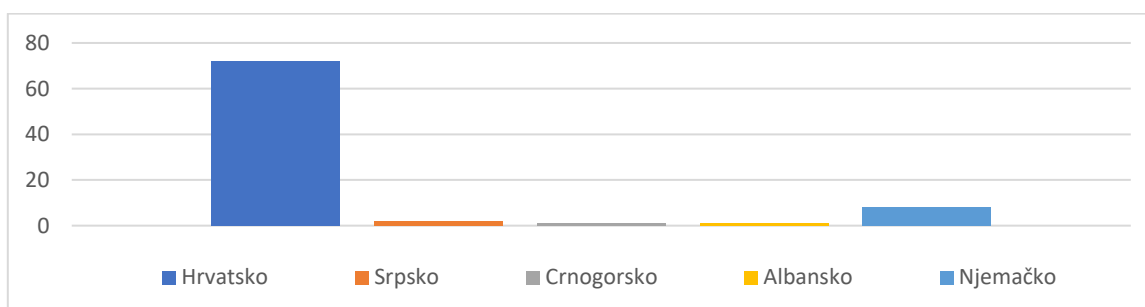
Grafikon 1. Spol zaposlenika

Ukupno 13 sudionika mlađe je od 20 godina (15,48 %). U drugu kategoriju, kojoj pripadaju sudionici stari od 20 do 29 godina, svrstava se 34 sudionika (40,48 %). Ukupno 16 sudionika je trenutno u dobi od 30 do 39 (19,05 %), a njih 13 od 40 do 49 godina (15,48 %). U zadnjoj kategoriji, sudionici stari 50 ili više godina, nalazi se svega osam sudionika (9,52 %).



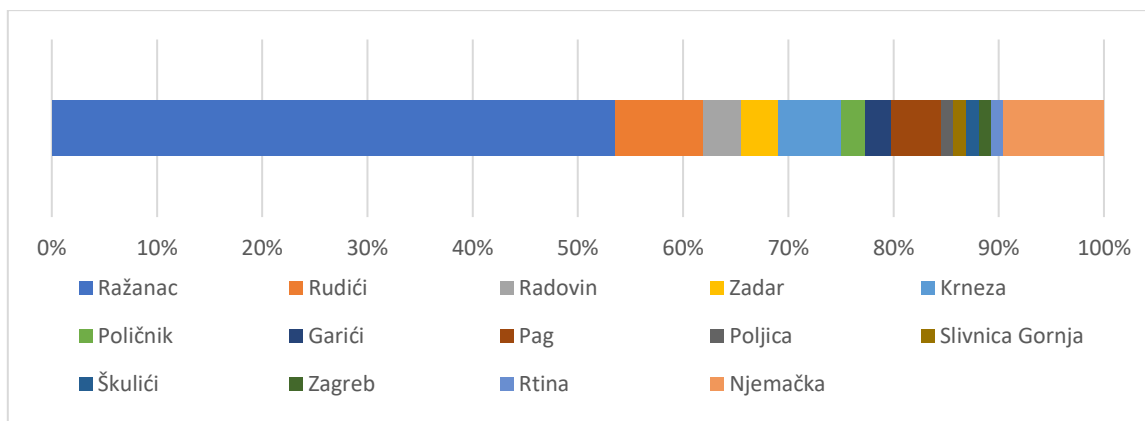
Grafikon 2. Dob zaposlenika

Većina sudionika, točnije 72 osobe, ima hrvatsko državljanstvo (85,71 %), no u Ražancu su zaposlene i osobe koje nisu rođene unutar granica Republike Hrvatske. Njih osam podrijetlom je iz Njemačke (9,52 %), a po jedan sudionik dolazi iz Albanije (1,19 %) te Crne Gore (1,19 %). Dvoje sudionika srpskog je državljanstva (2,38 %).



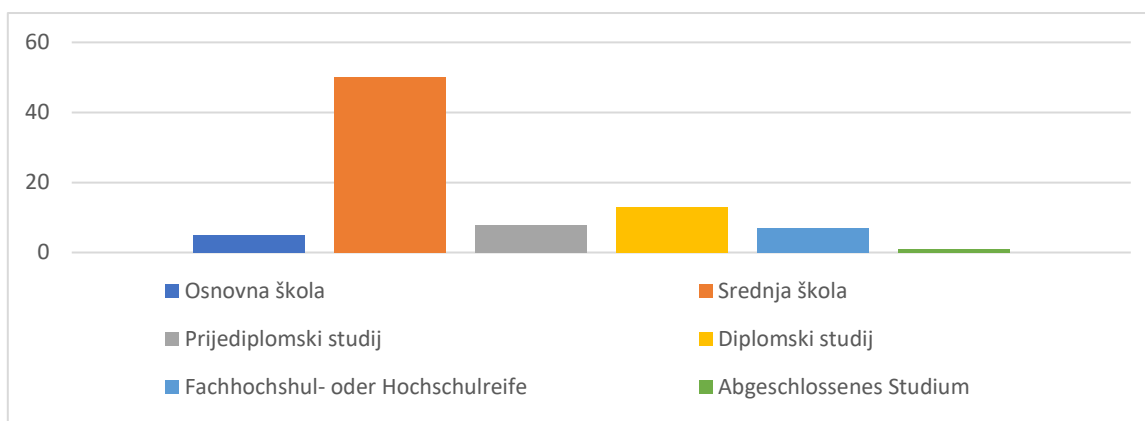
Grafikon 3. Državljanstvo zaposlenika

S jedne strane, 64 zaposlenika ima prebivalište u naseljima koja spadaju pod Općinu Ražanac (76,19 %). Ukupno 45 sudionika živi u Ražancu (70,31 %), troje u Radovinu (4,69 %), pet u Krnezi (7,81 %) i jedan sudionik u Rtini (1,56 %). Nekoliko sudionika dolazi iz manjih naselja koja su također pod upravom ove općine. Tako je sedam sudionika iz Rudića (10,94 %), dvoje iz Garića (3,13 %) i jedan sudionik iz Škulića (1,56 %). S druge strane, 20 sudionika nema prebivalište na području općine, već živi izvan nje (23,81 %).



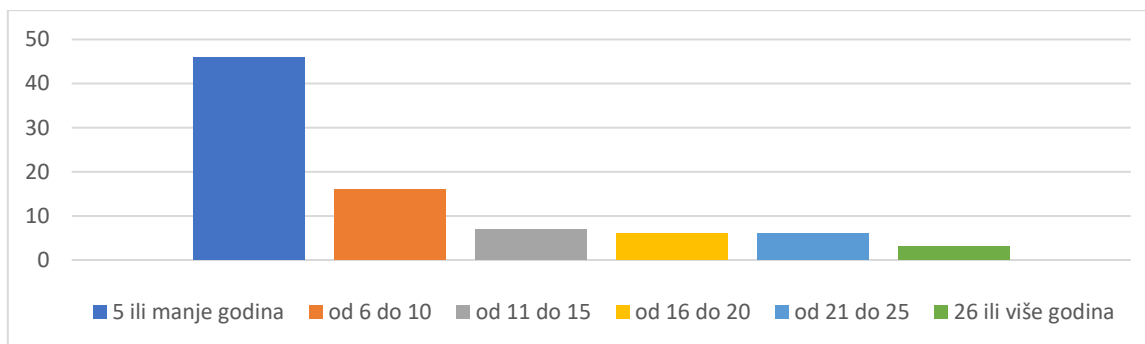
Grafikon 4. Mjesto prebivališta zaposlenika

Što se razine obrazovanja tiče, pet je sudionika završilo osnovnu (5,96 %), a 50 srednju školu (59,52 %). Prijediplomski studij završilo je osam (9,52 %), a diplomski 13 sudionika (15,48 %). Budući da je u istraživanje uključeno i osam njemačkih državljana, nužno je naglasiti kako je njih sedam maturiralo (*Fachhochschul- oder Hochschulreife*) (8,33 %), a jedan je sudionik kao odgovor zaokružio opciju završenog studija (*Abgeschlossenes Studium*) (1,19 %).



Grafikon 5. Razina obrazovanja zaposlenika

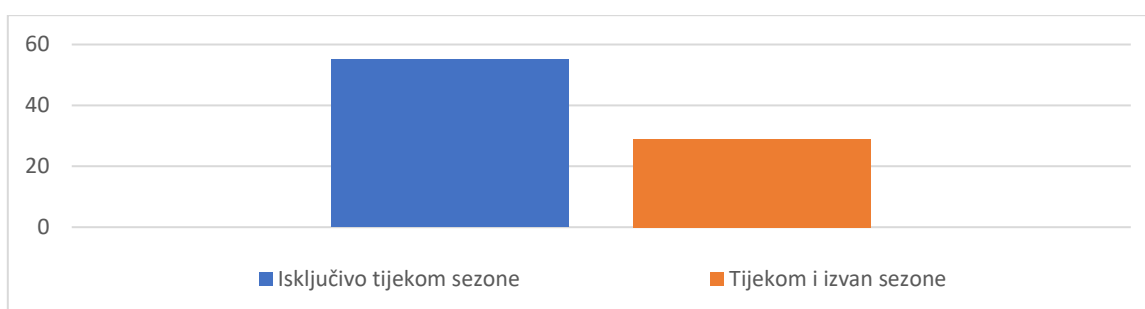
Sljedeće pitanje u upitniku povezano je s iskustvom obavljanja posla u turističkoj djelatnosti. Skoro polovica ispitanih, 46 sudionika, profesionalno je aktivna u turizmu manje od pet godina (54,77 %). Njih 16 steklo je od šest do deset godina iskustva (19,05 %). Sedam sudionika u turizmu radi od 11 do 15 (8,33 %), a šest sudionika od 16 do 20 godina (7,14 %). Od 21 do 25 godina iskustva u turističkoj djelatnosti ima također šest sudionika (7,14 %). Zavidnih 26 ili više godine iskustva ostvarilo je svega troje sudionika (3,57 %).



Grafikon 6. Stečeno iskustvo u turizmu

Paleta radnih mjesta sudionika koji su se odvažili na sudjelovanje u istraživanju uistinu je šarolika. Tako su svoje stajalište o višejezičnosti u Ražancu iznijeli zaposlenici iz 16 različitih poduzeća – kampa, četiri kafića, restorana, dvije prodavaonice s mješovitom robom, općine, dva štanda s voćem i povrćem, slastičarnice, knjižnice, turističkog ureda, štanda s proizvodima ručnog rada i agencije za putovanja. Sukladno tome, svoje stajalište iznijeli su recepcionari, voditelji poduzeća, čistačice, zaštitari, konobari, šankeri, kuhari, *pizza* majstori, komunalni radnici, članovi DVD-a, zaposlenici u turističkom uredu, knjižničari i prodavači. Premda su upitnici dostavljeni u još jedan restoran i dvije prodavaonice, zaposlenici iz tih poduzeća nisu ih vratili popunjene, bez obzira na to što su prvotno pristali na sudjelovanje u istraživanju.

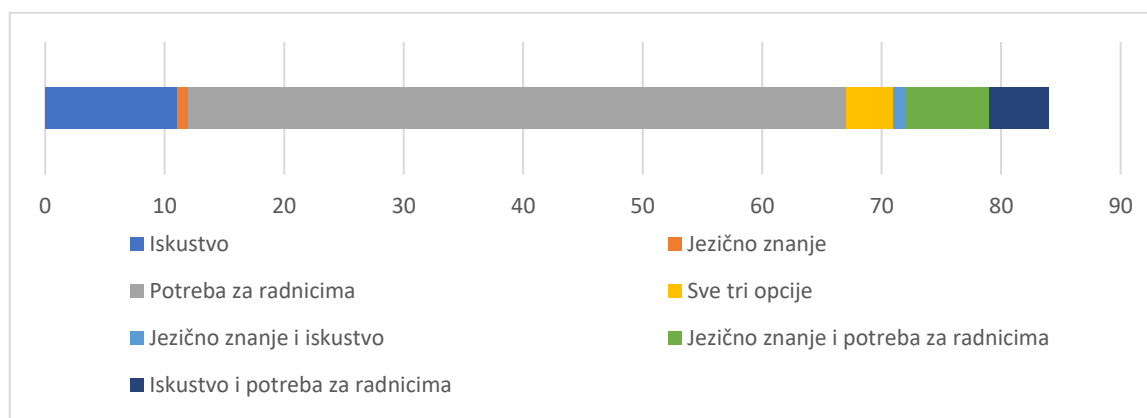
Na samom je početku diplomskog rada postavljena hipoteza kako će više od polovice zaposlenih na teritoriju Ražanca biti u radnom odnosu tijekom ljetnih mjeseci, no ne i u ostatku godinu, tj. neće raditi na radnom mjestu na kojem su radili u trenutku ispunjavanja upitnika. Ova se pretpostavka ispostavila točnom. Dakle, 55 sudionika, što je uvjerljivo više od polovice svih uključenih u istraživanje, zaposleno je isključivo tijekom sezone (65,48 %). Ostatak, ostalih 29 zaposlenika, na istom mjestu radi i nakon što turistička sezona završi (34,52 %).



Grafikon 7. Trajanje trenutnog zaposlenja

Poražavajuće opažanje glede jezičnog znanja zaposlenika rezultat je sljedećeg pitanja o tome koji je razlog zašto je zaposleniku tvrtka odlučila ponuditi radno mjesto. Tako je samo jedan sudionik potvrdio kako je svoje radno mjesto dobio isključivo zbog svog jezičnog znanja

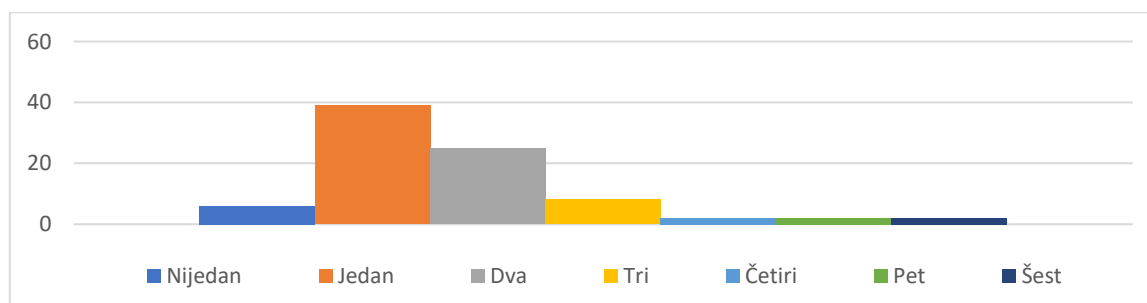
(1,19 %). Jedanaest je sudionika navelo kako smatra da je ušlo u radni odnos zbog svog iskustva (13,06 %), a čak 55 zaposlenika tvrdi da su ostvarili zaposlenje jer je postojala potreba za radnicima (65,48 %). Međutim, nekoliko sudionika je odabralo više ponuđenih odgovora kao opciju. Tako se primjerice četvero sudionika odlučilo zaokružiti sve tri opcije (4,76 %). Kako je iskustvo u kombinaciji s jezičnim znanjem bilo presudno, naveo je samo jedan sudionik (1,19 %), a sedam se sudionika odlučilo navesti jezično znanje i potrebu za radnicima kao argument (8,33 %). Iskustvo i potreba za radnicima bili su razlozi zaposlenja kod pet sudionika (5,93 %).



Grafikon 8. Razlozi trenutnog zaposlenja

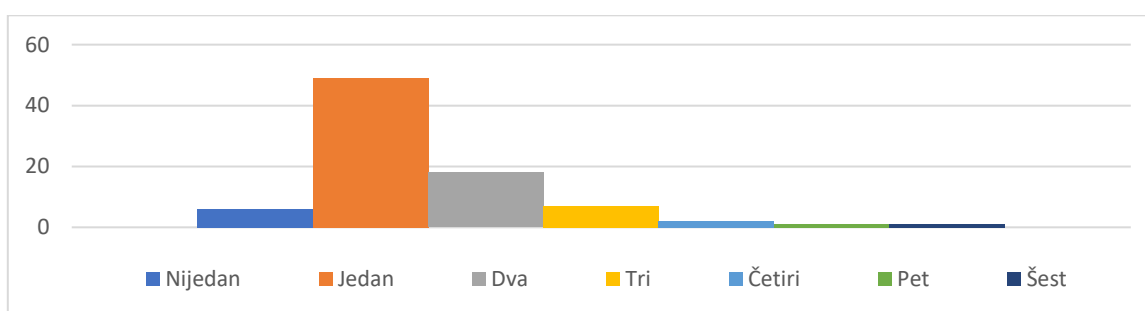
6.1.2. Jezične prakse i sposobnosti zaposlenika

Svega šest zaposlenih je izjavilo kako ne poznaje niti jedan strani jezik (7,14 %). Najveći broj zaposlenika, odnosno 39 sudionika, služi se jednim stranim jezikom (46,43 %), 36 zaposlenika posjeduje znanje engleskog (92,31 %), a troje njemačkog jezika (7,69 %). Ukupno 25 sudionika se služi s dva strana jezika (29,76 %). Osmam sudionika ima znanje iz tri strana jezika (9,52 %). Po dvoje sudionika posjeduje znanje iz četiri (2,38 %), pet (2,38 %) ili čak šest stranih jezika (2,38 %).



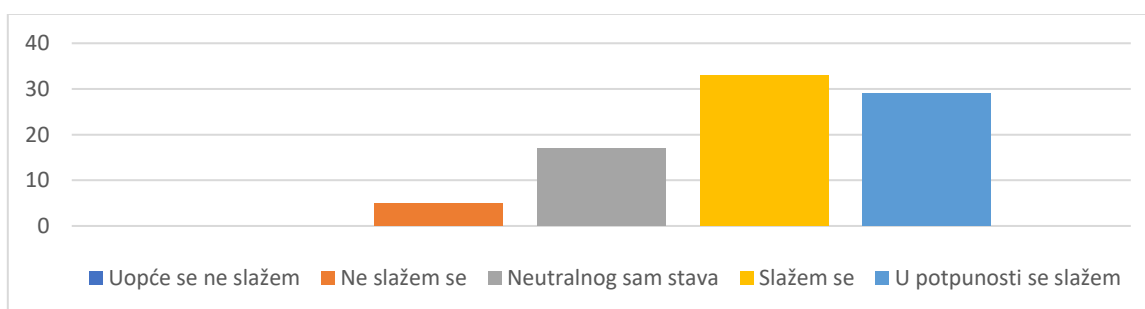
Grafikon 9. Broj stranih jezika kojima se zaposlenici služe

Baš kao što je to kod prethodnog grafikona slučaj, većina se sudionika, njih ukupno 49, služi jednim stranim jezikom na svojem radnom mjestu (58,33 %). Samo se jedan sudionik služi talijanskim (2,04 %), dvoje njemačkim (4,08 %), a ostatak sudionika, odnosno 46 zaposlenika, engleskim jezikom (93,88 %). Šest sudionika tvrdi kako pri obavljanju svojih dužnosti ne koristi niti jedan strani jezik (7,14 %). Dvije sudionice zaposlene su kao čistačice, a četiri rade u prodavaonici mješovite robe. U ostalim sektorima, dakle, postoji potreba da se komunikacija vodi na stranim jezicima. Ukupno 18 sudionika se služi s dva (21,43 %), sedam s tri (8,33 %), a dvoje s četiri strana jezika (2,38 %). Dvoje sudionika koristi više od četiri strana jezika. Dakle, jedan sudionik koristi pet (1,19 %), a jedan čak šest stranih jezika u poslovnom okruženju (1,19 %).



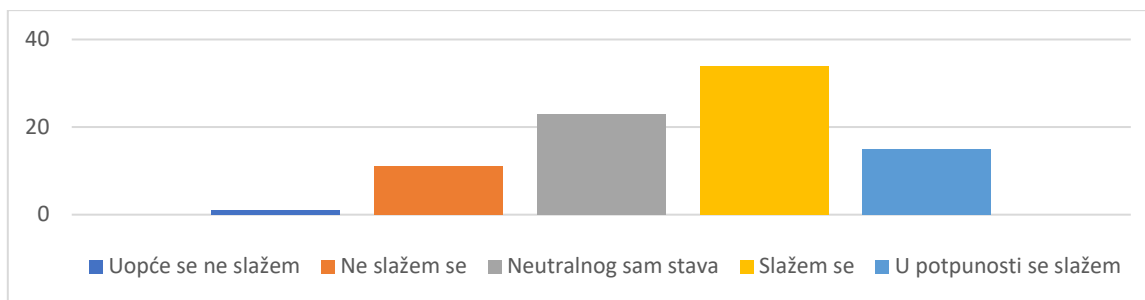
Grafikon 10. Broj stranih jezika kojima se zaposlenici služe na radnom mjestu

S jedne strane, svega se pet sudionika ne slaže s tvrdnjom kako zaposlenici u turizmu moraju poznavati više stranih jezika (5,93 %). S druge strane, *U potpunosti se slažem* je kao odgovor zaokružilo 29 sudionika (34,52 %), a 33 sudionika *Slažem se* (39,29 %). Neutralnog je mišljenja 17 sudionika (20,24 %).



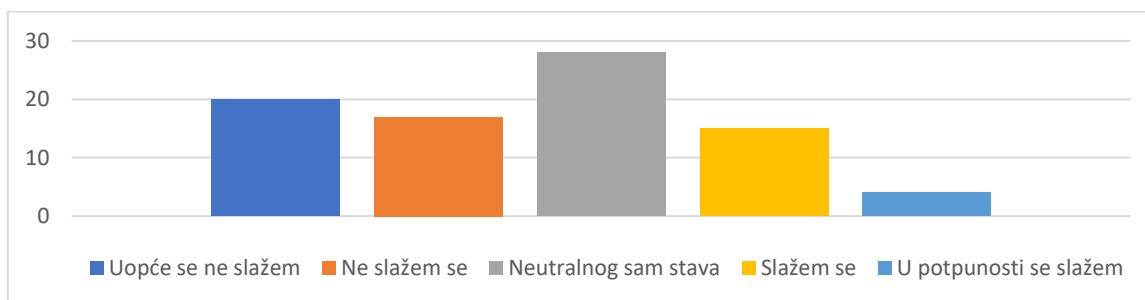
Grafikon 11. Prva tvrdnja: *Zaposlenici u turizmu moraju poznavati više jezika*

Sljedeća se tvrdnja dotiče potrebe za višejezičnim osobljem na radnom mjestu pojedinog sudionika. Samo jedan sudionik smatra da ta potreba uopće ne postoji (1,19 %), dok jedanaest tvrdi kako smatraju da potreba ne postoji (14 %). Neutralan stav izrazilo je 23 sudionika (27,38 %). S tvrdnjom se slaže 34 (40,48 %), a u potpunosti slaže 15 sudionika (17,86 %).



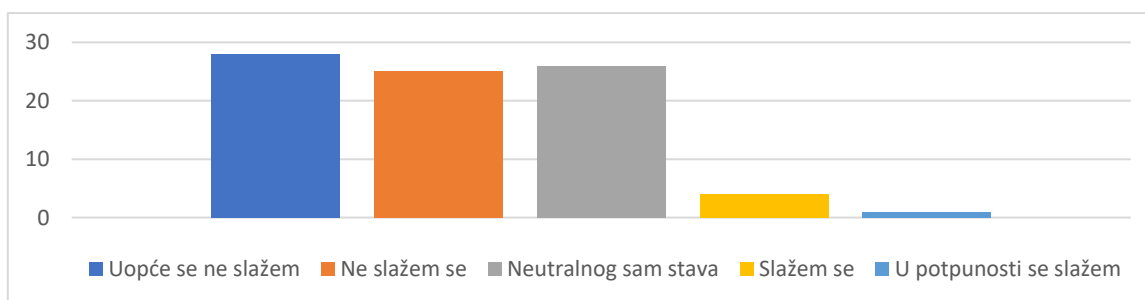
Grafikon 12. Druga tvrdnja: *Na mom radnom mjestu postoji potreba za višejezičnim osobljem*

Veliko neslaganje s izjavom vezanoj uz motiviranje zaposlenika da nauče dodatni strani jezik, prikazano je na sljedećem grafikonu. Čak 20 sudionika uopće se ne slaže (23,81 %), a 17 ne slaže s navedenom tvrdnjom (20,24 %). Nadalje, ukupno 28 sudionika nije zauzelo ni negativan niti pozitivan stav po ovom pitanju (33,33 %). Četiri se sudionika u potpunosti (4,76 %), a 15 samo slaže s izjavom (17,86 %).



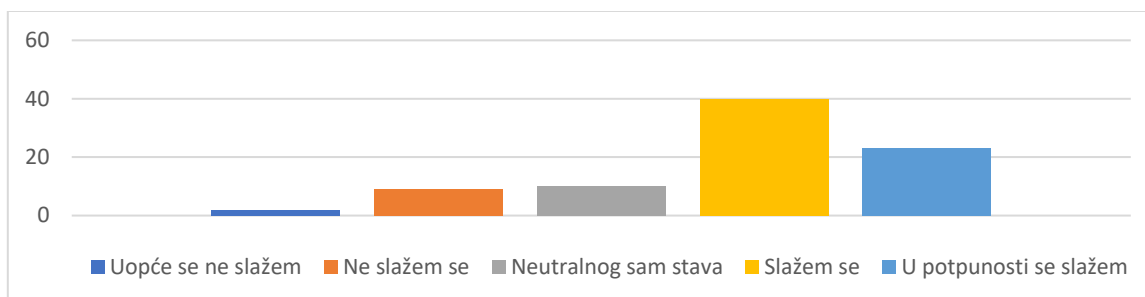
Grafikon 13. Treća tvrdnja: *Tvrtka u kojoj radim potiče svoje zaposlenike da nauče strane jezike*

Neslaganje većine sudionika (63 %) s tvrdnjom kako višejezično osoblje ima višu plaću od zaposlenika koji se služe samo jednim jezikom, ponovno ukazuje na činjenicu da poslodavci, odnosno poduzeće u kojem se djelatnici nalaze, (ne)namjerno nisu svjesni prednosti koje višejezičnost donosi. Stoga valja napomenuti kako se samo jedan sudionik u potpunosti (1,19 %), a samo četvero slaže s navedenom izjavom (4,76 %). Neutralan stav ima 26 sudionika (30,96 %), a 28 sudionika uopće se ne slaže (33,33 %) te 25 ne slaže s izjavom (29,77 %).



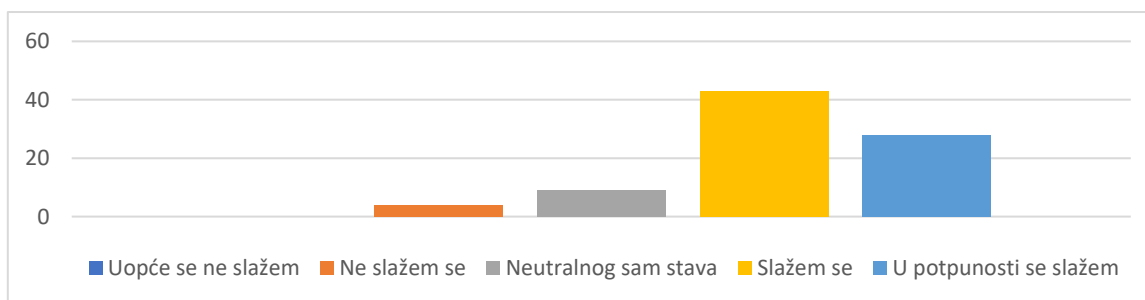
Grafikon 14. Četvrta tvrdnja: *Višejezično osoblje ima višu plaću od jednojezičnih zaposlenika*

Dva sudionika uopće se ne slažu (2,38 %) te devet samo ne slažu (10,71 %) s izjavom kako višejezično osoblje utječe na stvaranje pozitivnog dojma neke turističke destinacije. Nadalje, deset sudionika izrazilo je neutralan stav (11,91 %). Ukupno 40 se sudionika pak slaže (47,62 %), a 23 u potpunosti slaže s navedenim (27,38 %).



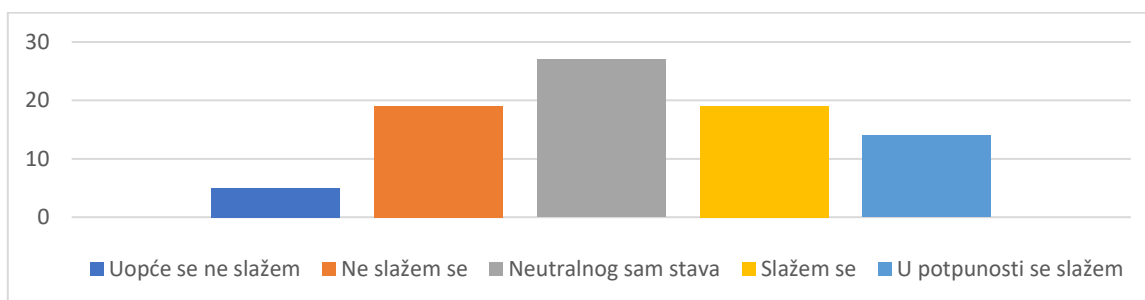
Grafikon 15. Peta tvrdnja: *Višejezično osoblje pridonosi oblikovanju pozitivnog dojma određene turističke destinacije*

Neslaganje s tvrdnjom kako prema stranim jezicima imaju pozitivan stav izrazilo je četvero zaposlenika u Ražancu (4,76 %). Devet je sudionik neutralnog mišljenja (10,71 %). Najveći se broj sudionika, ukupno 43, slaže s izjavom (51,19 %), a 28 se u potpunosti slaže (33,33 %).



Grafikon 16. Šesta tvrdnja: *Prema stranim jezicima imam pozitivan stav*

Sljedeća se tvrdnja tiče percepcije engleskog kao stranog jezika. S obzirom na prikupljene odgovore, pet zaposlenika se uopće ne slaže (5,95 %), a 19 ne slaže s tvrdnjom kako engleski ne percipiraju kao strani jezik (22,62 %). Neutralnog je stava ostalo 27 sudionika (32,14 %). S tvrdnjom se slaže 19 (22,62 %), a u potpunosti slaže 14 zaposlenika (16,67 %).



Grafikon 17. Sedma tvrdnja: *Engleski jezik više ne percipiram kao strani jezik*

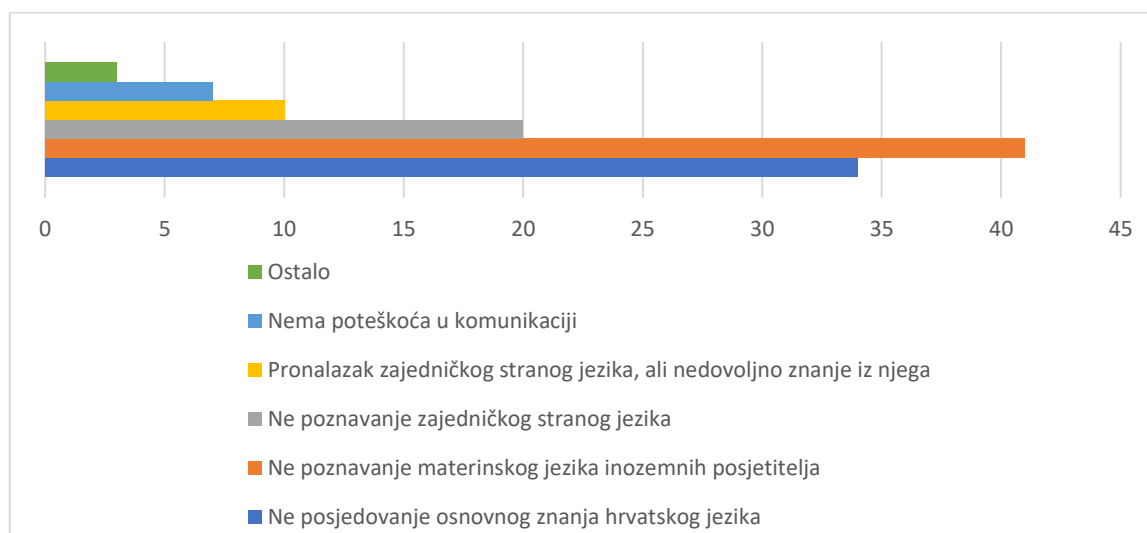
6.1.3. Izazovi u komunikaciji s inozemnim posjetiteljima u Ražancu

Svega je sedam sudionika navelo kako u njihovu slučaju ne dolazi do poteškoća u komunikaciji s inozemnim posjetiteljima (8,33 %). Ostatak je sudionika, odnosno 77 zaposlenika, naveo različite razloge zašto jezične barijere uopće nastaju (91,67 %). Ukupno je navedeno 108 uzroka neuspješne komunikacije.

Sudionici su 34 puta naveli kako je jedan od razloga jezičnih barijera zapravo činjenica da inozemni posjetitelji ne posjeduju osnovno znanje hrvatskog jezika (31,48 %). Čak 41 sudionik objašnjava kako nisu poznavali materinski jezik inozemnog sugovornika, a ovi su očekivali da se komunikacija odvija isključivo na njemu (37,96 %). Nerazumijevanje među sugovornicima može biti posljedica bezuspješnog pronalaska njima zajedničkog stranog jezika. Ovaj je slučaj navelo 20 sudionika (18,52 %). Deset sudionika objašnjava kako su se zatekli u situaciji u kojoj su uspjeli pronaći zajednički strani jezik, ali ipak nisu imali dovoljno znanja da bi komunikacija rezultirala uspjehom (9,26 %).

Kao što je u prethodnom odlomku istaknuto, sedam sudionika nije navelo ikakve razloge, a troje je sudionika iskoristilo mogućnost otvorenog pitanja te samostalno navelo sljedeće komentare (2,78 %):

1. *Pošaljem ih drugom kolegi koji razumije,*
2. *Većina ih je bezobrazna i bezobzirna, ali im mi pokažemo naše gostoprimstvo i nakon par puta popričaju hrvatski <3,*
3. *unzureichende Sprachkenntnisse* (hrv. nedovoljno poznavanje jezika).



Grafikon 18. Razlozi pojave poteškoća u komunikaciji s inozemnim posjetiteljima

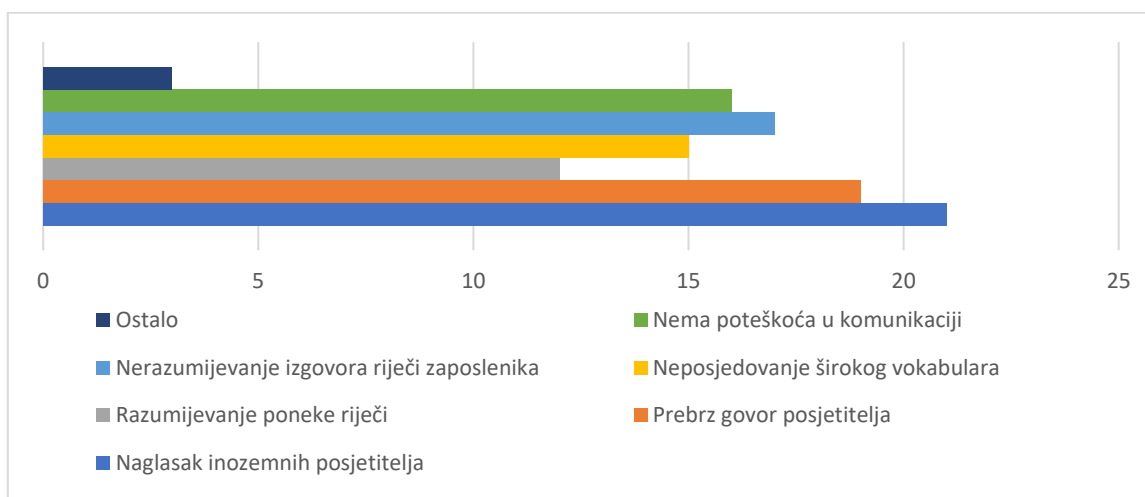
Ukupno 16 zaposlenika potvrđuje kako ne nailaze na prepreke u komunikaciji u situacijama kad oni i njihovi sugovornici koriste njima isti strani jezik (19,05 %). Međutim,

ostatak zaposlenika tvrdi kako do prepreka uistinu dolazi (80,95 %) te navode različite faktore, ukupno njih 86, za koje smatraju da su njihov okidač.

U pojedinim slučajevima, sudionici ne razumiju inozemne posjetitelje zbog njihova naglaska. Ovu je situaciju doživio 21 sudionik (24,42 %). Ukupno 19 sudionika tvrdi kako inozemni posjetitelji govore prebrzo (22,09 %), a njih dvanaest razumiju tek poneku riječ (13,95 %). Nadalje, 15 sudionika je priznalo kako ne posjeduje dovoljno širok vokabular (17,44 %), a 17 sudionika je zadesila okolnost da inozemni posjetitelji ne razumiju njihov izgovor (19,77 %).

Ponovimo, 16 sudionika nije iskusilo ikakve prepreke u komunikaciji s inozemnim posjetiteljima, a dva su sudionika dopisala vlastiti odgovor uz već unaprijed određene (2,33 %):

1. *Njihovo poznavanje jezika je preslabo,*
2. *Können kein gutes Englisch* (hrv. ne govore engleski jezik dobro).

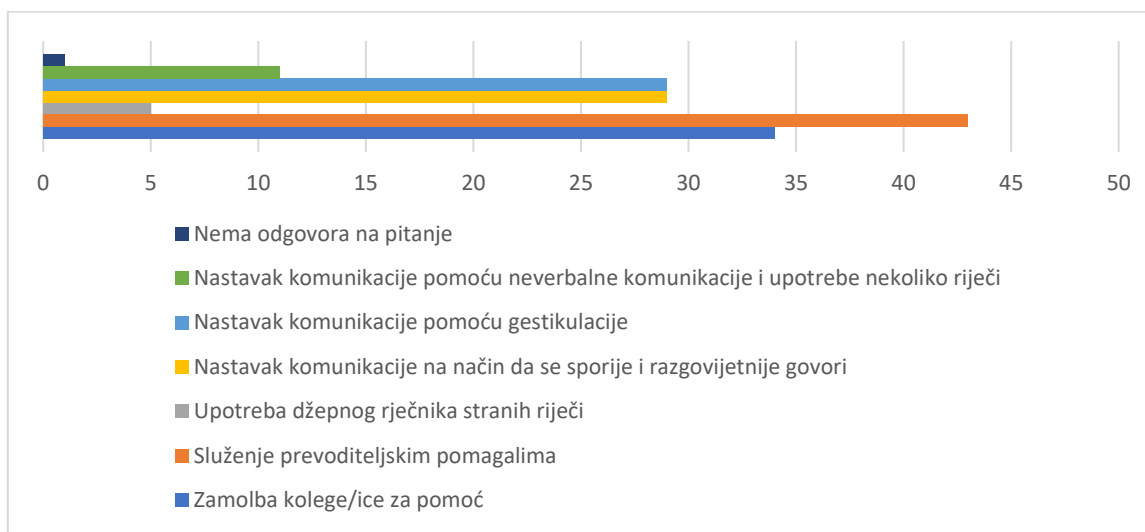


Grafikon 19. Razlozi pojave poteškoća u komunikaciji s inozemnim posjetiteljima u slučajevima kad sugovornici govore zajedničkim stranim jezikom

6.1.4. Strategije zaposlenika pri rješavanju jezičnih barijera

Ukupno 83 zaposlenika ponudilo je sveukupno 151 odgovor kao način rješavanja jezičnih barijera. Pojavom prepreka u interkulturalnoj komunikaciji 34 se sudionika odlučuje zamoliti kolege za pomoć jer oni govore strani jezik kojim se služe posjetitelji (22,52 %). Najčešća je strategija prema odgovorima zaposlenika, ukupno 43, korištenje prevoditeljskih pomagala (28,48 %). Svega pet sudionika upotrebljava džepni rječnik stranih riječi (3,31 %). Jednak broj sudionika, njih 29, pokušava nastaviti komunikaciju na način da sporije i razgovijetnije govori (19,21 %) ili se oslanja na gestikulaciju (19,21 %). Jedanaest sudionika otkriva kako se u tim slučajevima oslanjaju na neverbalnu komunikaciju te upotrebu tek

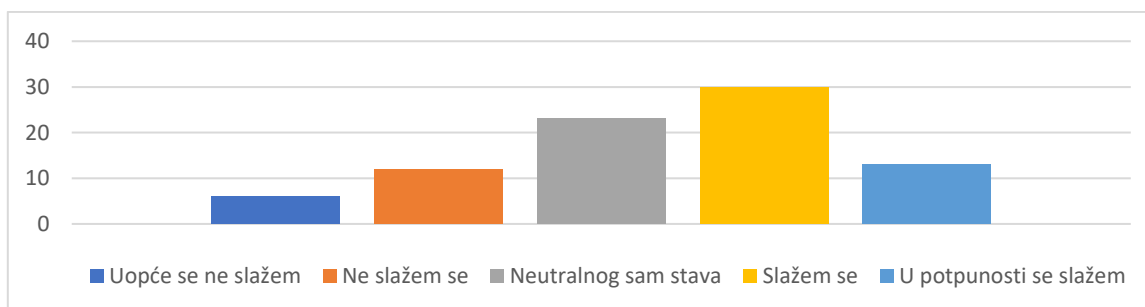
nekoliko riječi (7,29 %). Jedan sudionik nije odabrao nijedan ponuđeni odgovor, a ni ostavio vlastiti komentar (0,66 %).



Grafikon 20. Načini rješavanja prepreka u komunikaciji s inozemnim posjetiteljima

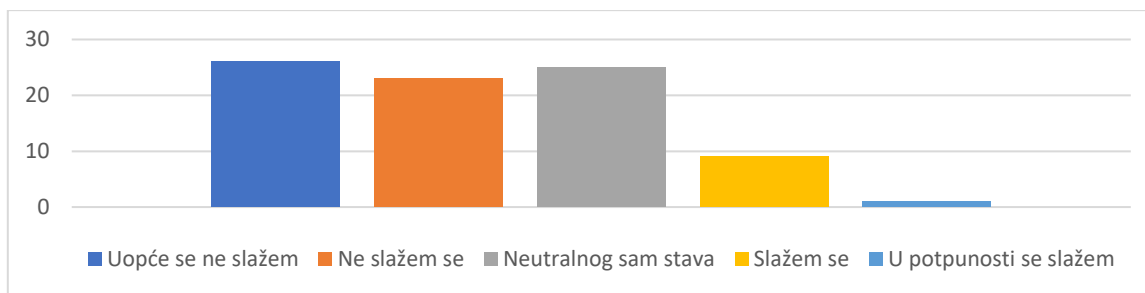
6.1.5. Percepcija zaposlenika o zastupljenosti višejezičnosti u Ražancu

Šest se zaposlenika uopće ne slaže sa sljedećom tvrdnjom koja je vezana uz postojanje potrebe za višejezičnim osobljem zbog povećanja broja inozemnih posjetitelja u Ražancu (7,14 %), dok se dvanaest ne slaže (14,29 %). Neutralnog je mišljenja 23 sudionika (27,38 %). Ukupno 30 sudionika se slaže (35,71 %), a 13 u potpunosti slaže s izjavom (15,48 %).



Grafikon 21. Osma tvrdnja: *U Ražancu postoji potreba za višejezičnim osobljem zbog sve većeg broja inozemnih posjetitelja*

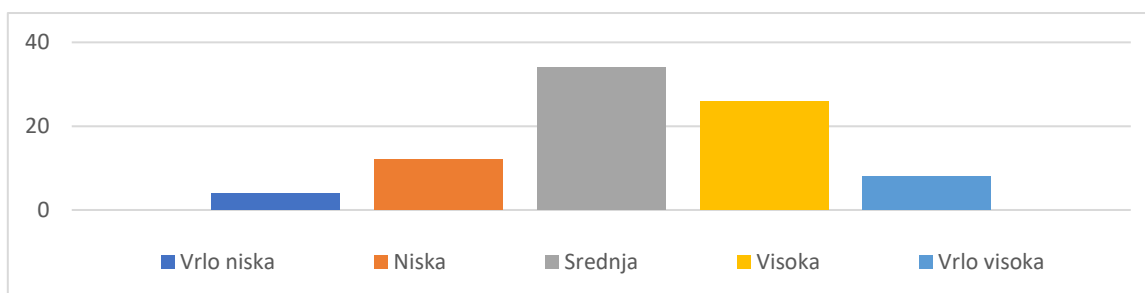
Do velikog neslaganja dolazi kod sljedeće tvrdnje. Naime, 26 sudionika se uopće ne slaže da su strani jezici u dostatnoj mjeri zastupljeni u jezičnom krajoliku Ražanca (30,96 %), a 23 se ne slaže (27,38 %). Sličan broj sudionika, 25 osoba, zauzeo je neutralno stajalište (29,76 %). Devet sudionika se pak slaže (10,71 %), a samo jedan zaposlenik u potpunosti slaže s tvrdnjom (1,19 %).



Grafikon 22. Deveta tvrdnja: *Strani jezici su dovoljno zastupljeni u jezičnom krajoliku Ražanca*

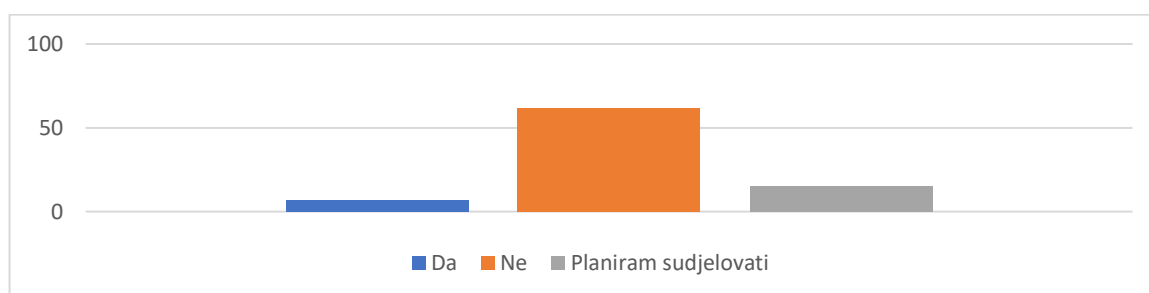
6.1.6. Interkulturalne kompetencije zaposlenika

U sljedećoj je kategoriji sudionicima postavljen niz pitanja vezanih uz interkulturalnu kompetenciju. Prvo se pitanje dotiče procjene njihove trenutne razine navedene vještine. Tako četvero sudionika procjenjuje da je ona vrlo niska (4,76 %), a dvanaest da je niska (14,29 %). Prema mišljenju 34 sudionika, njihova interkulturalna kompetencija dosegla je srednju razinu (40,48 %). Ukupno 26 osoba izjavljuje da je razina u njihovu slučaju visoka (30,95 %), a osam tvrdi da je vrlo visoka (9,52 %).



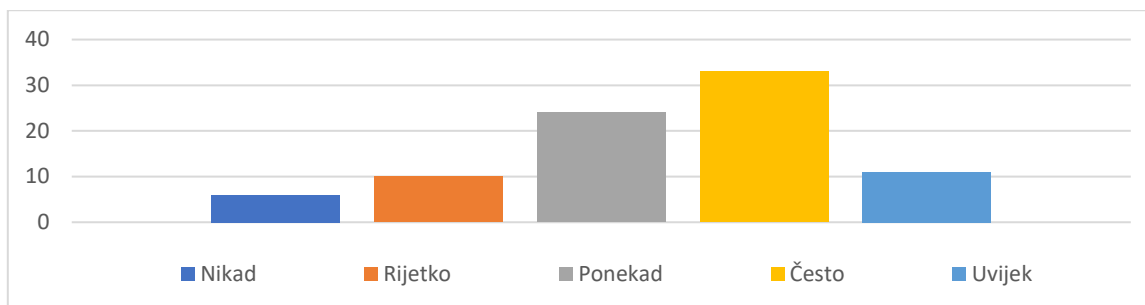
Grafikon 23. Razina interkulturalne kompetencije zaposlenika

Sedam je sudionika dosad sudjelovalo na radionicama ili treninzima namijenjenih usavršavanju interkulturalne kompetencije (8,33 %). Čak 62 sudionika nije, a ni ne planira posjetiti radionice takvog tipa (73,81 %). Svega 15 sudionika je izrazilo želju da usavrši svoje interkulturalne sposobnosti komuniciranja u budućnosti (17,86 %).



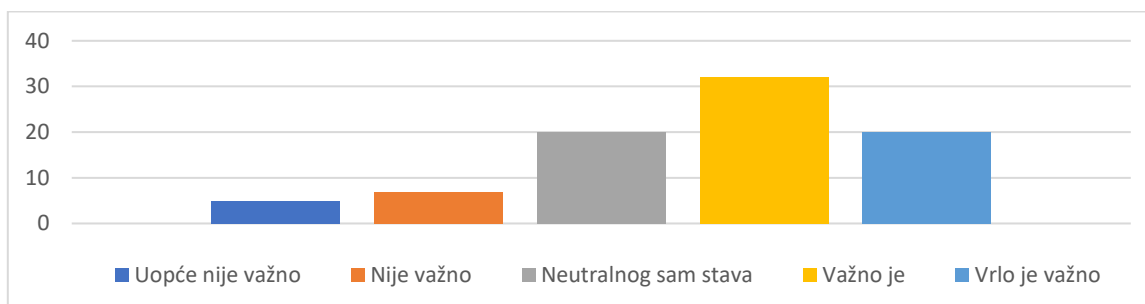
Grafikon 24. Spremnost zaposlenika na sudjelovanje na treninzima ili radionicama interkulturalne kompetencije u budućnosti

Šest je zaposlenika stava da im njihove interkulturalne vještine nikad ne pomaži pri rješavanju konflikata sa sugovornicima s kojima ne dijele prvi jezik (7,14 %). Njih deset navodi kako im vještine tek u rijetkim slučajevima pridonose rješavanju konflikata (11,91 %). Za odgovor *Ponekad* opredijelilo se 24 sudionika (28,58 %). Ukupno 33 zaposlenika tvrdi da im navedene vještine često pomažu (39,29 %), a jedanaestero navodi da im uvijek pomažu (14 %).



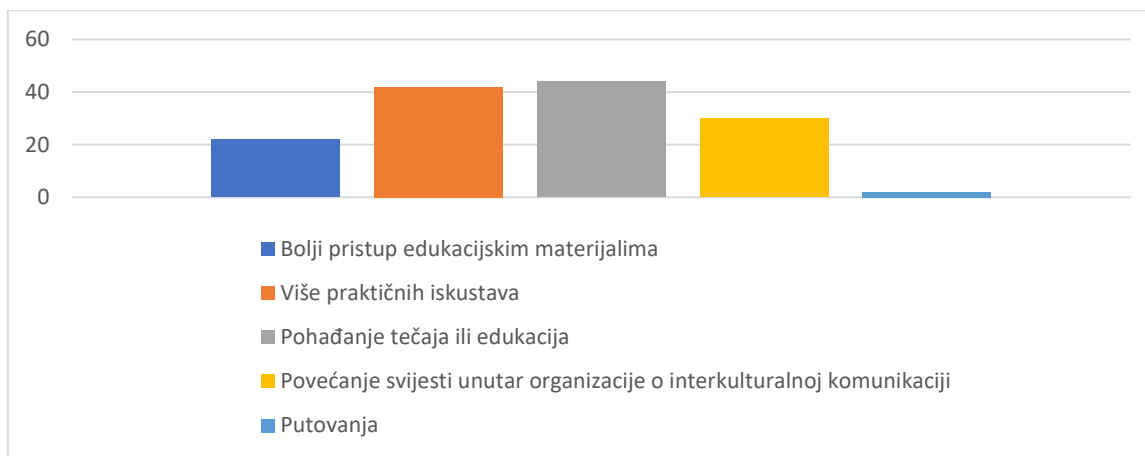
Grafikon 25. Interkulturalne vještine pridonose rješavanju konflikata s inozemnim posjetiteljima

Pet sudionika tvrdi kako uopće nije važno da se zaposlenici u turističkom sektoru kontinuirano educiraju o različitim kulturama (5,92 %). Negativan, ali ponešto blaži stav, po ovom pitanju ima sedam sudionika koji su se opredijelili za odgovor da to nije važno (8,33 %). Neutralno stajalište ima 20 sudionika (23,81 %). Ukupno 32 sudionika misli da je educiranje u tom području važno (39 %), a 20 da je vrlo važno (23,81 %).



Grafikon 26. Važnost neprestane edukacije djelatnika u turizmu o različitim kulturama

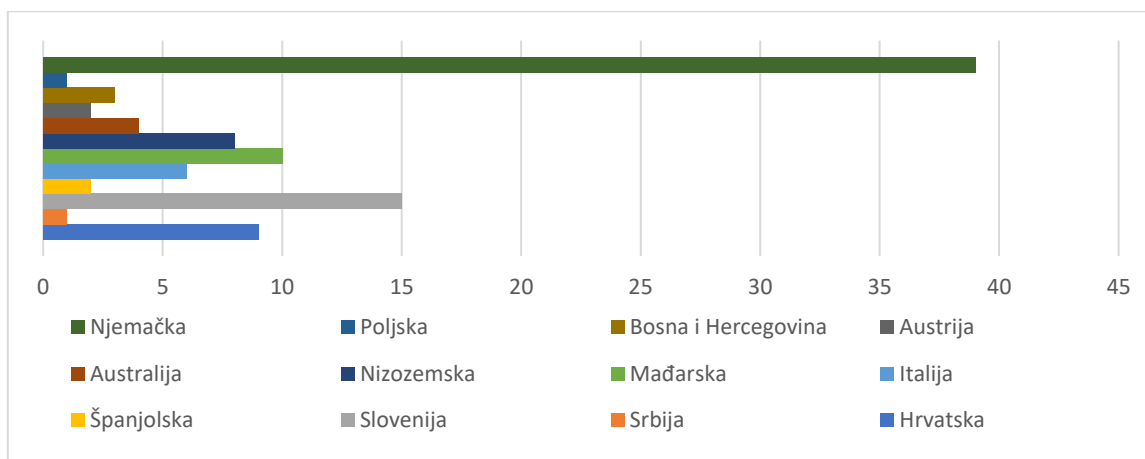
Ukupno 22 sudionika smatra kako bi bolji pristup edukacijskim materijalima utjecao na poboljšanje njihovih interkulturalnih vještina (15,71 %). Nadalje, 42 sudionika tvrdi kako je potrebno više praktičnih iskustava, a da bi se te vještine usavršile (30 %). Najviše je puta, sveukupno 44, odabrano pohađanje tečaja ili edukacija (31,43 %). Kako je najbolje rješenje po tom pitanju zapravo povećanje svijesti o interkulturalnoj komunikaciji unutar organizacije smatra 30 sudionika (21,43 %). Dvoje je sudionika ponudilo vlastito rješenje te kao odgovor napisalo *Putovanja*. Sukladno tome, sudionici su pružili 142 moguća rješenja.



Grafikon 27. Dodatni resursi za poboljšanje interkulturalne kompetencije

6.2. Posjetitelji Ražanca

U istraživanju je sudjelovalo 100 sudionika, koji su ispunili upitnike (pogledaj *Poglavlje 10, Potpoglavlje 10.2. Primjerci upitnika namijenjeni posjetiteljima Ražanca, 10.2.1. Prilog 3. Upitnik za posjetitelje na hrvatskom jeziku, 10.2.2. Prilog 4. Upitnik za posjetitelje na njemačkom jeziku, Prilog 5. Upitnik za posjetitelje na engleskom jeziku i Prilog 6. Upitnik za posjetitelje na talijanskom jeziku*), i to iz ukupno dvanaest različitih zemalja što je prikazano na sljedećem grafikonu.



Grafikon 28. Zemlja prebivališta posjetitelja

Prikupljeno je 27 upitnika na hrvatskom jeziku (27 %) od ukupno 100 podijeljenih. Devet sudionika je iz Hrvatske (33,33 %), ali upitnik na hrvatskom jeziku je ispunila jedna sudionica iz Srbije (3,70 %), četrnaest sudionika iz Slovenije (51,85 %) te tri sudionika iz Bosne i Hercegovine (11,11 %).

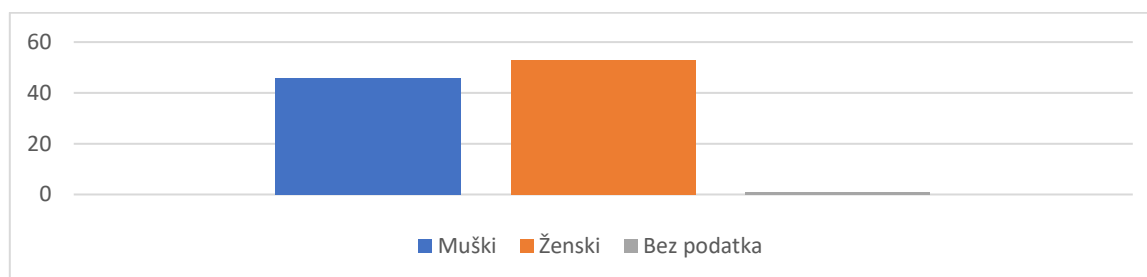
Šest sudionika koji dolaze iz Italije je ispunilo upitnik na talijanskom jeziku (100 %).

Upitnike na njemačkom jeziku ispunilo je 35 sudionika od kojih 31 sudionik ima prebivalište u Njemačkoj (88,57 %), a dvoje ih je iz Austrije (5,71 %). Osim iz njemačkog govornog područja, jedan je sudionik iz Slovenije (2,85 %) te jedan iz Nizozemske (2,85 %).

Upitnike na engleskom jeziku je ispunilo 33 posjetitelja. Dvoje sudionika živi u Španjolskoj (6,06 %), deset u Mađarskoj (30,30 %), devet u Nizozemskoj (27,27 %), četiri u Australiji (12,12 %) i jedan u Poljskoj (3,03 %). Važno je napomenuti kako je sedam sudionika koji imaju prebivalište u Njemačkoj (21,21 %), zatražilo i uspješno ispunilo upitnik na engleskom jeziku unatoč mogućnosti da im se uruči upitnik na materinskom jeziku.

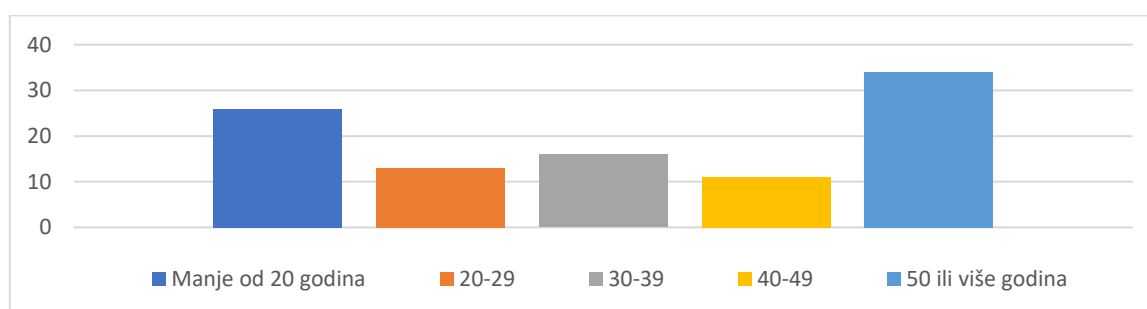
6.2.1. Sociodemografski podaci posjetitelja

Od ukupno 100 sudionika koji su ispunili upitnik, 46 je muškog (46 %), a 53 ženskog spola (53 %). Jedna osoba se nije željela navesti traženi podatak (1 %).



Grafikon 29. Spol posjetitelja

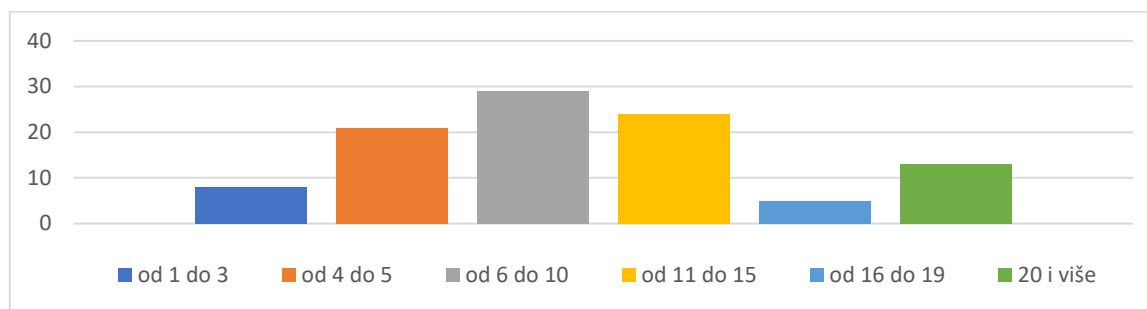
Ukupno 26 sudionika ima manje od 20 godina (26 %). Nadalje, 13 sudionika pripada kategoriji staroj od 20 do 29 godina (13 %), 16 kategoriji od 30 do 39 (16 %) te jedanaest kategoriji od 40 do 49 (11 %). U zadnjoj se kategoriji, osobe stare 50 ili više godine, nalazi 34 sudionika (34 %).



Grafikon 30. Dob posjetitelja

Najveći broj sudionika, njih 29, dosad je posjetio od šest do deset stranih zemalja (29 %). Zatim je 24 sudionika već posjetilo od 11 do 15 različitih zemalja (24 %). Četiri ili pet

stranih zemalja je posjetio 21 sudionik odnosno 21 % svih sudionika. Brojku od 20 ili više zemalja je posjetilo 13 (13 %), a jednu, dvije ili tri zemlje samo osam sudionika (8 %).



Grafikon 31. Broj stranih zemalja u koje su posjetitelji dosad putovali

6.2.2. Jezične prakse i sposobnosti posjetitelja

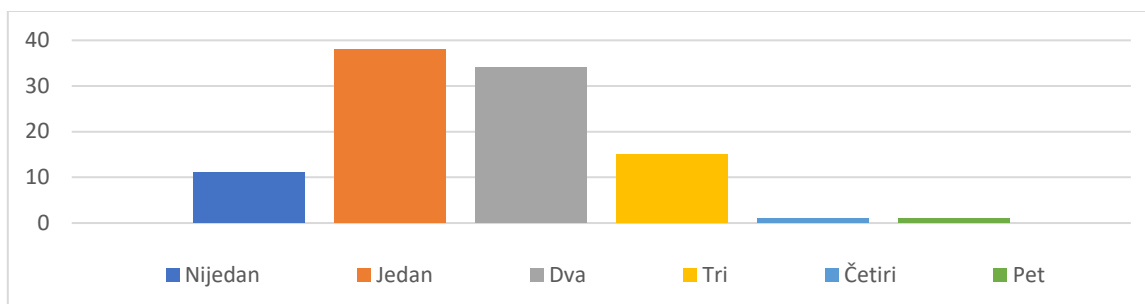
Distribuirano je i prikupljeno 27 primjeraka upitnika na hrvatskom jeziku. Taj je upitnik ispunilo deset sudionika čiji je prvi jezik hrvatski (37,04 %). Srpski je jezik materinski jezik jednom sudioniku (3,7 %), slovenski jedanaestero sudionika (40,74 %) te bosanski dvama posjetiteljima (7,41 %). Jedan je sudionik, čiji je prvi jezik zapravo engleski, također ispunio upitnik sastavljen na hrvatskom jeziku (3,7 %). Dvoje je sudionika kao prvi jezik navelo dva jezika. Tako je jedan sudionik naveo kombinaciju hrvatskog i bosanskog (3,7 %), a drugi hrvatskog i slovenskog (3,7 %).

Upitnike na talijanskom jeziku, ukupno šest primjeraka, ispunili su isključivo govornici talijanskog kao prvog jezika (100 %).

Sveukupno je podijeljeno 33 upitnika na engleskom jeziku te je i u ovom slučaju situacija prilično raznovrsna po pitanju prvih jezika sudionika poput onih sastavljenih na hrvatskom. Tako je primjerice upitnik ispunilo samo troje sudionika čiji je engleski u suštini prvi jezik kojeg su usvojili (9,09 %). Nadalje, dva sudionika za prvi jezik imaju španjolski (6,06 %), deset mađarski (30,30 %), devet nizozemski (27,27 %), jedan kineski (3,03 %) te jedan poljski jezik (3,03 %). Sedam osoba, čiji je njemački jezik materinski jezik, također je odabralo upitnik sastavljen na engleskom jeziku (21,21 %).

Prikupljeno su 35 ispunjena primjerka na njemačkom jeziku, a većini je sudionika, 29 njih, njemački i prvi jezik (82,86 %). Uz 29 sudionika koji su izvorni govornici njemačkog jezika, trima je osobama hrvatski prvi jezik (8,57 %). Navedeni je upitnik ispunio i jedan sudionik čiji je materinski jezik nizozemski (2,86 %), a dvoje je sudionika uz njemački navelo dodatan jezik. Tako je jedan sudionik naveo njemački i ukrajinski (2,86 %), a jedan njemački i albanski kao svoje prve jezike (2,86 %).

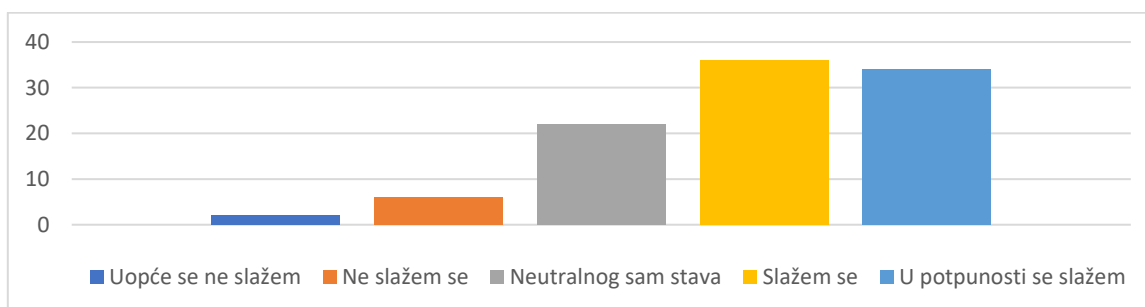
Od ukupno 100 sudionika u istraživanju, njih jedanaest ne govori niti jedan strani jezik (11 %). Dvojezično je 38 (38 %), a trojezično 34 sudionika (34 %). S trima stranim jezicima koristi se 15 sudionika (15 %). S četiri (1 %) i pet stranih jezika (1 %) uspješno se koristi po jedan sudionik.



Grafikon 32. Broj stranih jezika kojima se posjetitelji služe

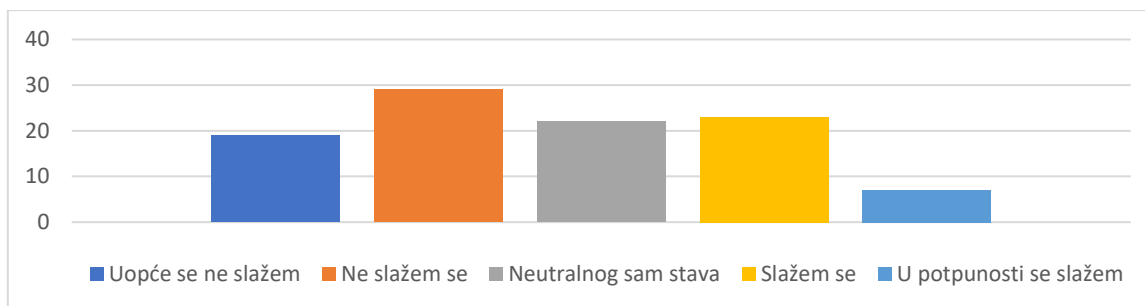
Od stranih jezika s kojima su se susreli u Ražancu, sudionici su naveli hrvatski, engleski, njemački, talijanski, mađarski, slovenski, češki, francuski, srpski, slovački i španjolski jezik. Međutim, u ovim su se odgovorima pronašli i ukrajinski, ruski te albanski jezik. Vrlo je važno istaknuti kako samo jedan sudionik tvrdi da se u Ražancu može čuti isključivo hrvatski jezik.

Na tvrdnju da zaposlenici u turizmu trebaju poznavati više stranih jezika, samo dvoje sudionika je odgovorilo s *Uopće se ne slažem* (2 %), a *Ne slažem se* kao odgovor je zaokružilo šest sudionika (6 %). Neutralnog stava je 22 sudionika (22 %). Većina sudionika, njih 70, je pozitivnog mišljenja. Sukladno tome, 36 sudionika je odabralo *Slažem se*, a 34 sudionika *U potpunosti se slažem* kao odgovor.



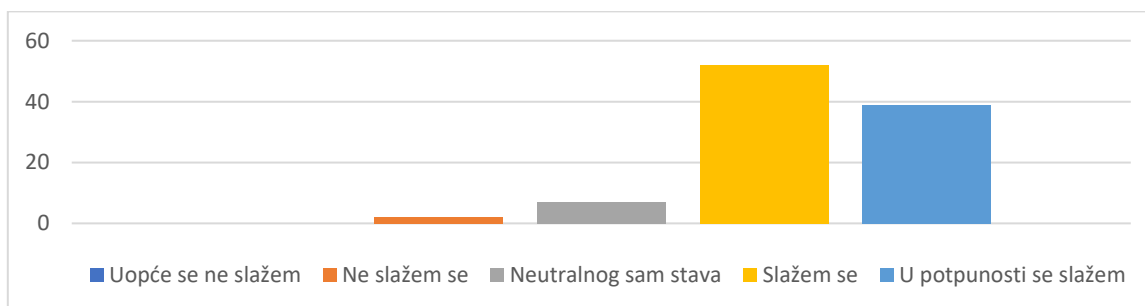
Grafikon 33. Prva tvrdnja: Zaposlenici u turizmu moraju poznavati više jezika

Ukupno 19 sudionika uopće ne očekuje te im nije važno da djelatnici u turizmu pričaju njihov materinski jezik (19 %). Najviše sudionika, njih 29, odabralo je kao odgovor *Ne slažem se* (29 %). Neutralnog je mišljenja 22 sudionika (22 %). Njih 23 se složilo s tvrdnjom da očekuje te da im je važno da zaposlenici u turizmu pričaju njihov prvi jezik (23 %), a samo sedam njih odabralo je odgovor *U potpunosti se slažem* (7 %).



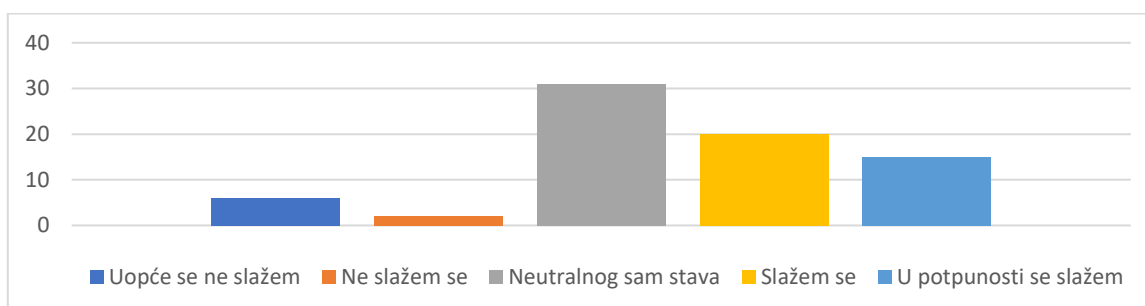
Grafikon 34. Druga tvrdnja: *Očekujem i važno mi je da zaposlenici u turizmu pričaju moj prvi jezik*

Niti jedan sudionik nije izjavio kako se uopće ne slaže s tvrdnjom da prema stranim jezicima ima pozitivan stav, ali njih dvoje se ne slaže s tvrdnjom (2 %). Samo je sedam sudionika iznijelo neutralan stav (7 %). Čak 91 sudionik se poistovjećuje s tvrdnjom da prema stranim jezicima ima pozitivno mišljenje. Stoga je 52 sudionika odgovorilo sa *Slažem se* (52 %), a 39 s *U potpunosti se slažem* (39 %).



Grafikon 35. Treća tvrdnja: *Prema stranim jezicima imam pozitivan stav*

U cjelini koja se bavi jezičnim praksama posjetitelja koji su se za vrijeme istraživanja zatekli u Ražancu, na sljedeću je tvrdnju najveći postotak bio neutralnog stajališta. Naime, 31 je osoba izrazila neutralan stav na tvrdnju kako engleski jezik ne percipira kao strani jezik (31 %). Tvrdnju je opovrgnulo šest sudionika s odgovorom *Uopće se ne slažem* (6 %), a samo dvoje se odlučilo za *Ne slažem se* (2 %). Ukupno 20 sudionika se slaže s tvrdnjom (20 %), a 15 se u potpunosti slaže (15 %).

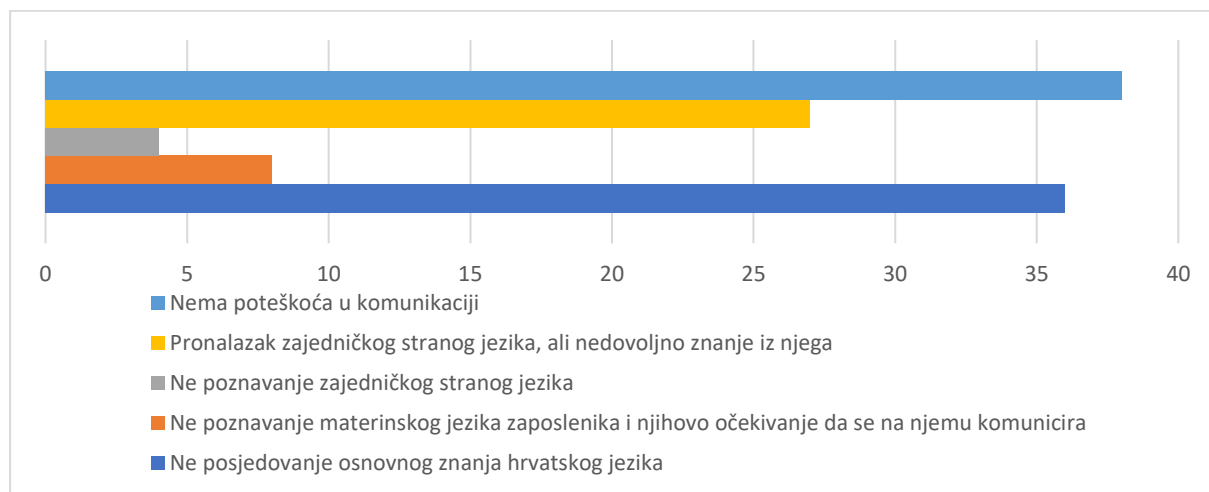


Grafikon 36. Četvrta tvrdnja: *Engleski jezik ne percipiram kao strani jezik*

6.2.3. Izazovi u komunikaciji sa zaposlenicima u Ražancu

Ukupno 38 sudionika izjavljuje kako nije iskusilo poteškoće u komuniciranju sa zaposlenicima u Ražancu (38 %), što znači da ostali jest (62 %). Na temelju prikupljenih podataka je vidljivo kako je 62 sudionika navelo ukupno 75 razloga kao uzroke prepreka u komunikaciji.

Dakle, 36 sudionika smatra kako se njihovo nepoznavanje osnova hrvatskog jezika negativno odrazilo na komunikaciju sa zaposlenicima u Ražancu (48 %). Osam sudionika je doživjelo da su zaposlenici ustrajali da se komunikacija odvija na hrvatskom jeziku, unatoč činjenici da ga inozemni posjetitelji ne govore (10,67 %). Četvero sudionika nije imalo priliku pronaći strani jezik poznat zaposlenicima (5,33 %). Zabilježeno je 27 slučajeva u kojima su sugovornici pronašli zajednički strani jezik, ali ipak nisu imali dovoljno znanja da komunikacija bude efikasna (36 %).



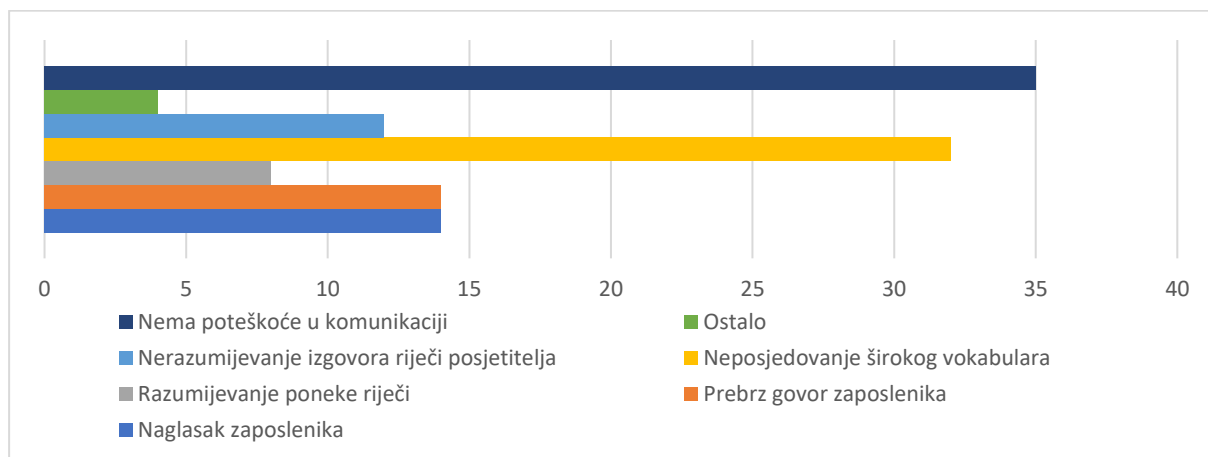
Grafikon 37. Razlozi pojave poteškoća u komunikaciji sa zaposlenicima u Ražancu

Ako su posjetitelji i zaposlenici bili u mogućnosti pronaći zajednički strani jezik, u 35 slučajeva nije došlo do daljnjih prepreka u komunikaciji (35 %). Međutim, 65 sudionika je i tad doživjelo poteškoće u komunikaciji (65 %). Kao rezultat novonastale situacije, sudionici su ponudili 84 odgovora kao valjane uzroke.

Ukupno 14 sudionika nije moglo nastaviti komunikaciju jer nije razumjelo što im se govori zbog naglaska zaposlenika (16,67 %). Isti broj sudionika navodi kako su zaposlenici pričali prebrzo te time narušili tok komunikacije (16,67 %). Osam je sudionika razumjelo tek poneku riječ tijekom razgovora (9,52 %), a 32 sudionika zaključuje kako nisu imali dovoljno širok vokabular iz stranog jezika (38 %). U dvanaest situacija zaposlenici nisu razumjeli posjetiteljev izgovor riječi (14,29 %).

Četiri su osobe iskoristile mogućnost davanja dodatnog razloga te navelo sljedeće:

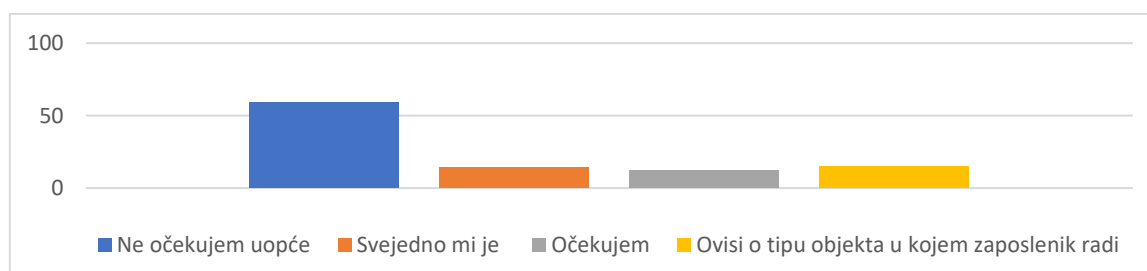
1. *Employees do not have enough vocabulary of hungarian language, they know some words* (hrv. zaposlenici nemaju dovoljno širok vokabular mađarskog jezika, znaju neke riječi),
2. *The employees do not have the vocabulary :)* (hrv. zaposlenici nemaju vokabular),
3. *MOSTLY NO DIFFICULTIES* (hrv. uglavnom nema poteškoća),
4. *Irgendwie kommt man immer zur Lösung* (hrv. nekako se uvijek pronade rješenje).



Grafikon 38. Razlozi pojave poteškoća u komunikaciji s inozemnim posjetiteljima u slučajevima kad sugovornici govore zajedničkim stranim jezikom

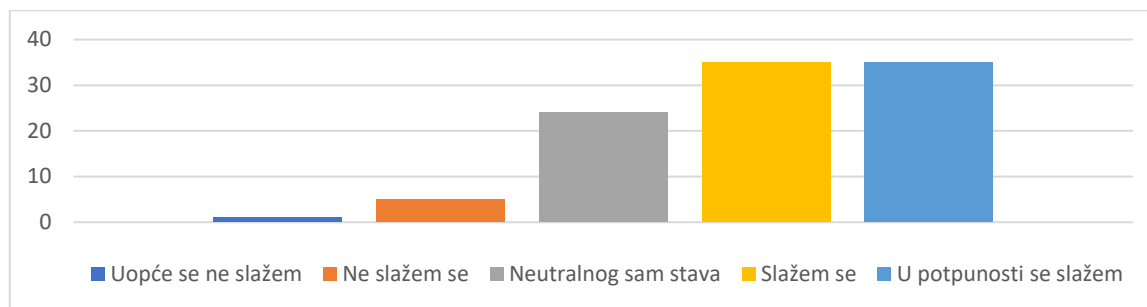
Posjetitelji smatraju da poznavanje više jezika utječe na kvalitetu pružene usluge u: restoranima (navedeno 81 put), prodavaonicama mješovite robe (40 puta), zdravstvenim ustanovama (85 put), pošti (49 puta), kafićima (58 puta), turističkoj zajednici (79 puta), knjižnici (33 puta), pekarnici (46 puta), slastičarnici (46 puta) te smještajnim objektima, apartmanima i kampovima (75 puta). Zbroj danih odgovora prema tome je 592.

Ukupno 59 posjetitelja uopće ne očekuje da se komunikacija sa zaposlenima u turizmu odvija na njihovom materinskom jeziku (59 %), dok je za njih 14 (14%) svejedno. Dvanaest sudionika to očekuje (12 %), a 15 sudionika tvrdi kako odabir jezika na kojem će se komunikacija odvijati ovisi zapravo o tipu objekta u kojem zaposlenik radi (15 %).



Grafikon 39. Peta tvrdnja: Očekujem da se zaposlenici u turizmu služe mojim prvim jezikom te da se komunikacija odvija isključivo na njemu

Veoma mali postotak, odnosno šest sudionika, smatra da višejezično osoblje ne utječe na oblikovanje pozitivnog dojma određene turističke destinacije. Tako se naprimjer samo jedna osoba uopće ne slaže (1 %), a njih pet ne slaže s navedenom tvrdnjom (5 %). Neutralnog mišljenja su 24 osobe (24 %). Od ukupno 70 sudionika, jedna polovica se slaže (35 %), dok se druga u potpunosti slaže s navedenim (35 %) što je i prikazano na grafikonu.

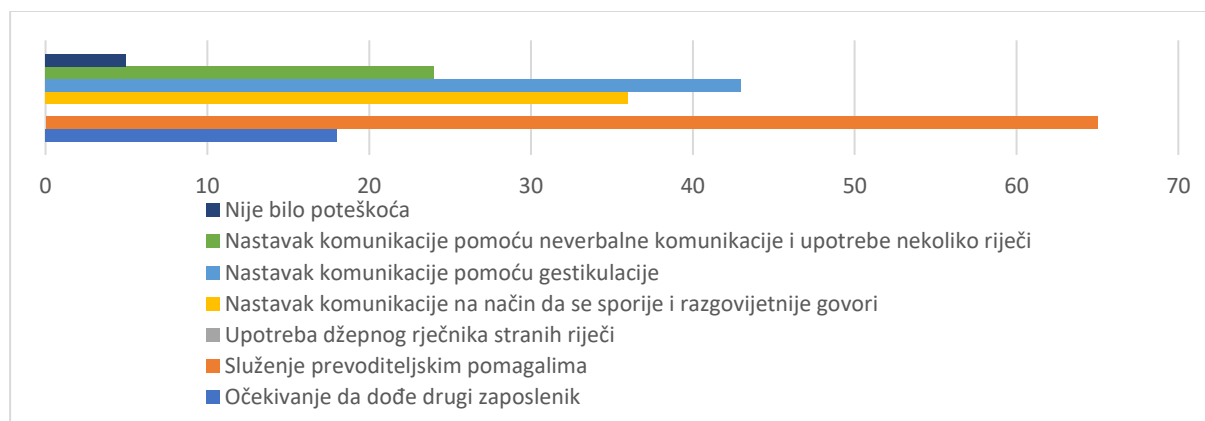


Grafikon 40. Šesta tvrdnja: *Višejezično osoblje pridonosi oblikovanju pozitivnog dojma određene turističke destinacije*

6.2.4. Strategije pri rješavanju barijera sa zaposlenicima

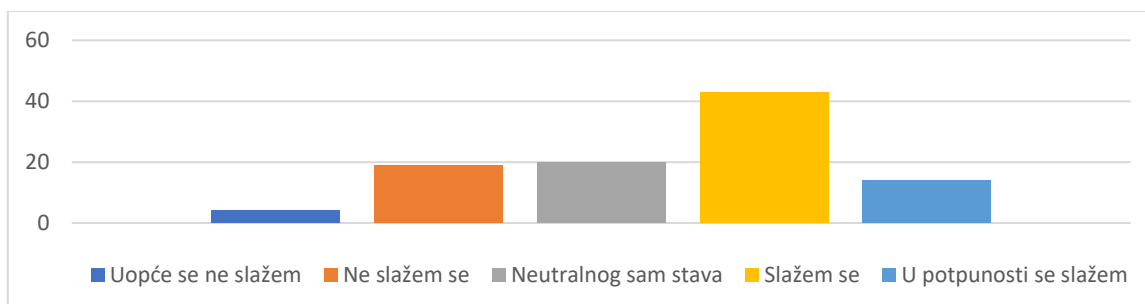
Pet se sudionika nije izrazilo prema kojim strategijama naginju kad dođe do nerazumijevanja u komunikaciji sa zaposlenicima, tj. navelo je kako do poteškoća uopće ne dolazi (5 %). Ostalih 95 sudionika ima iskustva u ovom području te ukupan broj čini 186 pruženih odgovora.

Ukupno 18 sudionika očekuje da ga posluži drugi zaposlenik koji govori istim jezikom (9,68 %). Najveći broj sudionika, njih 64, koristi prevoditeljska pomagala (34,41 %). Nitko od posjetitelja se ne uzda u korištenje džepnog rječnika stranih riječi. Ukupno 36 sudionika nastavlja komunikaciju na način da sporije i razgovijetnije govori (19,36 %), 43 se oslanja na gestikulaciju i govor (23,12 %) te se 24 pouzdaje u neverbalnu komunikaciju i upotrebu tek nekoliko riječi (12,9 %).



Grafikon 41. Načini rješavanja prepreka u komunikaciji sa zaposlenicima

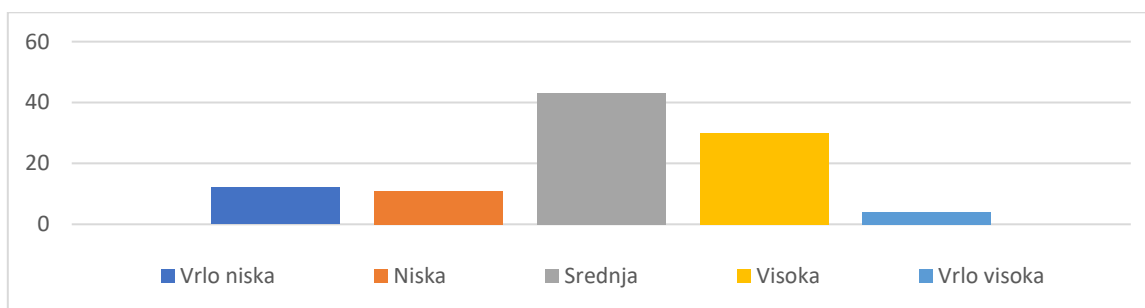
S tvrdnjom kako se tok komunikacije može ozbiljno oštetiti ako sugovornici nemaju isti zajednički jezik uopće se ne slaže četvero (4 %), a ne slaže 19 sudionika (19 %). Nadalje, 20 je sudionika neutralnog mišljenja (20 %), 43 se pak slaže (43 %), a 14 u potpunosti slaže s izjavom (14 %).



Grafikon 42. Sedma tvrdnja: *U slučaju da sugovornici nemaju isti zajednički jezik, tok komunikacije se može ozbiljno oštetiti*

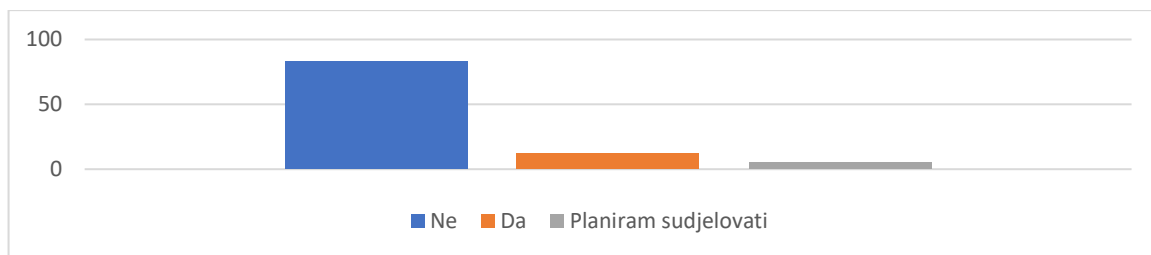
6.2.5. Interkulturalne kompetencija posjetitelja

Dvanaest sudionika procjenjuje svoju razinu interkulturalne kompetencije kao vrlo nisku (12 %), a njih jedanaest tvrdi da je ona niska (11 %). Ukupno 43 sudionika smatra da njihova interkulturalna vještina nije ni niska niti visoka, već ju opisuju kao srednju (43 %). Nadalje, 30 sudionika tvrdi da posjeduju visoku (30 %), a četvero vrlo visoku razinu kompetencije (4 %).



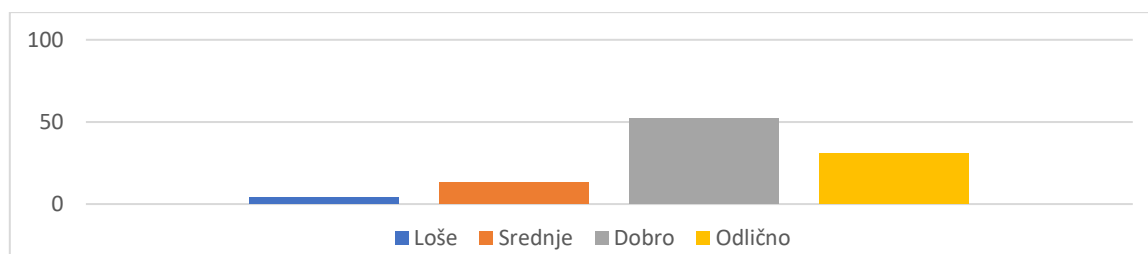
Grafikon 43. Razina interkulturalne kompetencije posjetitelja

Što se spremnosti na sudjelovanje na različitim oblicima radionica vezanim uz poboljšanje vlastite razine interkulturalne kompetencije tiče, utvrđena je poražavajuća brojka. Tako primjerice 83 sudionika nije, a ni nema namjeru sudjelovati na radionicama namijenjenim poboljšanju ove vrste kompetencije (83 %). Dvanaest sudionika je već sudjelovalo na takvim oblicima edukacije (12 %), a samo njih pet planira sudjelovati (5 %).



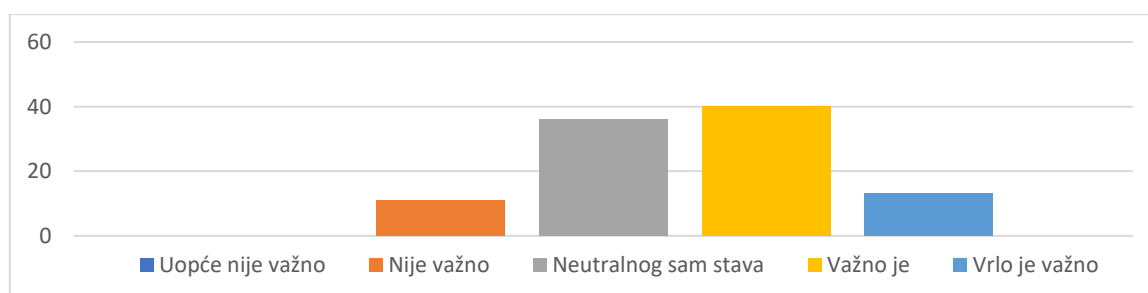
Grafikon 44. Spremnost posjetitelja na sudjelovanje na treninzima ili radionicama interkulturalne kompetencije u budućnosti

Niti jedan sudionik ne tvrdi da je njegovo iskustvo sa zaposlenicima u Ražancu u pogledu njihove sposobnosti da se nose s kulturnim razlikama bilo *Vrlo loše*, no njih četvero ga opisuje kao *Loše*. Za sredinu ljestvice pruženo je 13 odgovora (13 %), dok su se 52 sudionika izjasnila s odgovorom *Dobro*, a 31 s odgovorom *Odlično*.



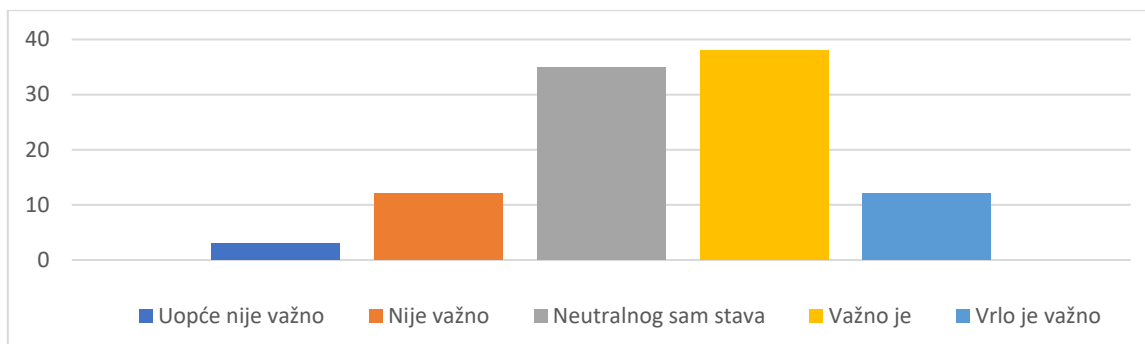
Grafikon 45. Procjena iskustva sa zaposlenicima u Ražancu u pogledu njihove sposobnosti da se nose s kulturnim razlikama

Sljedeće se pitanje odnosi na educiranje zaposlenih u turističkoj djelatnosti o kulturnim različitostima. Jedanaest sudionika smatra kako takva vrsta edukacije nije važna (11 %), dok je neutralnog stava njih 36 (36 %). Nešto manje od polovice sudionika, njih 40, stajališta je da je edukacija važna (40 %), a njih 13 da je vrlo važna (13 %).



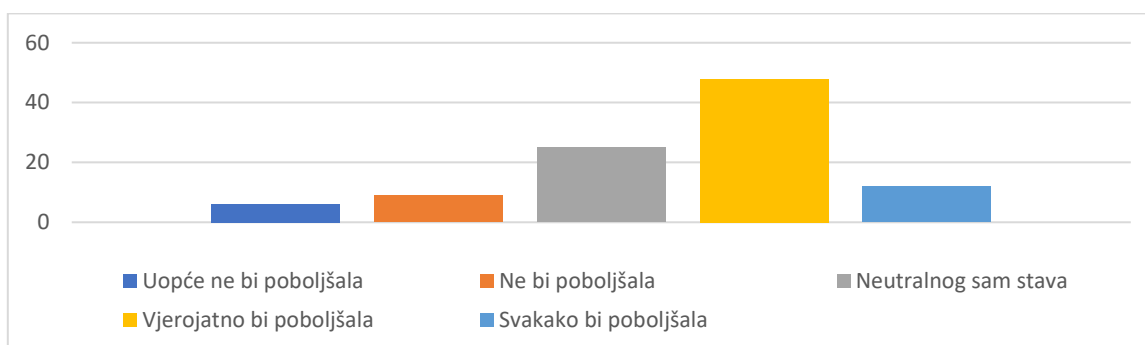
Grafikon 46. Važnost neprestane edukacije djelatnika u turizmu o različitim kulturama

Tri su sudionika mišljenja kako uopće nije važno da turistička destinacija promovira kulturnu raznolikost i razumijevanje prema različitim kulturama (3 %), a njih dvanaest zastupa stajalište da to nije važno (12 %). Neutralnog je stava njih 36 (36 %). Druga polovica sudionika pozitivnog je mišljenja, odnosno njih 40 je kao odgovor odabralo *Važno je* (40 %), a 12 *Vrlo je važno* (12 %).



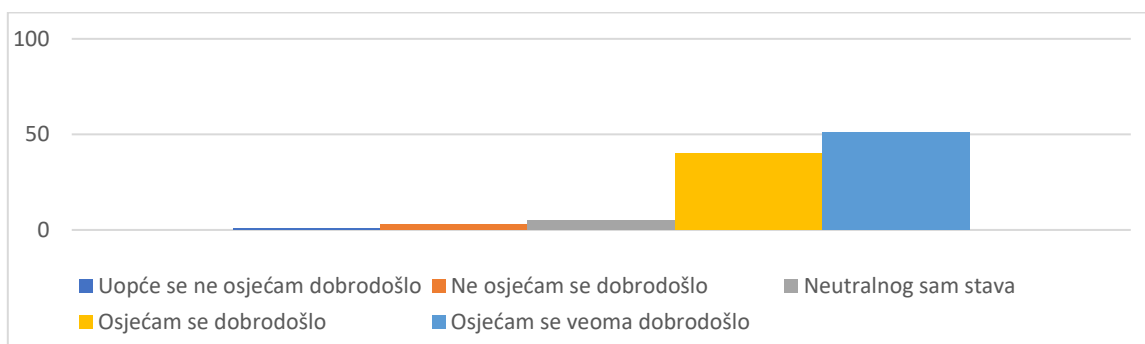
Grafikon 47. Važnost promocije kulturne raznolikosti i razumijevanja prema različitim kulturama u turističkoj destinaciji

Šest sudionika iznosi stav kako dodatna obuka u interkulturalnoj kompetenciji uopće ne bi utjecala na poboljšanje turističke ponude Ražanca (6 %), dok devet sudionika tvrdi da vjerojatno ne bi (9 %). O ovom pitanju neutralan stav ima 25 sudionika (25 %). Ostatak sudionika, njih ukupno 60, ima optimističniji pristup. Tako njih 48 tvrdi da bi obuka vjerojatno (48 %), a ostalih dvanaest da bi svakako poboljšala turističku ponudu (12 %).



Grafikon 48. Poboljšanje turističke ponude u Ražancu kroz dodatnu obuku o interkulturalnoj kompetenciji

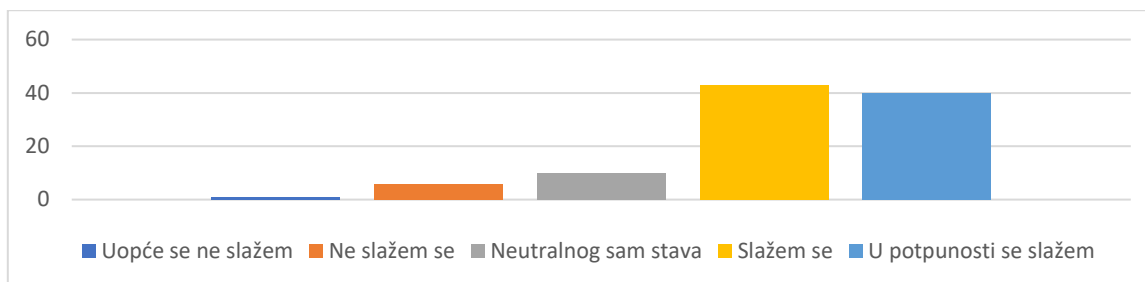
Dobrodošlo i poštovano u Ražancu se osjeća čak 91 % sudionika. Sukladno tome, 40 sudionika se osjeća dobrodošlo (40 %), a 51 osoba veoma dobrodošlo (51 %). Samo je jedna osoba izjavila da se uopće ne osjeća dobrodošlo (1 %), a tri da se ne osjećaju dobrodošlo (3 %). Pet sudionika ima neutralan stav prema postavljenom pitanju (5 %).



Grafikon 49. Procjena osjećaja dobrodošlice i poštovanja u Ražancu

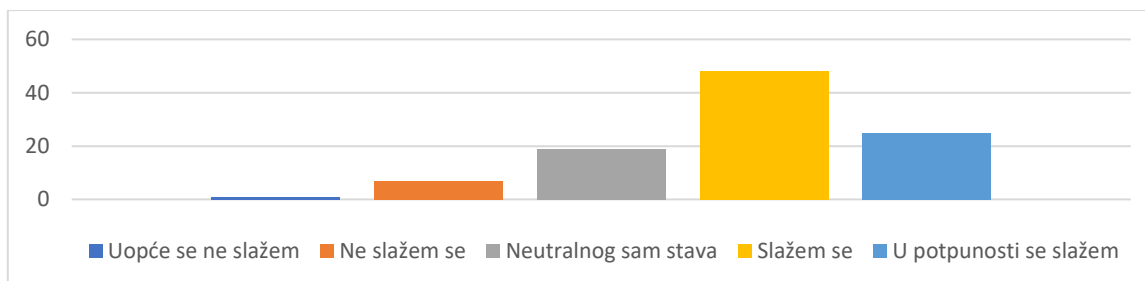
6.2.6. Percepcija posjetitelja o zastupljenosti višejezičnosti u Ražancu

Čak 83 sudionika smatra da Ražanac postaje turističko mjesto tijekom ljetnih mjeseci, dok njih sedam tvrdi suprotno. Tako jedna osoba smatra da to uopće nije točno (1 %), a šest da to nije točno (6 %). Neutralan stav je izrazilo deset sudionika (10 %). Čak 43 sudionika se slaže (43 %), a ostalih 40 se u potpunosti slaže s izjavom (40 %).



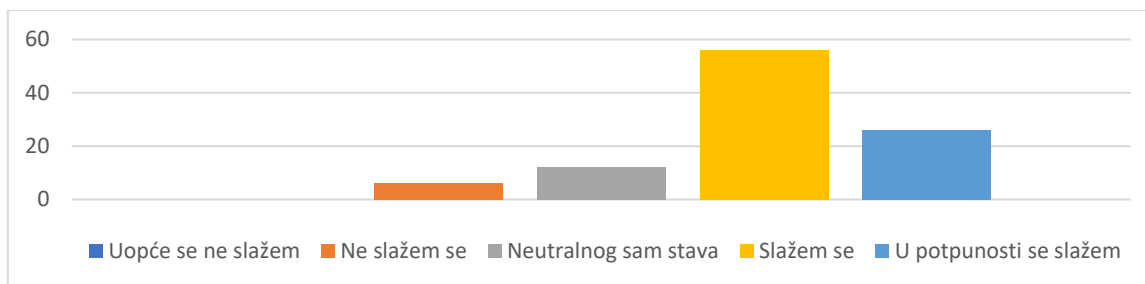
Grafikon 50. Sedma tvrdnja: *Ražanac postaje turističko mjesto tijekom ljetnih mjeseci*

Baš kao što je to slučaj u prethodnom pitanju, više od polovice sudionika se slaže s tvrdnjom da u Ražancu postoji potreba za višejezičnim osobljem zbog rastućeg broja inozemnih posjetitelja. Stoga je jedan sudionik odabrao *Uopće se ne slažem* (1 %), a sedam sudionika *Ne slažem se* kao odgovor (7 %). Neopredijeljeno je ostalo 19 sudionika (19 %), a njih 48 se slaže (48 %) te 25 u potpunosti slaže s tvrdnjom (25 %).



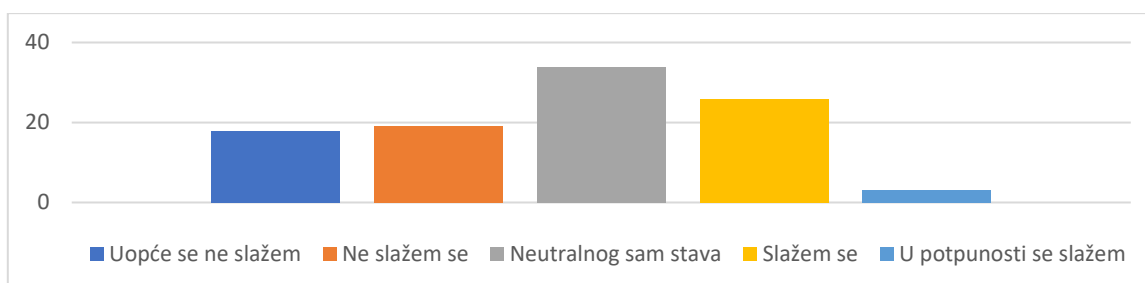
Grafikon 51. Osmu tvrdnja: *U Ražancu postoji potreba višejezičnim osobljem zbog sve većeg broja inozemnih posjetitelja*

Niti se jedan sudionik od ukupno 100 uopće ne slaže s tvrdnjom kako je poznavanje jezika neophodno za turistički razvoj Ražanca, no njih šest izražava da se s njom ne slaže (6 %). Dvanaest sudionika ne zauzima ni pozitivno niti negativno mišljenje (12 %). S navedenim se slaže 56 (56 %), a u potpunosti slaže 26 sudionika (26 %).



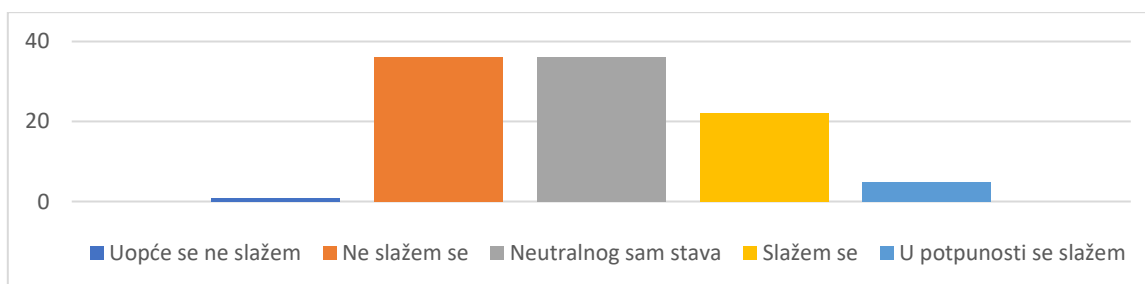
Grafikon 52. Deveta tvrdnja: *Poznavanje stranih jezika je neophodno za turistički razvoj Ražanca*

S jedne strane, 18 sudionika uopće se ne slaže (18 %) te njih 19 ne slaže (19 %) s izjavom da su strani jezici dovoljno zastupljeni u jezičnom krajoliku Ražanca. S druge strane, troje sudionika se u potpunosti slaže (3 %), a njih 26 slaže (26 %) s tvrdnjom da su strani jezici zastupljeni u dovoljnoj mjeri. Neutralno mišljenje ima 34 sudionika (34 %).



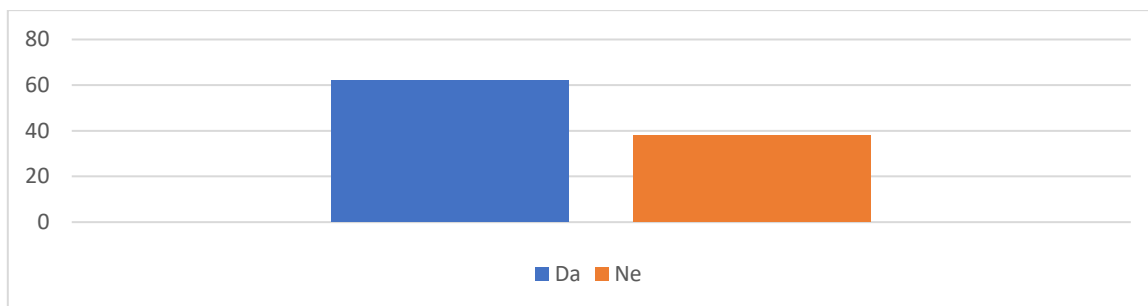
Grafikon 53. Deseta tvrdnja: *Strani jezici su dovoljno zastupljeni u jezičnom krajoliku Ražanca*

Jednaki broj sudionika zastupa neutralno mišljenje (36 %) ili ono kako se ne slaže s tvrdnjom (36 %) da hrvatski jezik gubi na važnosti tijekom sezone jer se komunikacija češće odvija na stranim jezicima. S tim se uopće ne slaže jedna osoba (1 %), dok se s navedenim slaže 22 (22 %) i u potpunosti slaže pet sudionika (5 %).



Grafikon 54. Jedanaesta tvrdnja: *U Ražancu hrvatski jezik tijekom sezone gubi na važnosti jer se komunikacija sve češće odvija na stranim jezicima*

Dok 62 sudionika izjavljuje da ih prisutnost stranih jezika u Ražancu motivira da nauče neki strani jezik (62 %), njih 38 suprotnog je stajališta (38 %).



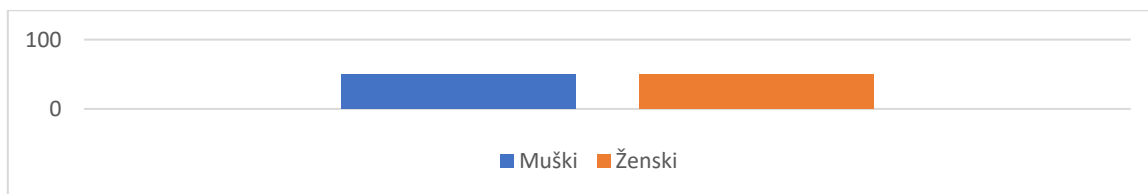
Grafikon 55. Dvanaesta tvrdnja: *Prisutnost stranih jezika u Ražancu me potiče da naučim neki strani jezik*

6.3. Stanovništvo Općenito Ražanac

Ukupno 100 stanovnika s područja Općine Ražanac ispunilo je treći upitnik (Pogledaj *Poglavlje 10., potpoglavlje 10.3. Primjerak upitnika namijenjen stanovnicima Općine Ražanac*) te su svi hrvatskog državljanstva.

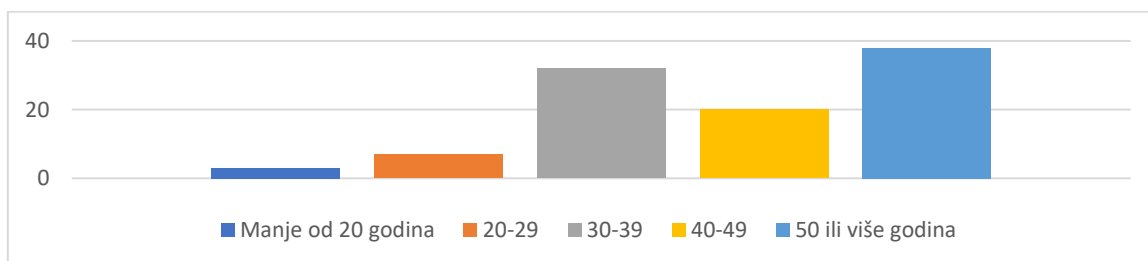
6.3.1. Sociodemografski podaci stanovnika

Polovica sudionika treće ciljane skupine muškog je spola (50 %), što znači da je druga polovica ženskog spola (50 %).



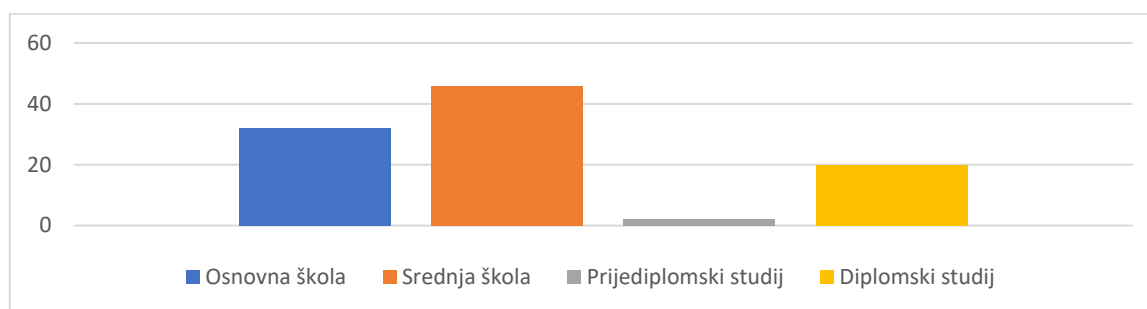
Grafikon 56. Spol stanovnika

Troje sudionika mlađe je od 20 godina (3 %). Sedam sudionika spada u kategoriju u dobi od 20 do 29 godina (7 %), 32 u kategoriju od 30 do 39 (32 %), a 20 u kategoriju od 40 do 49 godina (20 %). U zadnjoj se kategoriji nalazi preostalih 38 sudionika (38 %).



Grafikon 57. Dob stanovnika

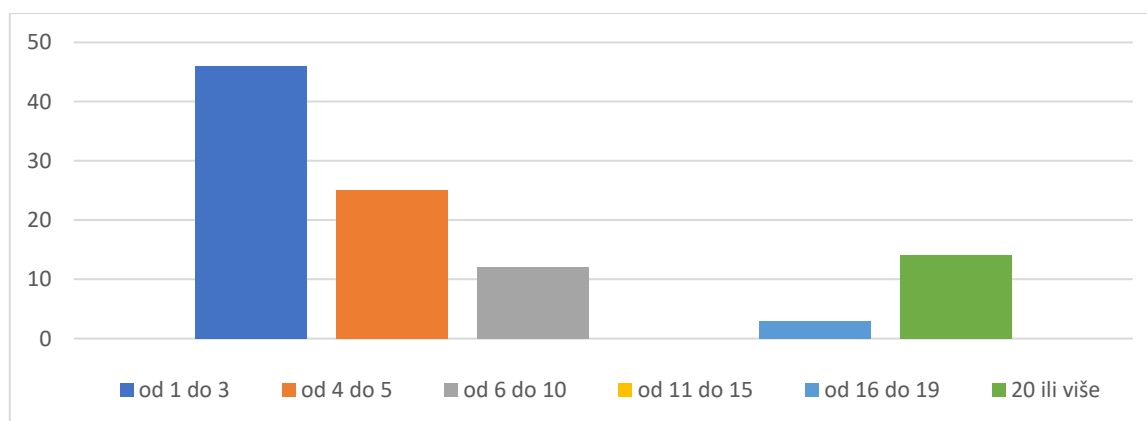
Ukupno 32 sudionika završilo je osnovnu (32 %), dok je 46 pohađalo srednju školu (46 %). Prijediplomski studij uspješno je završilo dvoje (2 %), a diplomski 20 sudionika (20 %).



Grafikon 58. Razina obrazovanja stanovnika

Neki su sudionici u mirovini, studenti ili domaćice, dok ostali rade kao pomoćni kuhari, kuhari, prodavači, ribari, bankovni savjetnici, pomorci, frizeri, skladištari, medicinsko osoblje, automehaničari, konobari, vozači, tajnice, poljoprivrednici, ljekarnici, građevinski radnici, komunikacijski stručnjaci, vatrogasci, instalateri klima uređaja, menadžeri itd.

Nešto manje od polovice sudionika, točnije njih 46, nije posjetilo više od tri strane zemlje (46 %). Ukupno 25 sudionika posjetilo je četiri ili pet (25 %), a dvanaestero od šest do deset stranih zemalja (12 %). Svega tri sudionika nalazi se u kategoriji od 16 do 19 posjećenih inozemnih zemalja, a 14 ih je posjetilo 20 ili više (14 %).

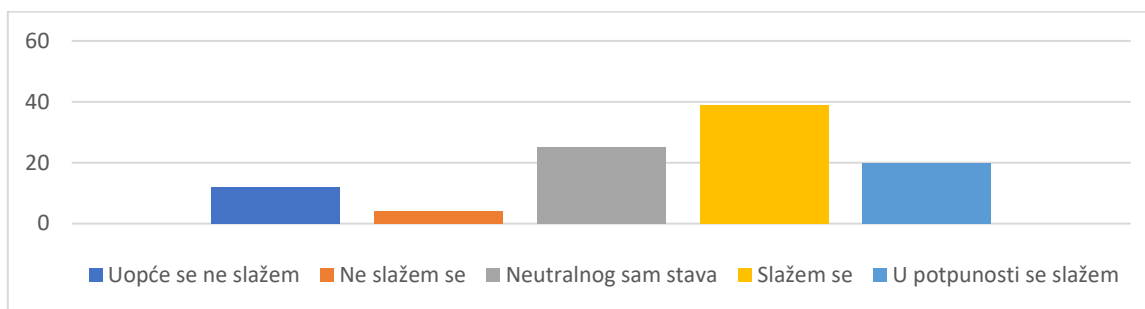


Grafikon 59. Broj stranih zemalja u koje su stanovnici dosad putovali

6.3.2. Očekivanja od inozemnih posjetitelja

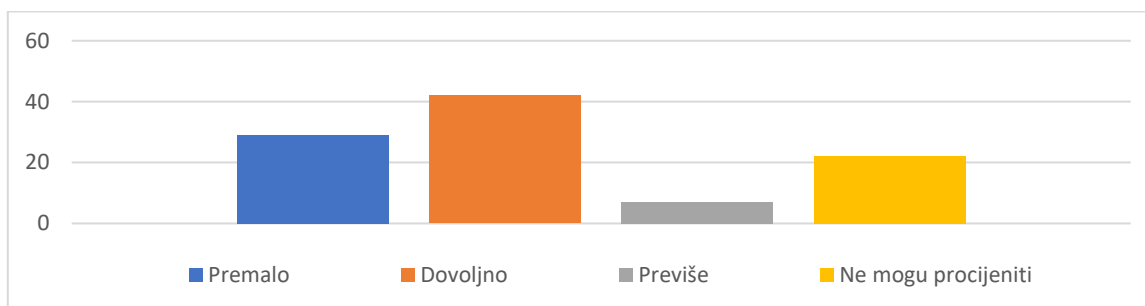
S tvrdnjom kako inozemni posjetitelji trebaju posjedovati osnovno znanje hrvatskog jezika, uopće se ne slaže dvanaest sudionika (12 %), a četiri sudionika se ne slaže (4 %). Neutralnog je stava pak 25 sudionika (25 %). S navedenom se rečenicom slaže 39 (39 %), a u

potpunosti slaže 20 sudionika (20 %). Dakle, pozitivnog je mišljenja nešto više od polovice sudionika, preciznije 59 %.



Grafikon 60. Prva tvrdnja: *Inozemni posjetitelji trebaju imati osnovno znanje hrvatskog jezika*

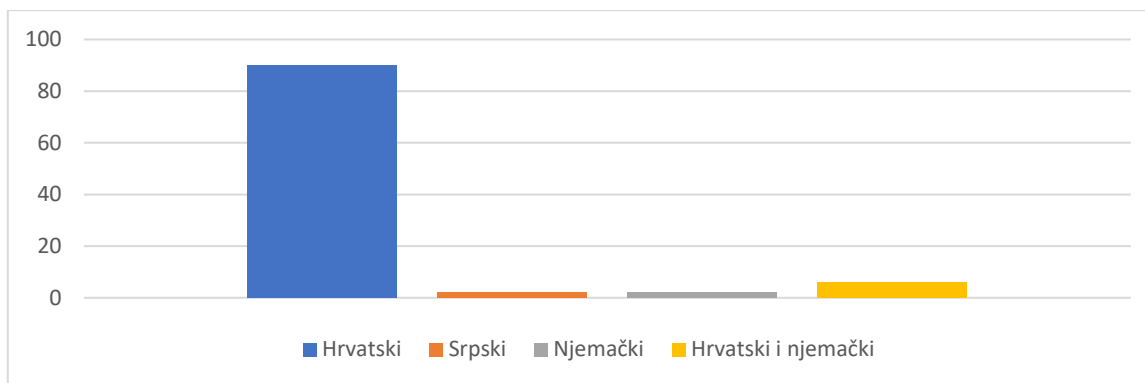
Što se jezične prilagodbe inozemnim posjetiteljima tiče, 29 sudionika je mišljenja da im se lokalno stanovništvo premalo prilagođava (29 %). Po tom pitanju malo je optimističnije njih 42 jer su izjavili kako se mještani dovoljno prilagođavaju navedenim potrebama (42 %). Svega sedam sudionika tvrdi kako im se stanovništvo previše prilagođava (7 %), a 22 je pak neutralnog stava (22 %).



Grafikon 61. Druga tvrdnja: *Mještani Ražanca se prilagođavaju jezičnim potrebama inozemnih posjetitelja*

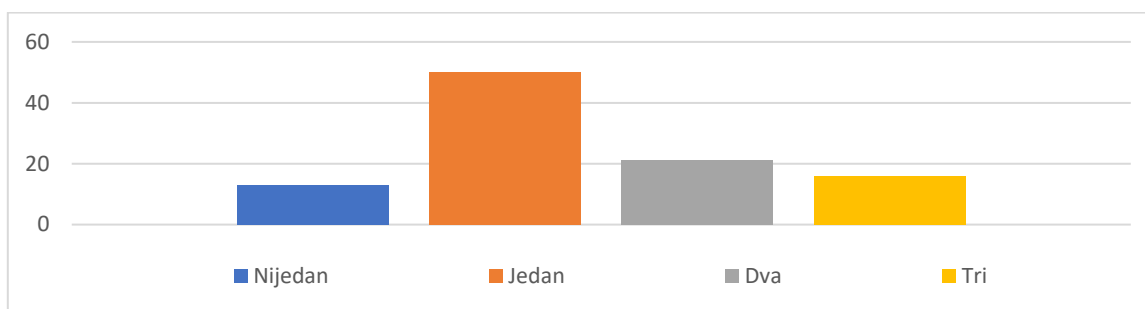
6.3.3. Jezične prakse i sposobnosti stanovnika

Hrvatski je prvi jezik 90 sudionika (90 %). Po dvoje je sudionika navelo njemački (2 %) te srpski kao prvi jezik (2 %). Dva je jezika, odnosno kombinaciju hrvatskog i njemačkog jezika, kao materinske jezike navelo šestoro sudionika (6 %).



Grafikon 62. Prvi jezik stanovnika

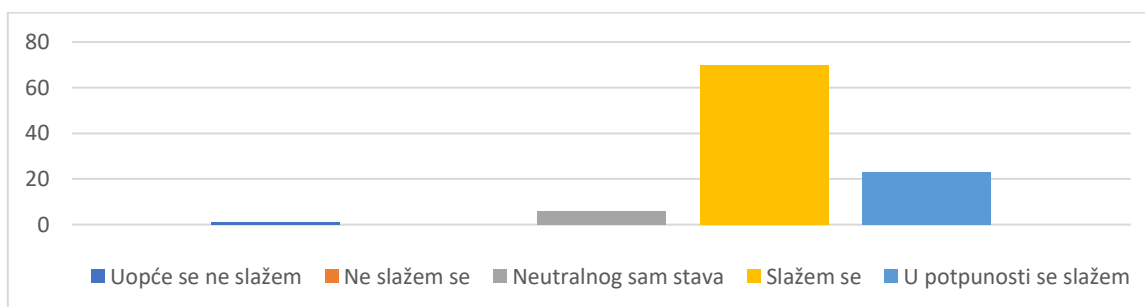
Isključivo materinskim jezikom se služi 13 sudionika (13 %). Dvojezična je polovica stanovnika (50 %), a trojezičan 21 sudionik (21 %). S trima stranim jezicima služi se 16 sudionika (16 %).



Grafikon 63. Broj stranih jezika kojima se stanovnici služe

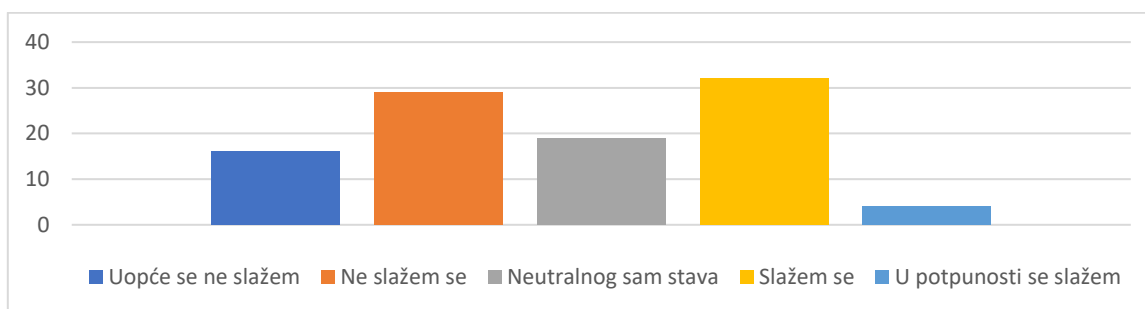
Stanovnici su otkrili kako od stranih jezika u Ražancu mogu čuti engleski, njemački, talijanski, francuski, poljski, mađarski, turski, češki, slovenski i srpski jezik.

S jedne strane, samo se jedan sudionik uopće ne slaže s tvrdnjom da prema stranim jezicima ima pozitivan stav što je zapravo 1 % svih sudionika. S druge strane, 70 sudionika se s izjavom slaže (70 %), a 23 u potpunosti slaže (23 %). Neutralan stav zastupa svega šestoro osoba (6 %).



Grafikon 64. Treća tvrdnja: *Prema stranim jezicima imam pozitivan stav*

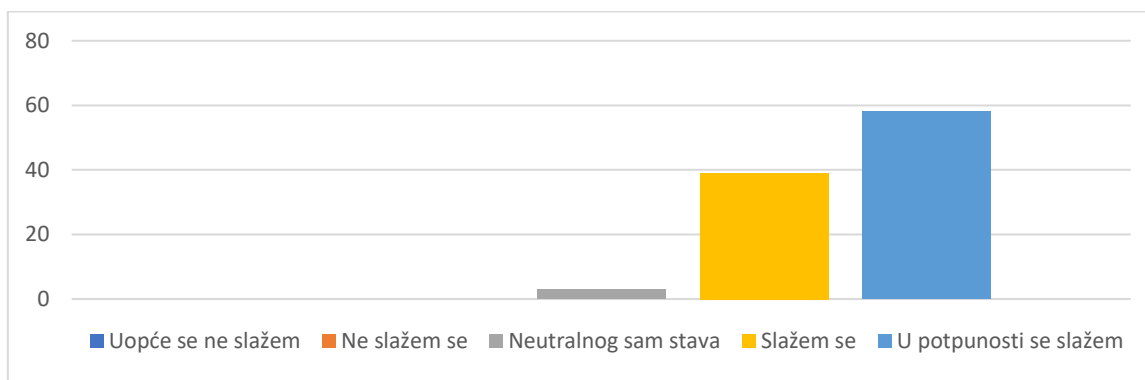
Četvero sudionika percipira u potpunosti (4 %), a 32 percipira engleski kao strani jezik (32 %). Po ovoj stavci neutralno je 19 sudionika odnosno 19 % svih sudionika. Ukupno 29 sudionika ne percipira (29 %), a 16 uopće ne percipira engleski kao strani jezik (16 %).



Grafikon 65. Četvrta tvrdnja: *Engleski jezik ne percipiram kao strani jezik*

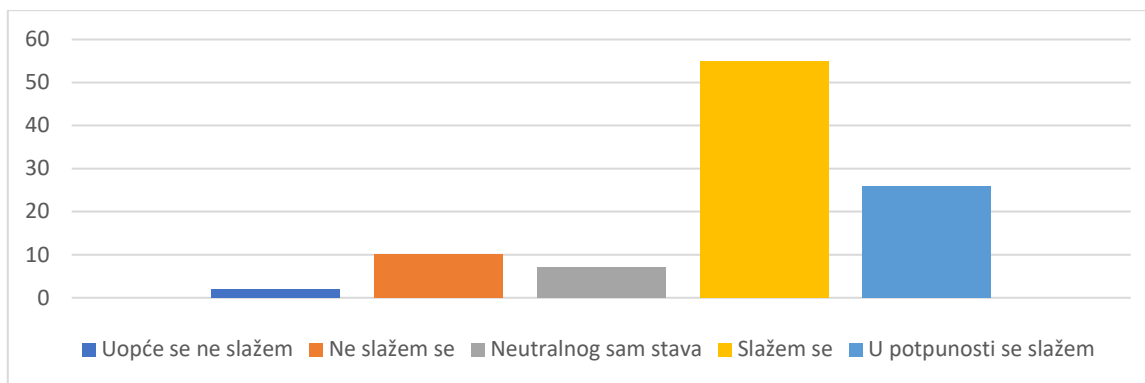
6.3.4. Percepcija stanovnika o zastupljenosti višejezičnosti u Ražancu

Kako Ražanac postaje turističko mjesto tijekom ljeta, tvrdi 97 sudionika. Prema tome, 39 se slaže (39 %), a 58 u potpunosti slaže s navedenom tvrdnjom (58 %). Neutralnog su stava svega tri osobe (3 %), a vrlo je važno istaknuti kako nitko nije suprotnog mišljenja.



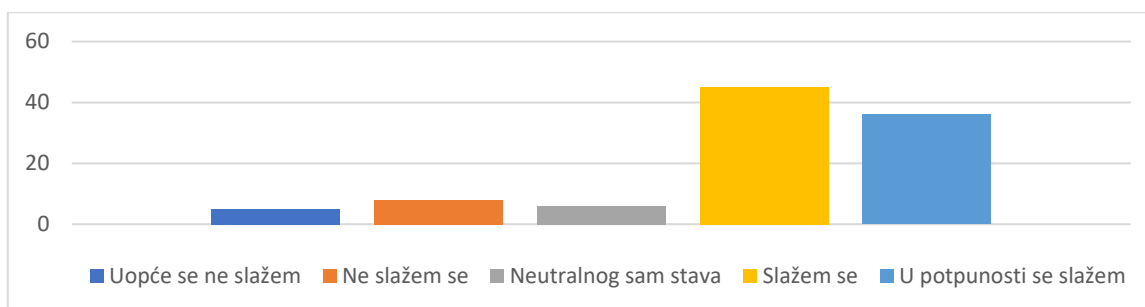
Grafikon 66. Peta tvrdnja: *Ražanac postaje turističko mjesto tijekom ljetnih mjeseci*

Da u Ražancu postoji potreba za višejezičnim osobljem zbog rastućeg broja inozemnih posjetitelja ne smatra ukupno dvanaest sudionika. Iz grafikona je vidljivo kako se dvoje sudionika uopće ne slaže (2 %), a deset ne slaže s navedenim (10 %). Sedam sudionika zastupa neutralan stav (7 %). Odgovor *Slažem se* odabralo je 55 (55 %), a *U potpunosti se slažem* 26 sudionika (26 %).



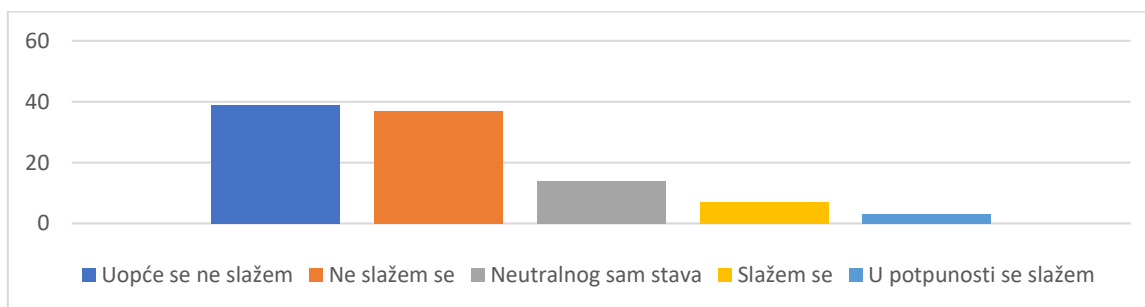
Grafikon 67. Šesta tvrdnja: *U Ražancu postoji potreba višejezičnim osobljem zbog sve većeg broja inozemnih posjetitelja*

Pet sudionika uopće ne vjeruje (5 %), a osam (8 %) ne vjeruje da turistički razvoj Ražanca počiva na poznavanju stranih jezika. Za neutralno mišljenje opredijelilo se samo šest sudionika (6 %). Nešto manje od polovice sudionika, preciznije njih 45, slaže se (45 %), a 36 u potpunosti tvrdi (36 %) da je to slučaj.



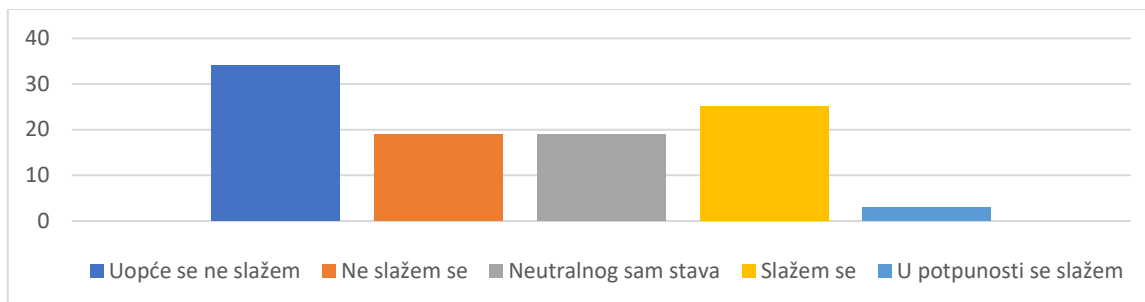
Grafikon 68. Sedma tvrdnja: *Poznavanje stranih jezika je neophodno za turistički razvoj Ražanca*

Po odgovorima na sljedeću tvrdnju da se zaključiti kako većina mještana smatra kako strani jezici nisu dovoljno zastupljeni u jezičnom krajoliku naselja. Sukladno tome, 39 se sudionika uopće ne slaže s tvrdnjom da su strani jezici zastupljeni u dovoljnoj mjeri (39 %), a 37 samo ne slaže (37 %). Neutralno je ostalo 14 sudionika (14 %). Njih sedam se slaže (7 %), a troje u potpunosti slaže s izjavom (3 %).



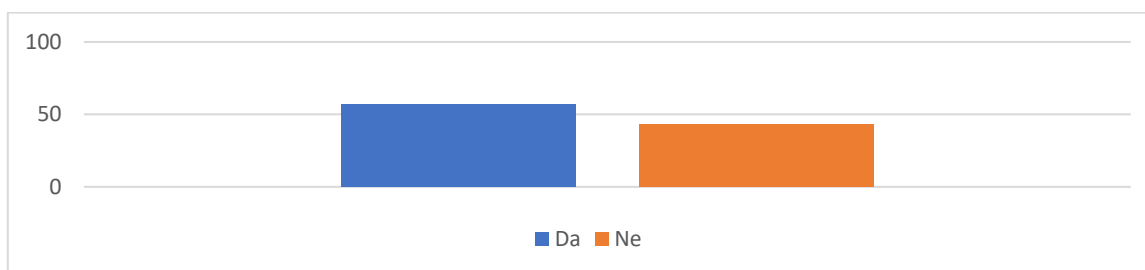
Grafikon 69. Osmo tvrdnja: *Strani jezici su dovoljno zastupljeni u jezičnom krajoliku Ražanca*

Sa sljedećom tvrdnjom uopće se ne slaže 34 sudionika (34 %), a ne slaže njih 19 (19 %). Također je 19 sudionika ostalo neutralnog stava (19 %). Da hrvatski jezik tijekom ljetnih mjeseci gubi na važnosti jer se komunikacija pretežito odvija na stranim jezicima smatra 25 sudionika (25 %), dok se svega troje opredijelilo za odgovor *U potpunosti se slažem* (3 %).



Grafikon 70. Deveta tvrdnja: *U Ražancu hrvatski jezik tijekom sezone gubi na važnosti jer se komunikacija sve češće odvija na stranim jezicima*

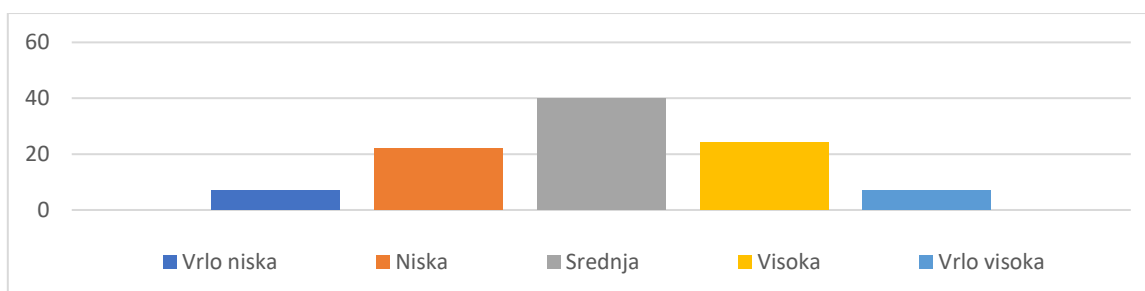
Prisutnost stranih jezika u njihovoj neposrednoj blizini potiče 57 sudionika da nauči neki strani jezik (57 %), dok je 43 izjavilo neslaganje po tom pitanju (43 %).



Grafikon 71. Deseta tvrdnja: *Prisutnost stranih jezika u Ražancu me potiče da naučim neki strani jezik*

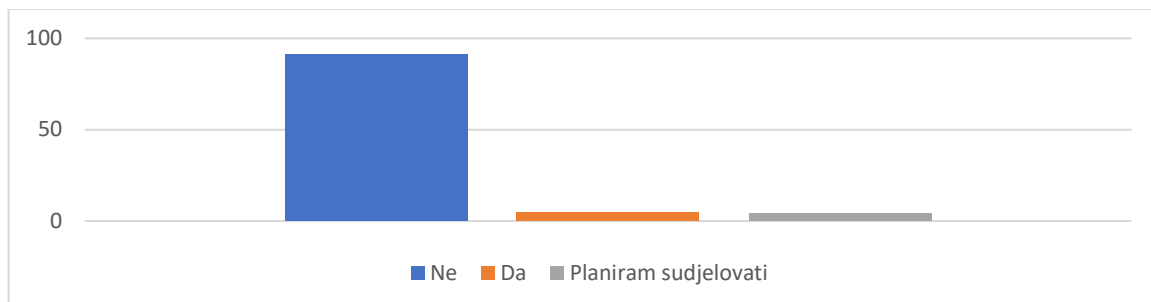
6.3.5. Interkulturalne kompetencije stanovnika

Svoju razinu interkulturalne kompetencije sedmero je sudionika procijenilo kao vrlo nisku (7 %), a 22 kao nisku (22 %). Ukupno 40 sudionika smatra da je njihova razina ove sposobnosti srednja (40 %). Nadalje, 24 sudionika mišljenja je kako je njihova interkulturalna vještina visoke (24 %), a sedam vrlo visoke razine (7 %).



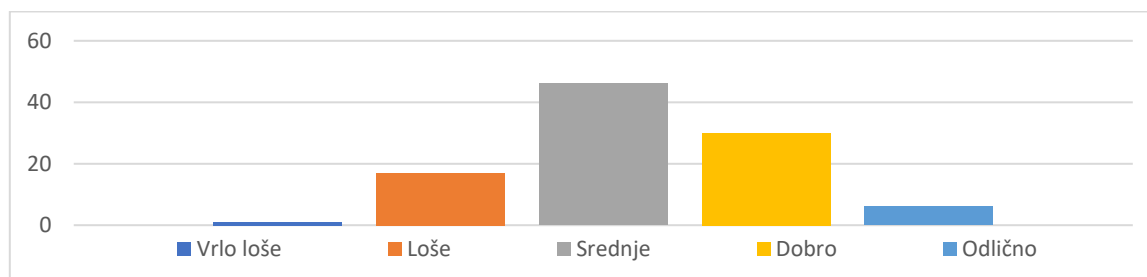
Grafikon 72. Razina interkulturalne kompetencije stanovnika

Čak 91 sudionik, odnosno većina sudionika, nije sudjelovao na treninzima ili radionicama namijenjenima poboljšanju interkulturalne kompetencije (91 %), a samo ih je pet sudjelovalo (5 %). Svega četiri sudionika u budućnosti planira sudjelovati na radionicama takvog tipa (4 %).



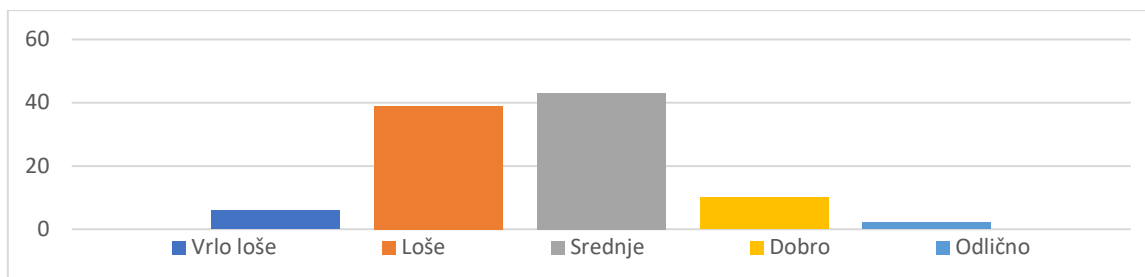
Grafikon 73. Spremnost stanovnika na sudjelovanje na treninzima ili radionicama interkulturalne kompetencije u budućnosti

Sljedeće se pitanje tiče sposobnosti zaposlenika na području Ražanaca da se nose s kulturnim razlikama. Tako je po tom pitanju nešto manje od polovice sudionika, odnosno 46 sudionika, ocijenilo navedenu sposobnost zaposlenika kao srednju (46 %). Samo jedan sudionik tvrdi da su njihove kompetencije vrlo loše (1 %), a 17 sudionika loše (17 %). Da se zaposlenici dobro nose s kulturnim razlikama tvrdi 30 sudionika (30 %), a šestero misli kako to odlično obavljaju (6 %).



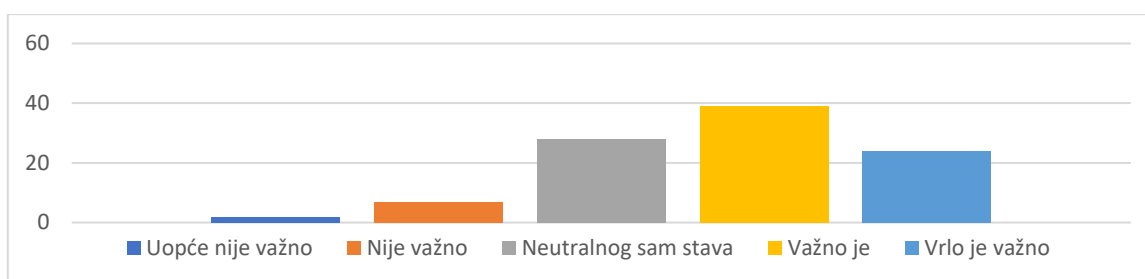
Grafikon 74. Procjena stanovnika o sposobnosti zaposlenika u Ražancu da se nose s kulturnim razlikama

Identično pitanje postavljeno je kako bi se procijenila i sposobnost mještana da se nose s kulturnim razlikama. Šest je sudionika ocijenilo sposobnost lokalnog stanovništva kao vrlo lošu (6 %), a čak 39 kao lošu (39 %). Srednju ocjenu dalo je 43 sudionika (43 %). Deset sudionika procjenjuje navedenu sposobnost kao dobru (10 %), a dvoje kao odličnu (2 %).



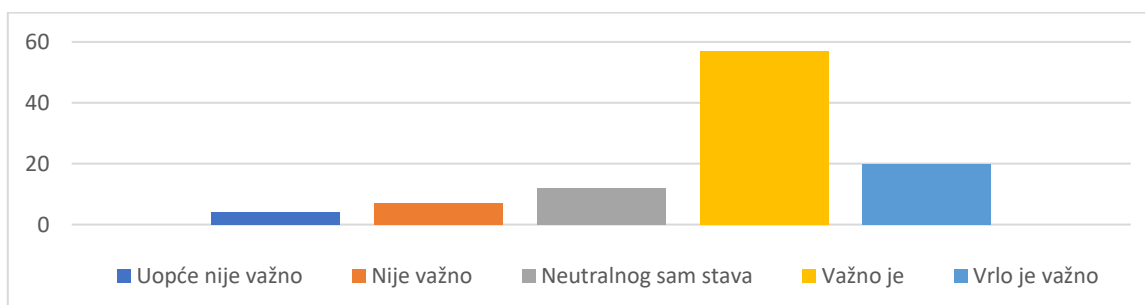
Grafikon 75. Procjena stanovnika o sposobnosti mještana u Ražancu da se nose s kulturnim razlikama

Svega dvoje sudionika uopće se ne slaže da bi se zaposlenici u turističkoj industriji trebali neprestano educirati o različitim kulturama (2 %), a sedam se ne slaže (7 %). Neutralnog je mišljenja pak 28 sudionika (28 %). Nadalje, 39 se slaže (39 %), a 24 sudionika u potpunosti slaže s izjavom (24 %).



Grafikon 76. Važnost neprestane edukacije djelatnika u turizmu o različitim kulturama

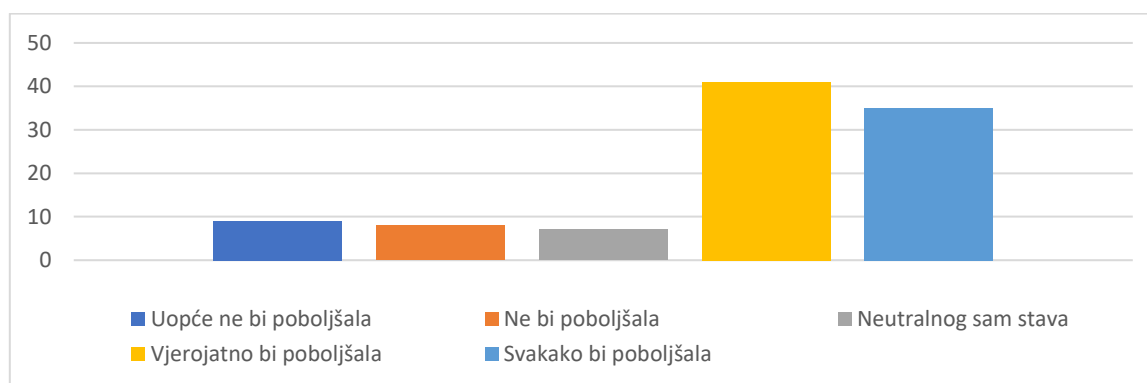
Na sljedeće pitanje, *Koliko je važno da turistička destinacija promovira kulturnu raznolikost i razumijevanje prema različitim kulturama?*, četiri je sudionika odgovorilo s *Uopće nije važno* (4 %), sedam s *Nije važno* (7 %). Neutralno je ostalo dvanaest sudionika (12 %). Više od polovice, ukupno 57 sudionika, smatra kako je promoviranje navedenih vrijednosti važno (27 %) i vrlo važno (20 %).



Grafikon 77. Važnost promocije kulturne raznolikosti i razumijevanja prema različitim kulturama u turističkoj destinaciji

S jedne strane, devetero smatra kako dodatna obuka u interkulturalnoj kompetenciji uopće ne bi poboljšala turističku ponudu Ražanca (9 %), a osmero da vjerojatno ne bi (8 %). S

druge strane, 41 sudionik vjeruje kako bi se turistička ponuda vjerojatno poboljšala (41 %), a 35 da bi se ona svakako poboljšala (35 %). Neutralan stava zauzima sedam osoba (7 %).

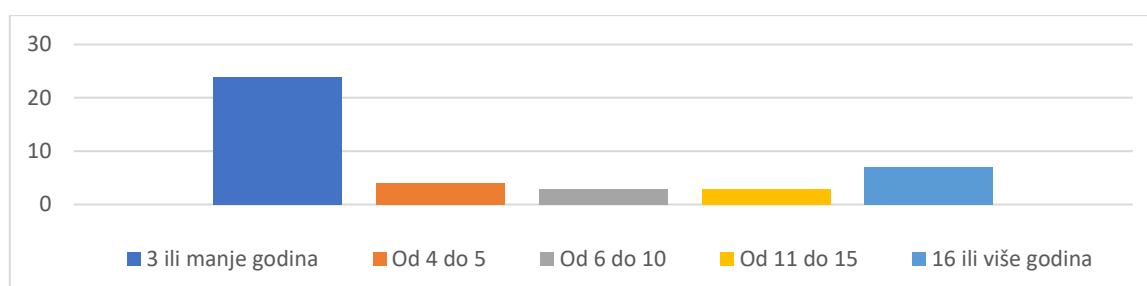


Grafikon 78. Poboljšanje turističke ponude u Ražancu kroz dodatnu obuku o interkulturalnoj kompetenciji poboljšala turističku ponudu Ražanca

6.3.6. Kategorija za iznajmljivače smještaja

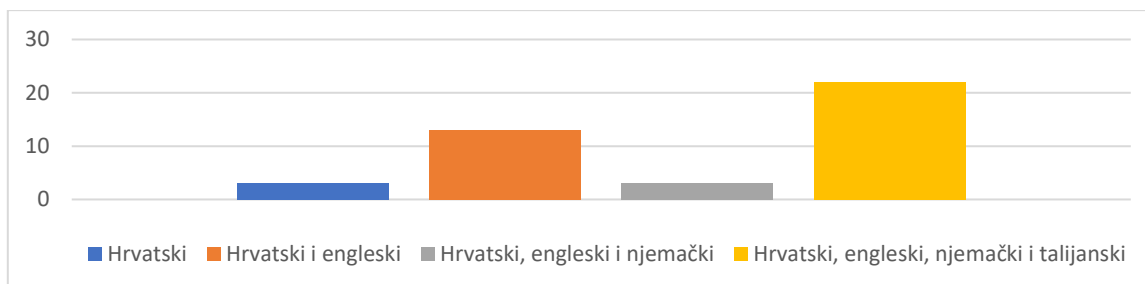
41 od ukupno 100 sudionika ispunilo je dodatnu kategoriju u upitniku, onu za iznajmljivače, te time potvrdilo kako se bavi iznajmljivanjem privatnog smještaja. Prema tome, 41 % svih sudionika treće skupine izrazilo je mišljenje o ulozi višejezičnosti u procesu iznajmljivanja.

Ukupno 24 sudionika iznajmljivanjem se bavi manje od tri godine (58,58 %). Tom se aktivnošću četiri ili pet godina bavi četvero sudionika (9,77 %). Troje sudionika nudi smještaj turistima u vremenskom razdoblju od šest do deset godina (7,32 %). Troje sudionika također spada u kategoriju iznajmljivača aktivnih od jedanaest do 15 godina (7,32 %). U zadnju kategoriju, 16 i više godina, pripada sedam osoba (17,07 %).



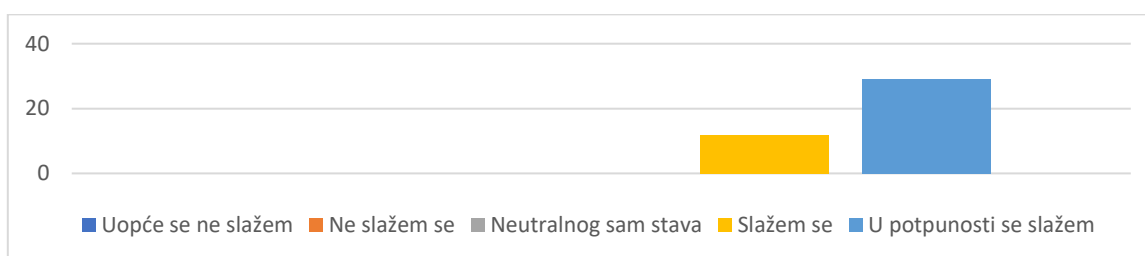
Grafikon 79. Vremenski period bavljenja iznajmljivanjem privatnog smještaja

Za jednojezični pristup u oglašavanju, i to isključivo na materinskom jeziku, odabralo je troje sudionika (7,32 %). Uz materinski, engleski jezik odabralo je 13 sudionika (31,71 %). Za kombinaciju od tri jezika, hrvatski, engleski te njemački, odlučilo se troje sudionika (7,32 %). Uz materinski jezik, tri dodatna strana jezika pri aktivnostima oglašavanja smještaja koristi čak 22 sudionika (53,66 %).



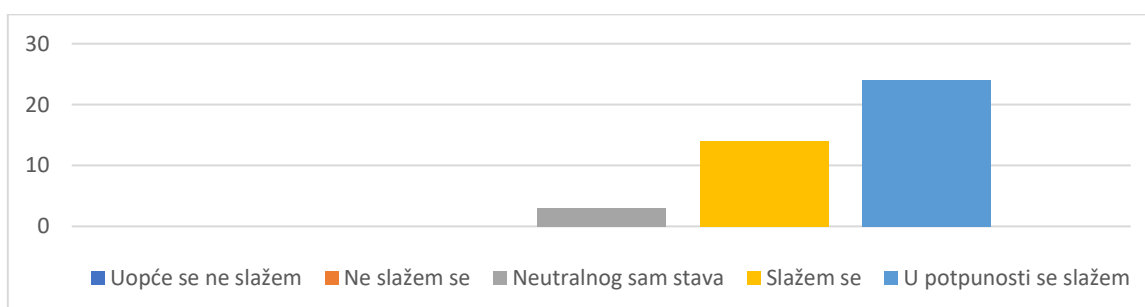
Grafikon 80. Jezici korišteni u oglašavanju smještajnog objekta

Vrlo je bitno istaknuti kako se dvanaest sudionika slaže s tvrdnjom da korištenje više jezika pri oglašavanju ostavlja pozitivan dojam na potencijalne posjetitelje (29,27 %), a 29 u potpunosti slaže (70,73 %). Uzevši u obzir dosadašnje podatke prikupljene putem upitnika, ova tvrdnja je prva koja nije izazvala neutralan stav ili neslaganje.



Grafikon 81. Prva tvrdnja: *Smatram da korištenje više jezika pri oglašavanju ostavlja pozitivan dojam na potencijalne posjetitelje*

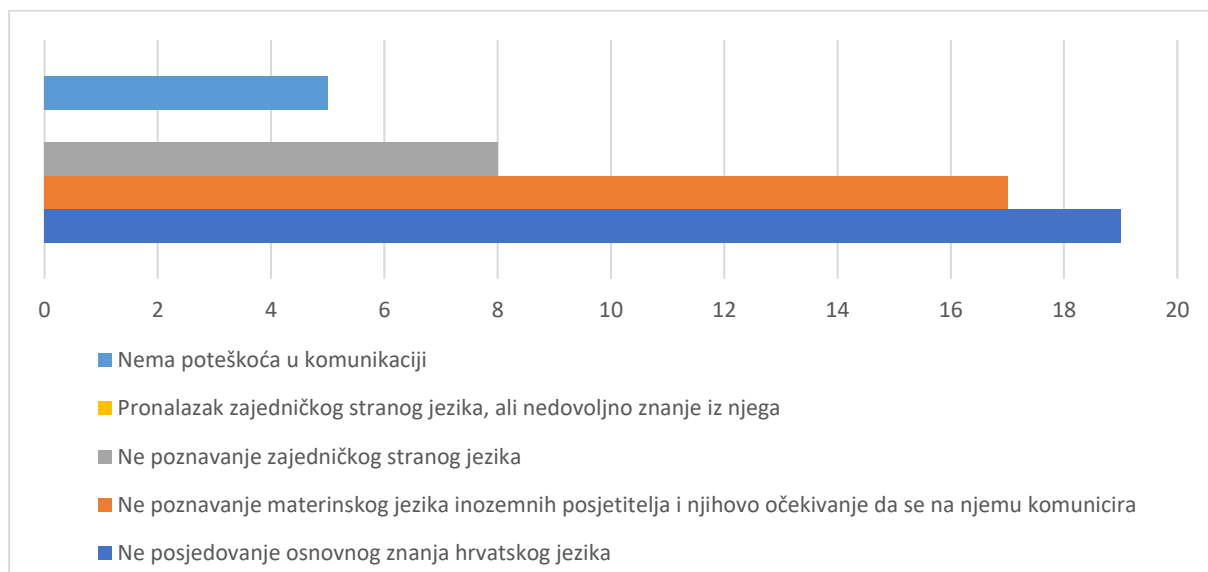
Isto tako, kod sljedeće tvrdnje nije zabilježen niti jedan slučaj neslaganja. Pa ipak, troje je sudionika ostalo neutralnog stava (7,32 %). Ukupno 14 sudionika se slaže s tvrdnjom kako želi naučiti određeni strani jezik jer im je sve potrebniji u poslovima vezanim uz iznajmljivanje smještaja (34,15 %), a 24 se u potpunosti slaže (58,54 %).



Grafikon 82. Druga tvrdnja: *Želim naučiti određeni strani jezik jer uviđam da mi je sve potrebniji u poslovima vezanim uz iznajmljivanje*

Od 41 sudionika njih osam je navelo kako nije doživjelo prepreke u komunikaciji s njihovim posjetiteljima (19,51 %). Dakle, ukupno 33 sudionika se zateklo u navedenoj situaciji (80,49 %) te su kao rezultat tih susreta naveli 44 razloga.

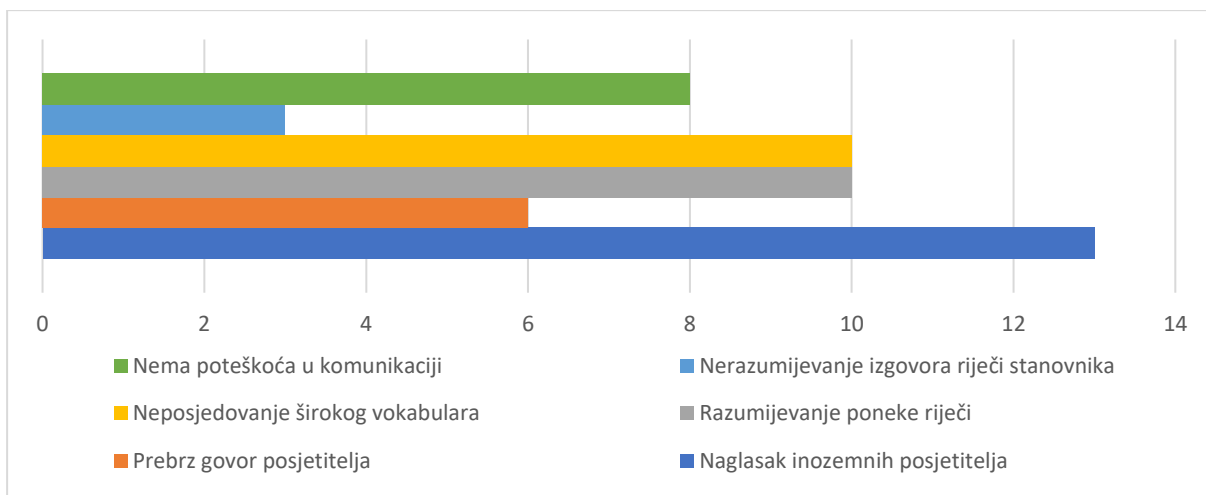
Čak 19 stanovnika svjedoči da je do prepreka u komunikaciji došlo jer posjetitelji nisu imali osnovno znanje jezika zemlje koju posjećuju (44,18 %), a 17 se sudionika našlo u situaciji u kojoj su posjetitelji očekivali da će iznajmljivači pričati njihovim materinskim jezikom te su na tome i inzistirali (38,84 %). Osam sudionika nije uspjelo pronaći jezik koji bi im bio zajednički (18,18 %). Nitko od stanovnika nije naveo posljednju opciju, *Inozemni posjetitelji i ja se služimo istim stranim jezikom, ali ipak nemamo dovoljno znanja kako bismo se uspješno sporazumjeli*, kao uzrok poteškoća u komunikaciji s inozemnim posjetiteljima.



Grafikon 83. Razlozi pojave poteškoća u komunikaciji s inozemnim posjetiteljima

Pet sudionika nije iskusilo je prepreke u komunikaciji sa svojim posjetiteljima u slučaju kad im je zajednički jezik oboma ujedno i strani jezik (13 %). Što znači da je većina sudionika, 33 privatna iznajmljivača, u ovoj okolnosti ipak naišla na jezične barijere tijekom procesa iznajmljivanja smještaja (87 %). Kao razlog tome pruženo je ukupno 42 odgovora.

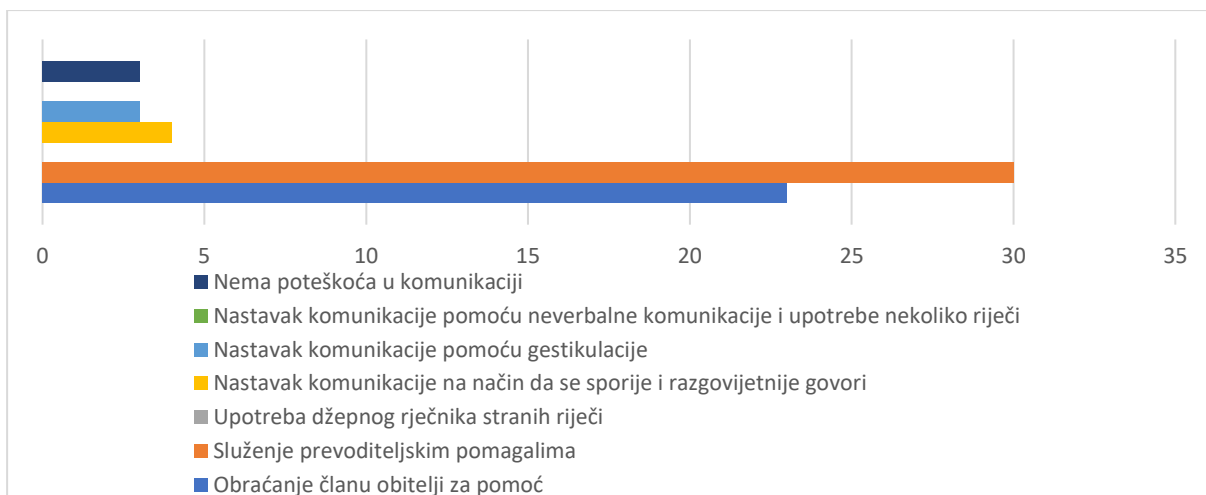
S jedne strane, 13 stanovnika nije razumjelo svog sugovornika zbog njihova naglaska, (30,95 %), a šest sudionika tvrdi kako su inozemni posjetitelji govorili prebrzo (14,29 %). S druge strane, postoje i slučajevi zbog kojih pak stanovnici snose veći dio krivnje jer je komunikacija pošla po zlu. Tako primjerice deset stanovnika otkriva kako su razumjeli tek poneku riječ (23,81 %), deset svjedoči kako nisu raspolagali dovoljno širokim vokabularom (23,81 %) te troje priznaje kako zbog ih posjetitelji nisu mogli razumjeti zbog njihova naglaska (7,14 %).



Grafikon 84. Razlozi pojave poteškoća u komunikaciji s inozemnim posjetiteljima u slučajevima kad sugovornici govore zajedničkim stranim jezikom

Dok je troje sudionika naglasilo kako nisu imali poteškoća tijekom komuniciranja s njihovim klijentima (7,32 %), njih 38 je ipak bilo primorano posegnuti za jednom ili više strategija kako bi osiguralo daljnji tok komunikacije (92,68 %). Tako su njihovi odgovori doveli do ukupnog broja od 60 rješenja.

Ukupno 23 sudionika obratit će se članu obitelji za pomoć (38,33 %), a 30 će poseći za prevoditeljskim pomagalima (50 %). Nitko od sudionika se neće osloniti na upotrebu džepnog rječnika i neverbalnu komunikaciju. Četvero će osoba pokušati sporije i razgovijetnije govoriti (6,67 %) te će troje pojačati gestikulaciju tijekom govorenja (5 %).



Grafikon 85. Načini rješavanja prepreka u komunikaciji s inozemnim posjetiteljima

7. Rasprava

Ponovimo, u istraživanju je sudjelovalo ukupno 84 zaposlenika, 100 posjetitelja Ražanca i 100 stanovnika Općine Ražanac. Postoji nekoliko zapažanja koje je neophodno istaknuti kad je riječ o jezičnim praksama sudionika.

Prvo, kod sve tri ciljane skupine najveći je broj sudionika zapravo dvojezičan, tj. uz svoj materinski jezik sudionici su vješti u još jednom stranom jeziku. To je potvrdilo ukupno 39 zaposlenika (46,43 %), 38 posjetitelja (38 %) i 50 stanovnika (50 %).

Drugo, dva su pripadnika samo jedne skupine, i to zaposlenika, spomenula kako poznaju i govore šest stranih jezika. U oba su to slučaja engleski, njemački, slovenski, bosanski, srpski i crnogorski jezik. Dva zaposlenika vladaju s četiri (engleski, njemački, talijanski, francuski i engleski, njemački, talijanski, španjolski) te pet stranih jezika (engleski, njemački, talijanski, slovenski, španjolski i engleski, njemački, talijanski, francuski, slovenski), a u skupini inozemnih posjetitelja pronašao se po jedan sudionik koji poznaje četiri (engleski, francuski, latinski, poljski) i pet stranih jezika (engleski, njemački, talijanski, francuski, španjolski). U zadnjoj skupini sudionika, odnosno onoj kojoj pripadaju stanovnici Općine Ražanac, se nije pronašao pojedinac koji posjeduje jezično znanje četiri, pet ili šest jezika. Sukladno tome, na početku je rada iznesena pretpostavka kako je stanovništvo Općine Ražanac uistinu višejezično, ali ne vlada s istim brojem jezika u usporedbi s ostale dvije skupine. Tome u prilog ide činjenica da je 50 sudionika dvojezično, 21 sudionik trojezičan, a 16 sudionika četverojezično. Pritom nijedan sudionik ne upotrebljava više od tri strana jezika.

Treće, svega šest zaposlenika izjavljuje kako ne poznaje niti jedan strani jezik. Štoviše, nijedan strani jezik ne koristi na radnom mjestu. Čak 49 zaposlenika tumači kako koristi jedan strani jezik u komunikaciji s klijentima, a 18 sudionika se pak služi s dva. Sedam sudionika tvrdi kako se na radnom mjestu služi s tri, a četvero sudionika s četiri strana jezika. Jedan sudionik navodi kako se služi s pet, a jedan sa šest stranih jezika u radnom okružju.

Četvrto, jezik kojim se uspješno služi najveći broj sudionika svih skupina je engleski jezik. Zbilja, ukupno 75 od 84 zaposlenika (89,29 %), 76 od 100 posjetitelja (76 %) i 80 od 100 (80 %) stanovnika potvrđuje kako posjeduje znanje engleskog jezika. Dakle, uzimajući u obzir uzorak koji se odvažio na sudjelovanje u ovom istraživanju, većina se interkulturalne komunikacije u njihovom slučaju odvija/može odvijati na engleskom jeziku jer on predstavlja jezik s kojim se najviše osoba zapravo i služi. Upravo je ovo činjenica koja potvrđuje hipotezu predstavljenu na samom početku diplomskog rada, a koja se tiče tvrdnje kako se većina interkulturalne komunikacije u Ražancu odvija na engleskom jeziku. Međutim, ovi podaci

pobijaju drugu hipotezu. Ta se hipoteza pak odnosi na presumpciju kako se zaposlenici i posjetitelji služe/mogu služiti engleskim jezikom češće nego stanovnici. Prema tome, pretpostavilo se kako će najmanji broj sudionika treće skupine raspolagati znanjem engleskog jezika, no to se nije ispostavilo potpuno točnim. Zapravo, najviši postotak sudionika prve skupine, osoba zaposlenih u Ražancu, služi se engleskim jezikom (89, 27 %), a nakon te skupine slijedi lokalno stanovništvo s postotkom od 80 %. Na zadnjem je mjestu skupina u koju su svrstani posjetitelji sa 76 % sudionika koji raspoložu znanjem engleskog jezika. Stoga je hipoteza tek djelomično točna.

Upitnik su ispunili posjetitelji iz nekoliko različitih zemalja te samim time potvrdili kako je na području Ražanca u određeno doba godine prisutna višejezičnost. Dodatni dokaz o postojanju višejezičnosti na promatranom teritoriju je činjenica kako su posjetitelji iz Češke, Slovačke i Makedonije željeli sudjelovati u istraživanju, ali zbog manjka jezičnog znanja iz jezika na kojima su dostupni istraživački upitnici to jednostavno nije bilo ostvarivo. Dakle, broj stranih zemalja iz kojih dolaze sudionici koji bi se odvažili na ovo istraživanje bio bi veći, što bi dodatno posvjedočilo povećanoj prisutnosti višejezičnosti tijekom ljetnih mjeseci. Još jedan dokaz kojim se potvrđuje postojanje višejezičnosti je državljanstvo nekoliko zaposlenika. Naime, osam zaposlenika ima prebivalište u Njemačkoj, dvoje u Srbiji te po jedan sudionik u Crnoj Gori i Albaniji. U prilog tvrdnji također idu odgovori posjetitelja i stanovnika po pitanju Ražanca kao turističkog mjesta tijekom ljetnih mjeseci. Tako se primjerice 83 posjetitelja (83 %) i 97 stanovnika (97 %) slaže s tim zapažanjem. Ovdje je također bitno istaknuti kako su neki sudionici željeli ispuniti upitnike na stranom jeziku, iako im je upitnik na materinskom jeziku bio dostupan. Tako je sedam izvornih govornika njemačkog jezika ispunilo upitnik na engleskom jeziku. Jedan sudionik iz Slovenije je pak ispunio upitnik na njemačkom jeziku, iako se komunikacija s istraživačicom odvijala na hrvatskom jeziku te je potvrdio kako se aktivno služi njime.

Što se stava prema stranim jezicima tiče, zabilježeno je uvjerljivo najviše pozitivnih odgovora po toj temi. Tako je naprimjer 84,52 % zaposlenika (71 od 84 osobe), 91 % posjetitelja (91 od 100 osoba) i 93 % stanovnika (93 od 100 osoba) pozitivnog mišljenja prema stranim jezicima.

Jedno od pitanja postavljenih u diplomskom radu tiče se percepcije sudionika o engleskom kao stranom jeziku. Ponovimo, za tvrdnju *Engleski jezik više ne percipiram kao strani jezik* prikupljeni su sljedeći odgovori:

1. kod zaposlenika: pet za *Uopće se ne slažem*, 19 za *Ne slažem se*, 27 za *Neutralnog sam mišljenja*, 19 za *Slažem se*, 14 za *U potpunosti se slažem*,
2. kod posjetitelja: šest za *Uopće se ne slažem*, dva za *Ne slažem se*, 31 za *Neutralnog sam mišljenja*, 20 za *Slažem se*, 15 za *U potpunosti se slažem*,
3. kod stanovnika: 16 za *Uopće se ne slažem*, 29 za *Ne slažem se*, 19 za *Neutralnog sam mišljenja*, 32 za *Slažem se*, četiri za *U potpunosti se slažem*.

Stoga se iz navedenih podataka može zaključiti kako se lokalno stanovništvo najviše ne slaže s izjavom. Dok 45 stanovnika izražava neslaganje, 35 posjetitelja odobrava tvrdnju. Kod zaposlenika je situacija drugačija jer se 19 sudionika slaže, ali isti broj i ne slaže s navedenim. Budući da je 27 zaposlenika neutralnog mišljenja, ostaje samo petero koji se uopće ne slaže te 14 koji se u potpunosti slažu s tvrdnjom. Iz podataka je vidljivo kako lokalno stanovništvo engleski jezik percipira kao strani jezik, što nije slučaj u druge dvije skupine.

Što se rasprave o utjecaju višejezičnog osoblja na stvaranje pozitivnog dojma kod posjetitelja o turističkoj destinaciji tiče, 70 % posjetitelja je mišljenja da je to upravo slučaj. Nadalje, 82 % posjetitelja i 81 % lokalnog stanovništva smatra kako je poznavanje stranih jezika neophodno za daljnji razvoj Ražanca kao turističkog mjesta. Nadovezujući se na to opažanje vrlo je važno naglasiti kako 83 % posjetitelja tvrdi i da u Ražancu postoji potreba za višejezičnim osobljem. Štoviše, 81 % stanovnika identičnog je mišljenja. Međutim, samo nešto više od polovice zaposlenika odnosno 58,33 % zastupa istih stav.

Viđenje sudionika o zastupljenosti stranih jezika u jezičnom krajoliku Ražanca identično je u svim ciljanim skupinama. Tako primjerice 49 zaposlenih u naselju, tj. 58,33 % sudionika prve skupine, 76 % stanovnika te 37 % posjetitelja (34 % neutralnog je stava, a 29 % se slaže s tvrdnjom) smatra kako strani jezici nisu dovoljno zastupljeni na oglasnim pločama, plakatima, znakovima, natpisima i sl. Dakle, ispostavlja se kako na ovom području zbilja postoji mjesto za napredak jer 40 % posjetitelja (35 % neutralnog mišljenja po ovom pitanju) i 77 % stanovnika tvrdi kako je značajno da turistička destinacija promovira kulturnu raznolikost i razumijevanje prema drugim kulturama. A jedan od načina na koji se to postiže upravo je pridavanje pažnje jezicima tih stranih kultura. Sukladno tome, promjenom bi se jezičnog krajolika, odnosno povećanjem zastupljenosti stranih jezika u njemu, kod inozemnih posjetitelja stvorio poželjan osjećaj dobrodošlice i pripadništva. Pa ipak, 91 % posjetitelja jasno je dalo do znanja kako se već sada osjeća dobrodošlo u Ražancu. Taj podatak ne znači kako ne treba implementirati određene strategije i usmjeriti se na pothvate koji bi doprinijeli daljnjem razvoju naselja i povećanju pozitivnog turističkog iskustva kod inozemnih posjetitelja.

Krajnji je cilj da što više potencijalnih posjetitelja prepozna mjesto kao ozbiljnu turističku destinaciju. Jer uz implementiranje stranih jezika u jezični krajolik, moguće je i napredovanje u polju interkulturalne kompetencije zaposlenika. 60 % posjetitelja (od kojih je 25 % neutralnog mišljenja) i 76 % stanovnika je viđenja kako bi se turistička ponuda Ražanca poboljšala kad bi dodatna obuka u interkulturalnoj kompetenciji bila omogućena zaposlenicima i mještanima. Uistinu, samo je sedam zaposlenika sudjelovalo (8,33 %), a 15 planira sudjelovati na radionicama usmjerenim k poboljšanju ove relevantne kompetencije u turističkoj djelatnosti (17,86 %). Svega 12 % posjetitelja je sudjelovalo, a 5 % planira posjetiti te vrste radionica u budućnosti. Isto tako, 5 % stanovnika je dosad sudjelovalo na radionicama, a 4 % tek ima namjeru sudjelovati. K tome, 61,91 % zaposlenika, 53 % posjetitelja i 62 % stanovnika spoznaje važnost da se zaposlenici u turizmu kontinuirano educiraju o različitim kulturama. Vrlo visok postotak od 81 % posjetitelja prosuđuje kako se zaposlenici u Ražancu dobro (52 %) i odlično (31 %) nose s kulturnim razlikama u komunikaciji. Iako je neutralnog mišljenja sveukupno 46 stanovnika po istoj stavci, 30 % je ipak potvrdilo kako smatraju da se zaposlenici s različitosti nose dobro, a 6 % odlično. Na temelju istraživanja se međutim ispostavilo kako je lokalno stanovništvo dosta kritično po procjeni vlastite sposobnosti odnosa prema kulturnim razlikama. Tako je zabilježeno 6 % odgovora za procjenu sposobnosti kao vrlo loše te 39 % kao loše. Skoro polovica stanovnika, njih 43, ocjenjuje tu razinu kao srednju.

Jedno od tematskih polja zastupljenih u upitniku odnosi se na izazove u interkulturalnoj komunikaciji, a potrebno je izdvojiti tri najčešća razloga. Napomenimo ukratko pritom da je utvrđeno kako sedam zaposlenika, 38 posjetitelja i osam od 41 iznajmljivača privatnog smještaja smatra kako do prepreka uopće ne dolazi.

Prvo, primarni je razlog pojavljivanja prepreka u interkulturalnoj komunikaciji činjenica kako inozemni posjetitelji ne posjeduju osnovno znanje hrvatskog jezika, a to kao razlog navodi najveći broj posjetitelja, u postotku od 36 %, te 19 od ukupno 41 iznajmljivača privatnog smještaja odnosno 46,34 %. Najveći broj zaposlenika na području Ražanca, njih 41, pak najčešćim pokretačem prepreka u komunikaciji smatra situaciju u kojoj oni ne poznaju strani jezik inozemnih posjetitelja, no ovi svejedno očekuju da komunikacija teče isključivo na njemu.

Drugo, zaposlenici zatim objašnjavaju kako inozemni posjetitelji ne posjeduju osnovno znanje hrvatskog jezika, iako odabiru Republiku Hrvatsku kao svoju destinaciju (40,48 %). Inozemni posjetitelji otkrivaju kako unatoč pronalasku zajedničkog jezika sa zaposlenicima, njihova razina jezičnog znanja ipak nije dovoljna da komunikacija bude uspješna (27 %).

Međutim, mještani smatraju kako posjetitelji snose najviše krivice za neuspješno komuniciranje jer očekuju da se razgovara njihovim materinskim jezikom (41,46 %).

Treće, 23,81 % zaposlenika i 19,51 % iznajmljivača kao uzrok vidi neuspješnost pronalaska zajedničkog stranog jezika u komunikaciji s inozemnim posjetiteljima, a 8 % posjetitelja uvjerava kako je prilikom komunikacije bilo očekivano da komunikacija teče na hrvatskom jeziku.

Sljedeća kategorija u istraživačkom instrumentu bavi se preprekama u komunikaciji onda kada sugovornici dijele strani jezik. Podsjetimo, 19,05 % zaposlenika, 35 % posjetitelja i 13 % iznajmljivača tad ne nailazi na poteškoće.

S jedne strane, u slučajevima kad se oba sugovornika, čiji se prvi jezici razlikuju, služe istim stranim jezikom, najviše se prepreka u komunikaciji događa jer zaposlenici (25 %) i iznajmljivači (31,71 %) ne razumiju inozemne posjetitelje zbog njihova naglasaka. S druge strane, primarni razlog zašto se nailazi na poteškoće u komunikaciji je neposjedovanje dovoljno širokog vokabulara stranog jezika, kazuje 32 % sudionika.

Kao drugi uzrok 22,7 % zaposlenih navodi prebrz govor posjetitelja. Također 14 % posjetitelja isto tvrdi za brzinu govora zaposlenika. U istom postotku k tome nadodaju kako ne razumiju naglasak zaposlenika. U slučaju stanovnika Općine Ražanac, postoje dva najzastupljenija odgovora. Tako 24,39 % mještana otkriva da razumije tek poneku riječ te da ne posjeduje dovoljno širok vokabular tijekom razgovora s inozemnim posjetiteljima.

Treći uzrok je, okrivljuje 20,24 % zaposlenika posjetitelje i 12 % posjetitelja zaposlenike, situacija u kojoj sugovornik ne razumije njihov izgovor riječi. Kod mještana je pak treći razlog prebrz govor inozemnih posjetitelja (14,63 %).

Kod strategija pri rješavanju jezičnih barijera situacija je prilično očita. Najzastupljeniji odgovor po pitanju načina pospješivanja efikasnosti komunikacije je korištenje prevoditeljskih pomagala, tvrdi čak 51,19 % zaposlenika, 64 % posjetitelja i 73,17 % iznajmljivača.

Potom 40,48 % zaposlenika moli kolegu ili kolegicu za pomoć. A istoj metodi se priklanja i 57 % iznajmljivača. Prema tome, 23 se iznajmljivača smještaja okreću članu obitelji u toj situaciji. Ukupno 43 % posjetitelja oslanja se nakon upotrebe prevoditeljskih pomagala na povećanu upotrebu gestikulacije tijekom komuniciranja.

Što se preferencija treće strategije tiče, zaposlenici ističu dva načina nastavka komunikacije – 34,52 % nastoji sporije i razgovijetnije govoriti, ali i povećati gestikuliranje. Također, 36 % posjetitelja i 9,76 % iznajmljivača isto teži k tome da razgovijetnije i sporije govori.

Troje je zaposlenika iznijelo svoj komentar u vezi pojava poteškoća u komunikaciji s inozemnim posjetiteljima. Tako jedan sudionik ističe da inozemnog posjetitelja upućuje na drugog kolegu. Drugi sudionik tvrdi: „[v]ećina [je posjetitelja] bezobrazna i bezobzirna, ali im mi pokažemo naše gostoprinstvo i nakon par puta popričaju hrvatski.“ Dakle, postoje slučajevi u kojima je potreban dodatan poticaj i ljubaznost kako bi posjetitelji stekli samouvjerenost u svoje jezične sposobnosti i okušali se u pričanju stranog jezika. Jedan inozemni zaposlenik trenutno zaposlen u Ražancu pak naglašava kako njegovi klijenti ne posjeduju dovoljnu razinu određenog jezika.

Nadalje, dva su zaposlenika iskoristila pitanje otvorenoga tipa te dala svoje objašnjenje koje se tiče razloga pojave poteškoća u komunikaciji sa zaposlenicima u slučajevima kada se sugovornici služe zajedničkim stranim jezikom. Tako jedan sudionik naglašava kako je sugovornikova razina poznavanja stranog jezika preslaba, a drugi pak ističe kako sugovornici ne govore dobro engleski jezik.

Četvero je posjetitelja pružilo dodatno objašnjenje vezano uz razloge pojave poteškoća u komunikaciji sa zaposlenicima u Ražancu u situacijama kada obje strane govore istim stranim jezikom. Od ukupno četiri komentara, dva su usmjerena na isticanje kako se jezične barijere zapravo mogu savladati. Preostala dva sudionika ističu kako zaposlenici nemaju dostatan vokabular iz stranog jezika, a da bi se mogli uspješno sporazumjeti. Pritom jedan sudionik naglašava kako je strani jezik u pitanju zapravo mađarski što je prilično iznenađujuće jer nitko od zaposlenika nije naveo da posjeduje znanje iz mađarskog jezika, ali ih je ukupno pet otkrilo da se na svojem radnom mjestu služi upravo njime.

8. Zaključak

Višejezičnost na ražanačkom području ključna je i nezanemariva značajka tijekom ljetnih mjeseci na što upućuje nekoliko dokaza navedenih u prethodnom tekstu. Dublji uvid u stajališta zaposlenih u različitim poduzećima u Ražancu dokazuje kako je višejezičnost zaista prisutna u njihovom profesionalnom okružju te da sudionici raspolažu znatnim jezičnim znanjem. Odgovori posjetitelja i lokalnog stanovništva Ražanca ukazuju na to da tijekom ljeta dolazi do raznih jezičnih kontakata, ali i komunikacijskih barijera. Pa ipak, podaci svejedno pokazuju kako one nisu nepremostive i da se obje skupine sudionika služi raznovrsnim strategijama u njihovom prevladavanju. Dakle, istraživanjem se potvrđuje važnost interkulturalne komunikacije u turizmu na primjeru uzorka ovog dalmatinskog naselja.

Upravo Knežević i Kraljević (2023) naglašavaju kako današnja međunarodna tržišta zahtijevaju dvije ključne sposobnosti – poznavanje više jezika i kulturne kompetencije. Podaci prikupljeni putem upitnika idu u prilog ovoj spoznaji jer ne samo da je utvrđeno svestrano jezično znanje u zaposlenika na području Ražanca, nego su i posjetitelji većinom ocijenili njihovu sposobnost da se nose s kulturnim razlikama kao dobru ili odličnu. Naravno, percepcija mještana po ovom pitanju se pritom ne treba smetnuti s uma jer oni tvrde upravo suprotno. I zato je lokalno stanovništvo kritičnije u usporedbi s posjetiteljima jer zastupa stav kako je interkulturalna sposobnost zaposlenih zapravo loša ili srednja. Proturječno je također što je na temelju odgovora svih triju skupina potvrđeno kako je edukacija o kulturnoj raznolikosti bitna. Nadalje, posjetiteljima je i stanovnicima postavljeno dodatno pitanje o važnosti promocije kulturne raznolikosti i razumijevanja prema stranim kulturama, a čijim su odgovorom potvrdili da je to uistinu važno. Usprkos ovim stajalištima, prilično je mali postotak svih skupina sudionika sudjelovao na radionicama o interkulturalnoj kompetenciji ili to tek planira učiniti u budućnosti. Štoviše, Blažević i Rončević (2004) izjednačuju jezičnu s kulturnom raznolikošću. Stoga je vrlo izazovno sa sigurnošću donijeti konačan zaključak o ovoj tematici. Pa ipak, zavidan postotak od 91 % posjetitelja ističe kako se osjećaju dobrodošlo u Ražancu, a to je primarni cilj kojem svi akteri u turizmu trebaju težiti i koji je, u ovom slučaju, ove godine i ostvaren.

Baš kao što Mann (2021) izvodi zaključak kako je jedna od posljedica međukulturne interakcije pozitivan stav lokalnog stanovništva prema stranim jezicima, provedeno istraživanje potkrepljuju navedenu tvrdnju. Dakle, većina sudionika sve tri skupine percipira strane jezike kao nešto pozitivno, a ne negativno. Premda se ovaj zaključak preklapa u oba istraživanja, postoji stavka koja se ipak ne podudara. U prvotnom je istraživanju isto tako uočeno kako su stanovnici turističkog naselja iznimno motivirani da nauče neki strani jezik. Prema odgovorima stanovnika Općine Ražanac, malo više od polovice sudionika, odnosno tek 57 % njih, je spremno na taj korak.

Piller (2003) u svom radu govori o povezanosti između postupaka valorizacije (eng. *valorisation*) i devalorizacije (eng. *devalorisation*) određenih jezika i tržišnih strategija. Ova se spoznaja može primijeniti i na jedan dio ovog istraživanja, tj. na kreiranje istraživačkog instrumenta. Ponovimo, nekoliko je posjetitelja iz Češke, Slovačke i Makedonije izrazilo želju da sudjeluje u istraživanju, ali to nije bilo ostvarivo. Češki, slovački i makedonski nisu jezici na kojima su upitnici sastavljeni, a posjetitelji nisu posjedovali dovoljno znanja iz nekog drugog stranog jezika na kojem su primjerci upitnika dostupni. Kao rezultat ove (ne)predviđene

okolnosti, s lakoćom se može postaviti pitanje je li istraživačica imala na raspolaganju dovoljno vremena, resursa i znanja iz navedenih jezika da spriječi pojavljivanje ove zapreke prilikom distribucije upitnika.

Iako se diplomski rad u prvom redu ne bavi pitanjem upotrebe jezika u promocijske svrhe, tijekom prikupljanja općih podataka o odabranom naselju, uočena je upotreba lokalnog varijeteta kao promotivne strategije i stvaranja autentičnosti. Budući da su višejezičnost i upotreba jezika u stvarnoj okolini, a ne u teoriji, u središtu diplomskog rada, ovo opažanje nije zanemarivo. Riječ je o primjeru jezika kao komoditeta jer iza upotrebe jezika skriva se namjera stvaranja osjećaja autentičnosti.

Na samom je završnom dijelu diplomskog rada isto tako neophodno istaknuti kako se na njegovom početku pošlo od ukupno četiri pretpostavke. Tri su potvrđene, dok se četvrta tek polovično ispostavila točnom. Ishod je rada stoga zaključak kako su upitnike ispunili pripadnici nekoliko stranih zemalja, engleski jezik je jezik koji najveći postotak pripadnika svih skupina poznaje i stanovništvo Ražanca koje je sudjelovalo u istraživanju doista je višejezično, no u usporedbi s ostale dvije skupine sudionike, u manjoj mjeri. Djelomično točna hipoteza ponovno se tiče poznavanja engleskog jezika. Očekivano je kako će lokalno stanovništvo biti skupina za koju će biti utvrđeno da ima najmanje sudionika koji se služe engleskim jezikom. Međutim, ispostavilo se da su posjetitelji ti koji najmanje poznaju engleski jezik u usporedbi s ostalim skupinama.

U ovom poglavlju valja i odgovoriti na glavno pitanje o tome ispunjava li promatrano naselje očekivanja posjetitelja na području interkulturalne komunikacije. Odgovor je potvrđan. Uistinu, iz prikupljenih je podataka evidentno kako postoje područja koja bi se mogla poboljšati, ali kao što je već naglašeno, percepciji posjetitelja pruža se prednost pri donošenju ove odluke. Jer, kako je već mnogo puta naglašeno u tekstu, zadovoljstvo posjetitelja izravan je pokazatelj o tome što jedna turistička destinacija nudi. Potrebno je odgovoriti i na preostala pitanja postavljena u diplomskom radu.

Jesu li višejezične vještine karakteristične za sve tri skupine sudionika i koji se jezici koriste u Ražancu za vrijeme ljetnih mjeseci? Višejezične vještine opažene su kod sva tri uzorka. Prema njihovim odgovorima, većina sudionika uistinu posjeduje jezično znanje i sposobna je voditi komunikaciju na stranim jezicima. Od svih skupina koji su dali svoj doprinos istraživanju, zaposlenici u Ražancu su ti koji prakticiraju komunikaciju na najviše jezika. Isto tako, sudionici su potvrdili prisutnost višejezičnosti nabrojanjem različitih jezika koji se mogu čuti na ražanačkom području, a to su hrvatski, engleski, njemački, talijanski, mađarski,

slovenski, češki, francuski, srpski, slovački, španjolski, ukrajinski, ruski i albanski jezik. Kako su višejezične vještine u turističkim aktivnostima uistinu neophodne, dokazuju i podaci vezani uz iznajmljivanje privatnog smještaja. Tako primjerice, samo troje od ukupno 41 stanovnika koristi jednojezičan pristup pri oglašavanju svojih usluga.

Kako zaposlenici u Ražancu procjenjuju svoju razinu interkulturalne kompetencije te kako ju percipiraju ostale dvije skupine? Dok 16 zaposlenika smatra kako ima prostora za poboljšanje svoje razine interkulturalne kompetencije, njih 34 je suprotnog stajališta te ju u procjenjuje kao visoku ili vrlo visoku. Što se ostale dvije skupine tiče, 81 posjetitelj i 36 stanovnika također pozitivno procjenjuje interkulturalne kompetencije zaposlenika u Ražancu.

Je li engleski jezik doista najdominantniji jezik? Na temelju prikupljenih odgovora se ispostavlja kako engleski jezik preuzima ulogu najkorištenijeg stranog jezika. Pritom je važno istaknuti kako su stanovnici jedina skupina koja još uvijek percipira engleski kao strani jezik. U ovom kontekstu valja spomenuti kako dominacija, odnosno moć jednog jezika nad drugim, može dovesti do gubitka autentičnosti turističke destinacije. Pa ipak, većina posjetitelja i stanovnika smatra kako upotreba engleskog jezika ne ugrožava hrvatski jezik te da on ne gubi na važnosti tijekom sezone. Isto tako, hrvatski jezik prevladava u jezičnom krajoliku Ražanca.

I naposljetku, jesu li posjetitelji zadovoljni pruženom uslugom i komunikacijom za vrijeme svog boravka? Unatoč jezičnim barijerama, posjetitelji se osjećaju zadovoljno.

Valja napomenuti i nekoliko nedostataka ovog istraživanja. Prvo, od planiranih 300 pripadnika ciljanih skupina, sudjelovalo je 284 sudionika. S obzirom kako se procjenjuje da Općina Ražanac ima preko 3.000 stanovnika, a u tu se brojku ne uračunavaju zaposlenici koji obavljaju svoju djelatnost na ražanačkom području, uzorak istraživanja bi se svakako mogao proširiti. Obujam ovog istraživanja ipak je dovoljan da se ispuni svrha ovog diplomskog rada. Drugo, iako kao istraživački instrument služi upitnik te su podaci uglavnom kvantitativne prirode, odabir pitanja zastupljenih u njemu ipak je subjektivan. U konačnici je istraživačica ta koja dala prednost nekim, a izostavila druga moguća pitanja. Treće, opseg analize podataka mogao bi biti uvelike opširniji jer upitnici obuhvaćaju nekoliko tematskih područja.

Diplomski rad nudi prikladnu podlogu za proširivanje istraživanja u budućnosti. Tako primjerice postoji mogućnost da se prilikom sljedećeg istraživanja usredotoči na prednosti koje donosi višejezičnosti zaposlenicima u turističkoj industriji. Stoga bi se novo istraživanje usmjerilo na povezanost između višejezičnosti kod zaposlenih u turizmu i njihove percepcije o tome koje im prednosti i prilike ona u stvarnosti donosi. Drugu mogućnost za proširivanje istraživanja predstavlja bavljenje jezičnim krajolikom. Budući da zaposlenici i stanovnici

smatraju kako strani jezici nisu u dovoljnoj mjeri prikazani u jezičnom krajoliku ovog naselja, a posjetitelji tvrde upravo suprotno, postoji prostor za ispitivanje što je uzrok razlikovanja u njihovoj percepciji jezične okoline.

U konačnici je u turističkoj djelatnosti ključno pronaći ravnotežu između višejezičnosti, interkulturalne kompetencije i shvaćanja jezika kao komoditeta. Prvo, zaposlenicima u turizmu potrebno je znanje stranih jezika kako bi se mogli sporazumjeti s inozemnim posjetiteljima. Interkulturalna kompetencija im pak omogućava pružanje adekvatne i profesionalne usluge na način da prepoznaju stvarne potrebe svojih klijenata. To mogu postići razumijevanjem njihove kulture, običaja, obrazaca ponašanja, očekivanja i sl. Shvaćanje jezika kao komoditeta olakšava zaposlenicima prepoznavanje novih prilika na tržištu koje su im na dohvata ruke ako posjeduju znanje određenih jezika. Drugo, višejezične sposobnosti olakšavaju interakciju posjetitelja tijekom boravka u stranim zemljama, interkulturalna kompetencija ima utjecaj na njihovo shvaćanje strane kulture i prilagodbe istoj, a komodifikacija jezika se odnosi na oslanjanje na upotrebu određenih, *poznatijih* jezika. Treće, lokalnom stanovništvu višejezičnost može donijeti nove ekonomske prilike, interkulturalna kompetencija sprječava donošenje predrasuda prema različitim kulturama i smanjuje izgleda za sukobe, a pogled na jezik kao komoditet treba ih poticati da nauče strane jezike zbog vlastite ekonomske koristi.

9. Popis literature

1. Agorni, M. (2012). Tourism communication: the translator's responsibility in the translation of cultural difference. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 10 (4), 5-11.
2. Barton, D. i Lee, C. (2017). Methodologies for researching multilingual online texts and practices. U M. Martin-Jones i D. Martin (Ur.), *Researching Multilingualism: Critical and ethnographic perspectives* (str. 141-154). New York: Routledge.
3. Blažević, N. i Rončević, N. (2004). Fremdsprachenkenntnisse als bedeutende Voraussetzung für die Entwicklung des Tourismus an der Opatija-Riviera. *Tourism and hospitality management*, 10 (2), 117-126.
4. Blommaert, J., Collins, J. i Slembrouck, S. (2005). Spaces of multilingualism. *Language & communication*, 25 (3), 197-216.
5. Colarić, L. (2017). *Važnost poznavanja stranih jezika u turizmu* (Završni rad, Međimursko veleučilište u Čakovcu, Specijalistički diplomski stručni studij menadžment turizma i sporta).
6. Coupland, N. 2003. Sociolinguistic authenticities. *Journal of Sociolinguistics*, 7 (3), 417–431.
7. Cranmer, R. (2016). Communicating with international visitors—the case of museums and galleries. *Cultus: the Journal of intercultural mediation and communication*, 9 (2), 91-105.
8. Čolić, D. N. i Tomić, M. (2013). Značaj učenja stranog jezika iz perspektive turističke industrije. *Tims. Acta: naučni časopis za sport, turizam i velnes*, 7 (2), 137-143.
9. Dor, D. (2004). From Englishization to imposed multilingualism: Globalization, the internet, and the political economy of the linguistic code. *Public Culture*, 16 (1), 97-118.
10. Duchêne, A. (2009). Marketing, management and performance: Multilingualism as commodity in a tourism call centre. *Language policy*, 8 (1), 27-50.
11. Duchêne, A. i Piller, I. (2011). Mehrsprachigkeit als Wirtschaftsgut: sprachliche Ideologien und Praktiken in der Tourismusindustrie. *Babylon Europa: Zur europäischen Sprachlandschaft*, 135-157.
12. Moore, D. i Gajo, L. (2009). Introduction—French voices on plurilingualism and pluriculturalism: Theory, significance and perspectives. *International journal of multilingualism*, 6 (2), 137-153.

13. Heller, M. (2003). Globalization, the new economy, and the commodification of language and identity. *Journal of Sociolinguistics*, 7 (4), 473–492.
14. Heller, M., Pujolar, J. i Duchêne, A. (2014). Linguistic commodification in tourism. *Journal of Sociolinguistics*, 18 (4), 539-566.
15. Holmqvist, J., i Grönroos, C. (2012). How Does Language Matter for Services? Challenges and Propositions for Service Research. *Journal of Service Research*, 15 (4), 430–442.
16. Jafari, J. i Way, W. (1994). Multicultural Strategics in Tourism. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 35 (6), 72-79.
17. Kabalin Borenić, V., Marinov, S. i Mencer Salluzzo, M. (2013). Specijalistički i bez greške? Jezični mitovi u turizmu. *Acta turistica*, 25 (2), 165-189.
18. Knežević, K. i Kraljević, L. (2012). Višejezičnost kao čimbenik jačanja konkurentnosti na gospodarskom tržištu. *Ekonomski vjesnik*, 1, 206-211.
19. Mann, S. T. (2021). The influence of tourism on the language attitude of residents in regard to multilingualism in a touristic region.
20. Matticchio, I. i Melchior, L. (2021). Mehrsprachigkeit am Arbeitsplatz. U P. Katelhön i M. Nied Curcio (Ur.), *Sprachen lehren – Sprachen lernen* (str. 7-42). Berlin: Frank & Timme.
21. Pace, M. (2015). Language proficiency and the tourism industry – a key combination. *Insider*, 3 (12), 45-53.
22. Pietrzyk-Kowalec, P. (2023). Multilingualism and the Job Market in the European Union: A Comprehensive Analysis. *Proceedings of the World Conference on Education and Teaching*, 2, 1-8.
23. Piller, I. (2003). 10. advertising as a site of language contact. *Annual review of applied linguistics*, 23, 170-183.
24. Piller, I. (2012). Intercultural communication: An overview. *The handbook of intercultural discourse and communication*, 3-18.
25. Radić, D., Todorović, M. i Tudor, A. (2022). Važnost komunikacije na engleskom jeziku u turizmu i hotelijerstvu. *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu*, 13 (1), 67-72.
26. Strezovska, J. (2012). Kulturspezifisches Verhalten und erfolgreiche interkulturelle Kommunikation im Tourismus. U N. Blažević (Ur.), *1st International Conference:*

Foreign Languages and Tourism (str. 178-186). Opatija: Faculty of Tourism and Hospitality Management.

27. Suhaimi, N. I. B. i Abdullah, A. B. (2017). The role of multilingualism in enhancing tourism sector in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7 (7), 816-832.
28. Šarčević, A. (2021). *Zastupljenost i važnost učenja talijanskog jezika u turizmu* (Završni rad, Veleučilište u Šibeniku, Odjel studija menadžmenta i turizma).
29. Ting-Toomey, S. (2012). Understanding intercultural conflict competence: multiple theoretical insights. *The Routledge handbook of language and intercultural communication* (str. 289-305). Routledge.

Online izvori:

1. Antonio Oštarić (2018). Commodification of a forsaken script: The Glagolitic script in contemporary Croatian material culture, <[Commodification of a forsaken script-libre.pdf](#)>. Pristupljeno 14. prosinca 2024.
2. Hrvatska turistička zajednica (2024). Informacije o tijeku sezone: Turistička statistika listopad 2024, <[Turistička statistika listopad 2024.pdf](#)>. Pristupljeno 14. studenoga 2024.
3. Općina Ražanac (2024). Općenito o Općini Ražanac, <[Općenito o Općini Ražanac | Općina Ražanac](#)>. Pristupljeno 16. studenoga 2024.
4. Turistička zajednica Općine Ražanac (2024). Ražanac, <[Ražanac | TZO Ražanac - Turistička zajednica Općine Ražanac](#)>. Pristupljeno 16. studenoga 2024.
5. Turistička zajednica Općine Ražanac (23. svibnja 2024). Program manifestacija 2024., <[Program manifestacija 2024 | TZO - Ražanac](#)>. Pristupljeno 16. studenoga 2024.
6. Općina Ražanac (5. veljače 2015). Legenda o junakinji Nidički, <[Legenda o junakinji Nidički | Općina Ražanac](#)>. Pristupljeno 27. listopada 2024.
7. Turistička zajednica Općine Ražanac (prosinac, 2024). Program rada Turističke zajednice Općine Ražanac za 2024. godinu, <[PROGRAM-RADA-I-FINANCIJSKI-PLAN-ZA-2024.pdf](#)>. Pristupljeno 14. studenoga 2024.
8. Turistička zajednica Općine Ražanac (29. ožujka 2024.). Javni poziv za razvoj turističkog proizvoda na području TZO Ražanac u 2024. godini, <<https://tz-razanac.hr/hr/vijesti/javni-poziv-za-razvoj-turistickog-proizvoda-na-podrucju-tzo-razanac-u-2024-godini>>. Pristupljeno 14. studenoga 2024.



9. Turistička zajednica Općine Ražanac (2023). Javni poziv za razvoj turističkog proizvoda na području TZO Ražanac u 2023. godini, <<https://tz-razanac.hr/media/375/Javni-poziv-za-razvoj-turisti%C4%8Dkog-proizvoda-na-podru%C4%8Dju-TZO-Ra%C5%BEanac-u-2023.-godini.docx>>. Pristupljeno 4. studenoga 2024.
10. Turistička zajednica Općine Ražanac (27. travnja 2022). Javni poziv za razvoj turističkog proizvoda na području TZO Ražanac u 2022. godini, <[Javni poziv za razvoj turističkog proizvoda na području TZO Ražanac u 2022. godini | TZO – Ražanac](#)>. Pristupljeno 14. studenoga 2024.

10. Prilozi

10.1. Primjerci upitnika namijenjeni zaposlenicima u Ražancu

10.1.1. Prilog 1. Upitnik za zaposlenike na hrvatskom jeziku

ULOGA VIŠEJEZIČNE I INTERKULTURALNE KOMUNIKACIJE U TURIZMU: PERCEPCIJA RAZLIČITIH SUDIONIKA U JEDNOM DALMATINSKOM NASELJU

Matea Šoch Rudić  ...  ...

Pristankom na ispunjavanje anonimnog upitnika sudjelujete u istraživanju percepcije zaposlenika, mještana i posjetitelja o ulozi i koristi poznavanja stranih jezika u određenoj turističkoj destinaciji odnosno Ražancu.

Upitnik je izradila Matea Šoch Rudić, studentica II. godine diplomskog studija Lingvistike, a cilj je diplomskog rada istražiti prisutnost i ulogu višejezične komunikacije u turističkom sektoru na primjeru odabranog dalmatinskog naselja.

Unaprijed zahvaljujem na Vašem vremenu koje ćete odvojiti za ispunjavanje upitnika te na svakom odgovoru kojim ćete mi pomoći da uspješno završim diplomski studij Lingvistike.

Sociodemografski podaci

1. Spol:

Muški Ženski

2. Dob:

Manje od 20 godina 20-29 30-39 40-49 50 ili više godina

3. Državljanstvo:

Hrvatsko Drugo: _____

4. Mjesto prebivališta: _____

5. Razina obrazovanja:

Osnovna škola Srednja škola Prijediplomski studij Diplomski studij

6. Stečeno iskustvo u turizmu:

Manje od 5 godina

6-10 godina

11-15 godina

16-20 godina

21-25 godina

Više od 26 godina

7. Naziv radnog mjesta: _____

8. Trajanje trenutnog zaposlenja: isključivo tijekom sezone tijekom i izvan sezone

9. Tvrtka me zaposlila zbog: iskustva jezičnog znanja potrebe za radnicima

Jezične prakse

1. Prvi jezik: Hrvatski Drugi: _____
2. Strani jezici koje poznajem i govorim:
 Engleski Njemački Talijanski Francuski Slovenski
 Ostali: _____
3. Strani jezici koje koristim na radnom mjestu u komunikaciji s inozemnim posjetiteljima:
 Engleski Njemački Talijanski Francuski Slovenski
 Ostali: _____
4. Zaposlenici u turizmu moraju poznavati više stranih jezika:
 Uopće se ne slažem
 Ne slažem se
 Neutralnog sam stava
 Slažem se
 U potpunosti se slažem
5. Na mom radnom mjestu postoji potreba za osobljem koje poznaje i govori više stranih jezika:
 Uopće se ne slažem
 Ne slažem se
 Neutralnog sam stava
 Slažem se
 U potpunosti se slažem
6. Tvrtka u kojoj radim potiče svoje zaposlenike da nauče strane jezike:
 Uopće se ne slažem
 Ne slažem se
 Neutralnog sam stava
 Slažem se
 U potpunosti se slažem
7. Osoblje koje poznaje i govori više stranih jezika ima višu plaću od zaposlenika koji pričaju jedan jezik:
 Uopće se ne slažem
 Ne slažem se
 Neutralnog sam stava
 Slažem se
 U potpunosti se slažem

8. Osoblje koje poznaje i govori više stranih jezika pridonosi oblikovanju pozitivnog dojma određene turističke destinacije:

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Neutralnog sam stava
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

9. Prema stranim jezicima imam pozitivan stav:

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Neutralnog sam stava
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

10. Engleski jezik više ne percipiram kao strani jezik:

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Neutralnog sam stava
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

Izazovi u komunikaciji na radnom mjestu

1. Poteškoće u komunikaciji s inozemnim posjetiteljima se događaju jer (višestruki odabir moguć):

- Inozemni posjetitelji ne posjeduju osnovno znanje hrvatskog jezika
- Ne poznajem materinski jezik inozemnih posjetitelja, a oni očekuju da se komunicira isključivo na tome jeziku
- Inozemni posjetitelji i ja ne pronalazimo neki drugi strani jezik pomoću kojega se možemo uspješno sporazumjeti
- Inozemni posjetitelji i ja se služimo istim stranim jezikom, ali ipak nemamo dovoljno znanja kako bismo se uspješno sporazumjeli
- Nema poteškoća
- Ostalo: _____

2. U slučajevima kada govorimo zajedničkim stranim jezikom, tijekom komunikacije s inozemnim posjetiteljima dolazi do prepreka u komunikaciji jer (višestruki odabir moguć):

- Ne razumijem inozemne posjetitelje zbog njihova naglaska
- Inozemni posjetitelji govore prebrzo

- Razumijem tek poneku riječ
- Ne posjedujem dovoljno širok vokabular
- Inozemni posjetitelji ne razumiju moj izgovor riječi
- Nema poteškoća
- Ostalo: _____

Strategije pri rješavanju jezičnih barijera

1. Kada zaključim da ni na koji način ne mogu nastaviti komunikaciju s inozemnim posjetiteljima, tada (višestruki odabir moguć):

- Molim kolegu/icu za pomoć jer se on/ona služi istim stranim jezikom kao i inozemni posjetitelji
- Koristim prevoditeljska pomagala (Google Translator, DeepL, digitalni rječnici i sl.)
- Upotrebljavam džepni rječnik stranih riječi
- Pokušavam nastaviti komunikaciju na način da sporije i razgovijetnije govorim
- Pokušavam nastaviti komunikaciju pritom se oslanjajući na gestikulaciju dok govorim
- Usredotočujem se isključivo na neverbalnu komunikaciju i upotrebu tek nekoliko riječi
- Nema poteškoća
- Ostalo: _____

Zastupljenost stranih jezika u Ražancu

1. U Ražancu postoji potreba za osobljem koje poznaje i govori više stranih jezika zbog velikog broja inozemnih posjetitelja:

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Neutralnog sam stava
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

2. U Ražancu su strani jezici dovoljno zastupljeni na oglasnim pločama, plakatima, znakovima i natpisima različitih objekata:

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Neutralnog sam stava
- Slažem se
- U potpunosti se slažem



Interkulturalne kompetencije

Interkulturalna kompetencija/vještina je sposobnost učinkovite i prikladne komunikacije sa sugovornicima različitih kultura. Ona podrazumijeva poštovanje i prilagođavanje različitim kulturnim vrijednostima, ponašanjima i načinima komuniciranja.

1. Kako procjenjujete svoju trenutnu razinu interkulturalne kompetencije u odnosu na vaše radne obaveze?
 Vrlo niska Niska Srednja Visoka Vrlo visoka
2. Jeste li dosad sudjelovali u treninzima ili radionicama vezanim za interkulturalnu kompetenciju?
 Da Ne Planiram sudjelovati
3. Koliko vam vaše interkulturalne vještine pomažu u rješavanju konflikata s inozemnim posjetiteljima?
 Nikad ne pomažu
 Rijetko pomažu
 Ponekad pomažu
 Često pomažu
 Uvijek pomažu
4. Smatrate li da je važno da se zaposlenici u turizmu neprestano educiraju o različitim kulturama?
 Uopće nije važno
 Nije važno
 Neutralnog sam stava
 Važno je
 Vrlo je važno
5. Koje dodatne resurse ili podršku smatrate potrebnima za poboljšanje svoje interkulturalne kompetencije?
 Bolji pristup edukacijskim materijalima
 Više praktičnih iskustava
 Pohađanje tečaja ili edukacija
 Povećanje svijesti unutar organizacije o komunikaciji s pripadnicima različitih kultura
 Ostalo: _____

10.1.2. Prilog . Upitnik za zaposlenike na njemačkom jeziku

DIE ROLLE DER MULTIKULTURELLEN UND INTERKULTURELLEN KOMMUNIKATION IM TOURISMUS: WAHRNEHMUNG VERSCHIEDENER TEILNEHMENDER AN EINEM ORT IN DALMATIEN

Matea Šoch Rudić  ...  ...

Durch das Ausfüllen des anonymen Fragebogens nehmen Sie an einer Umfrage teil, die sich mit der Wahrnehmung von MitarbeiterInnen, Einheimischen und BesucherInnen über die Rolle und die Vorteile von Fremdsprachenkenntnissen an einem bestimmten Reiseziel, nämlich Ražanac, beschäftigt.

Der Fragebogen wurde von Matea Šoch Rudić, Studentin des II. Jahrgangs des Diplomstudiums der Linguistik, erstellt. Ziel der Arbeit ist es, das Vorhandensein und die Rolle der mehrsprachigen Kommunikation im Tourismussektor am Beispiel einer ausgewählten dalmatinischen Ortschaft zu untersuchen.

Ich danke Ihnen im Voraus für die Zeit, die Sie sich für das Ausfüllen des Fragebogens nehmen werden, und für jede Antwort, die mir helfen wird, das Studium der Linguistik erfolgreich abzuschließen.

Soziodemographische Daten

1. Geschlecht:

Männlich Weiblich Divers Keine Angabe

2. Alter:

Weniger als 20 Jahre 20-29 30-39 40-49 50 Jahre oder mehr

3. Nationalität:

Deutsch Andere: _____

4. Land, in dem ich lebe, und Name des Ortes: _____

5. Arbeitsort: _____

6. Ausbildungsniveau:

- Ohne allgemeinen Schulabschluss
- Hauptschulabschluss
- Mittlere Reife / Realschulabschluss
- Fachhochschul- oder Hochschulreife
- Abgeschlossenes Studium
- Promotion

7. Bereits erworbene Erfahrung im Tourismus:

- Weniger als 5 Jahre
- 6-10 Jahre
- 11-15 Jahre
- 16-20 Jahre
- 21-25 Jahre

Mehr als 26 Jahre

8. Name des aktuellen Arbeitsplatzes: _____

9. Dauer der derzeitigen Beschäftigung:

ausschließlich während der Saison

während und außerhalb der Saison

10. Das Unternehmen hat mich eingestellt wegen:

Erfahrung

Sprachkenntnisse

Bedarf an Arbeitskräften

Sprachkenntnisse

1. Erste Sprache: Deutsch Andere: _____

2. Fremdsprachen, die ich kenne und spreche:

Kroatisch Englisch Italienisch Französisch Slowenisch

Andere: _____

3. Fremdsprachen, die ich am Arbeitsplatz verwende:

Kroatisch Englisch Italienisch Französisch Slowenisch

Andere: _____

4. MitarbeiterInnen im Bereich des Tourismus sollten mehr Sprachen beherrschen:

Ich bin überhaupt nicht einverstanden

Ich stimme nicht zu

Ich habe eine neutrale Einstellung

Ich stimme zu

Ich stimme völlig zu

5. An meinem Arbeitsplatz besteht ein Bedarf an Arbeitskräften, die mehr Fremdsprachen beherrschen und sprechen:

Ich bin überhaupt nicht einverstanden

Ich stimme nicht zu

Ich habe eine neutrale Einstellung

Ich stimme zu

Ich stimme völlig zu

6. Das Unternehmen, für das ich arbeite, fördert das Erlernen von Fremdsprachen bei seinen MitarbeiterInnen:

Ich bin überhaupt nicht einverstanden

Ich stimme nicht zu

Ich habe eine neutrale Einstellung

Ich stimme zu

Ich stimme völlig zu

7. An meinem Arbeitsplatz haben MitarbeiterInnen, die mehrere Fremdsprachen sprechen und beherrschen, ein höheres Gehalt als MitarbeiterInnen, die nur eine Sprache sprechen:

- Ich bin überhaupt nicht einverstanden
- Ich stimme nicht zu
- Ich habe eine neutrale Einstellung
- Ich stimme zu
- Ich stimme völlig zu

8. Die MitarbeiterInnen, die mehrere Fremdsprachen kennen und sprechen, tragen zur Bildung eines positiven Eindrucks von einem bestimmten touristischen Reiseziel bei:

- Ich bin überhaupt nicht einverstanden
- Ich stimme nicht zu
- Ich habe eine neutrale Einstellung
- Ich stimme zu
- Ich stimme völlig zu

9. Ich habe eine positive Einstellung zu Fremdsprachen:

- Ich bin überhaupt nicht einverstanden
- Ich stimme nicht zu
- Ich habe eine neutrale Einstellung
- Ich stimme zu
- Ich stimme völlig zu

10. Ich betrachte Englisch nicht mehr als eine Fremdsprache:

- Ich bin überhaupt nicht einverstanden
- Ich stimme nicht zu
- Ich habe eine neutrale Einstellung
- Ich stimme zu
- Ich stimme völlig zu

Herausforderungen bei der Kommunikation am Arbeitsplatz

1. Herausforderungen bei der Kommunikation mit KundInnen ergeben sich aus folgenden Gründen (Mehrfachnennung möglich):

- Die KundInnen verfügen nicht über Grundkenntnisse der deutschen Sprache
- Ich kenne die Muttersprache der KundInnen nicht und sie erwarten, dass wir uns nur in dieser Sprache verständigen
- Die KundInnen und ich finden keine andere Fremdsprache, in der wir uns erfolgreich verständigen können.

- Die KundInnen und ich sprechen zwar nicht dieselbe Fremdsprache, aber wir verfügen trotzdem nicht über genügend Kenntnisse, um uns erfolgreich zu verständigen
- Es gibt keine Herausforderungen
- Sonstige: _____

2. In Fällen, in denen wir die gleiche Fremdsprache sprechen, kommt es bei der Kommunikation mit KundInnen zu Verständigungsproblemen, weil (Mehrfachnennung möglich):

- Ich verstehe die KundInnen wegen ihres Akzents nicht
- Die KundInnen sprechen zu schnell
- Ich verstehe nur einige Wörter
- Ich habe keinen ausreichenden Wortschatz
- Die KundInnen verstehen meine Aussprache nicht
- Es gibt keine Herausforderungen
- Sonstiges: _____

Strategien zur Überwindung von Sprachbarrieren

1. Wenn ich zu dem Schluss komme, dass ich die Kommunikation mit den KundInnen in keiner Weise fortsetzen kann, dann (Mehrfachnennung möglich):

- bitte ich einen Kollegen oder eine Kollegin um Hilfe, weil er/sie die gleiche Sprache wie die KundInnen spricht
- benutze ich Übersetzungshilfen (Google Translator, DeepL, digitale Wörterbücher usw.)
- benutze ich ein Taschenwörterbuch mit Fremdwörtern
- versuche ich, das Gespräch fortzusetzen, indem ich langsamer und deutlicher spreche
- versuche ich, die Kommunikation fortzusetzen, indem ich beim Sprechen gestikuliere
- konzentriere ich mich ausschließlich auf die nonverbale Kommunikation und den Gebrauch von wenigen Wörtern
- Es gibt keine Herausforderungen
- Sonstiges: _____

Präsenz der Fremdsprachen in Ražanac

1. In Ražanac besteht aufgrund der hohen Zahl ausländischer BesucherInnen ein Bedarf an Arbeitskräften, die mehr Fremdsprachen sprechen und beherrschen:

- Ich bin überhaupt nicht einverstanden
- Ich stimme nicht zu
- Ich habe eine neutrale Einstellung
- Ich stimme zu
- Ich stimme völlig zu

2. In Ražanac sind Fremdsprachen auf Tafeln, Plakaten, Schildern und Beschriftungen verschiedener Gebäude ausreichend vertreten:

- Ich bin überhaupt nicht einverstanden
- Ich stimme nicht zu
- Ich habe eine neutrale Einstellung
- Ich stimme zu
- Ich stimme völlig zu

Interkulturelle Kompetenzen

Interkulturelle Kompetenz ist die Fähigkeit, effektiv und angemessen mit GesprächspartnerInnen aus anderen Kulturen zu kommunizieren. Sie setzt Respekt und Anpassung an unterschiedliche kulturelle Werte, Verhaltensweisen und Kommunikationsformen voraus.

1. Wie würden Sie Ihr derzeitiges Niveau an interkultureller Kompetenz in Bezug auf Ihre Arbeitsaufgaben einschätzen?

- Sehr gering
- Gering
- Mittel
- Hoch
- Sehr hoch

2. Haben Sie schon einmal an Trainingskursen oder Workshops zur interkulturellen Kompetenz teilgenommen?

- Ja
- Nein
- Ich beabsichtige, teilzunehmen

3. Wie gut helfen Ihnen Ihre interkulturellen Kompetenzen bei der Lösung von Konflikten mit ausländischen BesucherInnen?

- Sie helfen nie
- Sie helfen selten
- Sie helfen manchmal
- Sie helfen oft
- Sie helfen immer

4. Glauben Sie, dass es für MitarbeiterInnen im Tourismus wichtig ist, sich ständig über andere Kulturen zu informieren?

- Es ist überhaupt nicht wichtig
- Es ist nicht wichtig
- Ich habe eine neutrale Einstellung
- Es ist wichtig
- Es ist sehr wichtig



5. Welche zusätzlichen Ressourcen oder Unterstützung halten Sie für notwendig, um Ihre interkulturelle Kompetenz zu verbessern?

- Besserer Zugang zu Bildungsmaterialien
- Mehr praktische Erfahrungen
- Teilnahme an einem Kurs oder einer Fortbildung
- Stärkung des Bewusstseins innerhalb der Organisation für die Kommunikation mit MitgliederInnen anderer Kulturen
- Sonstiges: _____

10.2. Primjerci upitnika namijenjeni posjetiteljima Ražanca

10.2.1. Prilog 3. Upitnik za posjetitelje na hrvatskom jeziku

ULOGA VIŠEJEZIČNE I INTERKULTURALNE KOMUNIKACIJE U TURIZMU: PERCEPCIJA RAZLIČITIH SUDIONIKA U JEDNOM DALMATINSKOM NASELJU

Matea Šoch Rudić  ...  ...

Pristankom na ispunjavanje anonimnog upitnika sudjelujete u istraživanju percepcije zaposlenika, mještana i posjetitelja o ulozi i koristi poznavanja stranih jezika u određenoj turističkoj destinaciji odnosno Ražancu.

Upitnik je izradila Matea Šoch Rudić, studentica II. godine diplomskog studija Lingvistike, a cilj je diplomskog rada istražiti prisutnost i ulogu višejezične komunikacije u turističkom sektoru na primjeru odabranog dalmatinskog naselja.

Unaprijed zahvaljujem na Vašem vremenu koje ćete odvojiti za ispunjavanje upitnika te na svakom odgovoru kojim ćete mi pomoći da uspješno završim diplomski studij Lingvistike.

Sociodemografski podaci

1. Spol:

- Muški Ženski

2. Dob:

- Manje od 20 godina 20-29 30-39 40-49 50 ili više godina

3. Zemlja u kojoj živim: _____

4. Naziv radnog mjesta : _____

5. Broj dosad posjećenih inozemnih zemalja:

- 3 ili manje 4-5 6-10 11-15 16-20 Više od 20

Jezične prakse

1. Prvi jezik: _____

2. Strani jezici koje poznajem i govorim:

- Engleski Njemački Talijanski Francuski Slovenski

Ostali: _____

3. Strani jezici koje čujem ili s kojima se susrećem u Ražancu:

- Engleski Njemački Talijanski Francuski Poljski Mađarski

Ostali: _____

4. Zaposlenici u turizmu moraju poznavati više stranih jezika:

- Uopće se ne slažem
 Ne slažem se
 Neutralnog sam stava

- Slažem se
- U potpunosti se slažem

5. Očekujem i važno mi je da zaposlenici u turizmu pričaju moj prvi jezik:

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Neutralnog sam stava
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

6. Prema stranim jezicima imam pozitivan stav:

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Neutralnog sam stava
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

7. Engleski jezik više ne percipiram kao strani jezik:

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Neutralnog sam stava
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

Izazovi u komunikaciji sa zaposlenicima u Ražancu

1. Poteškoće u komunikacije sa zaposlenicima u Ražancu su se dogodile jer (višestruki odabir moguć):

- Ne posjedujem osnovno znanje hrvatskog jezika
- Ne poznajem hrvatski jezik, a zaposlenici očekuju da se komunicira isključivo na tome jeziku
- Zaposlenici i ja ne pronalazimo neki drugi strani jezik na kojem možemo komunicirati
- Zaposlenici i ja se služimo istim stranim jezikom, ali ipak nemamo dovoljno znanja kako bismo se uspješno sporazumjeli
- Nema poteškoća
- Ostalo: _____

2. U slučajevima kada govorimo zajednički strani jezik, tijekom komunikacije sa zaposlenicima dolazi do prepreka u komunikaciji jer (višestruki odabir moguć):

- Ne razumijem zaposlenike zbog njihova naglaska
- Zaposlenici govore prebrzo

- Razumijem tek poneku riječ
- Ne posjedujem dovoljno širok vokabular određenog stranog jezika
- Zaposlenici ne razumiju moj izgovor riječi
- Nema poteškoća
- Ostalo: _____

3. Smatram da višezjezičnost utječe na kvalitetu pružene usluge u (višestruki odabir moguć):

- Restoranima
- Trgovinama mješovite robe
- Zdravstvenim ustanovama
- Pošti
- Kafićima
- Turističkoj zajednici
- Knjižnici
- Pekarnici
- Slastičarnici
- Smještajnim objektima, apartmanima i kampovima
- Ostalim objektima: _____

4. Očekujem da se zaposlenici u turizmu služe mojim prvim jezikom te da se komunikacija odvija isključivo na njemu:

- Ne očekujem uopće
- Svejedno mi je
- Očekujem
- Ovisi o tipu objekta u kojem zaposlenik radi

5. Višezjezično osoblje pridonosi oblikovanju pozitivnog dojma određene turističke destinacije:

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Neutralnog sam stava
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

Strategije pri rješavanju jezičnih barijera

1. Kada zaključim da ni na koji način ne mogu nastaviti komunikaciju sa zaposlenicima, tada (višestruki odabir moguć):

- Očekujem da dođe drugi zaposlenik koji se služi istim stranim jezikom kao i ja

- Koristim prevoditeljska pomagala (Google Translator, DeepL, digitalni rječnici i sl.)
- Upotrebljavam džepni rječnik stranih riječi
- Pokušavam nastaviti komunikaciju na način da sporije i razgovijetnije govorim
- Pokušavam nastaviti komunikaciju pritom se oslanjajući na gestikulaciju dok govorim
- Usredotočujem se isključivo na neverbalnu komunikaciju i upotrebu tek nekoliko riječi
- Nema poteškoća
- Ostalo: _____

2. U slučaju da sugovornici nemaju isti zajednički jezik, tok komunikacije se može ozbiljno oštetiti:

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Neutralnog sam stava
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

Interkulturalne kompetencije

Interkulturalna kompetencija/vještina je sposobnost učinkovite i prikladne komunikacije sa sugovornicima različitih kultura. Ona podrazumijeva poštovanje i prilagođavanje različitim kulturnim vrijednostima, ponašanjima i načinima komuniciranja.

1. Kako procjenjujete svoju trenutnu razinu interkulturalne kompetencije?

- Vrlo niska Niska Srednja Visoka Vrlo visoka

2. Jeste li dosad sudjelovali u treninzima ili radionicama vezanim za interkulturalnu kompetenciju?

- Da Ne Planiram sudjelovati

3. Kako biste ocijenili svoje iskustvo sa zaposlenicima u Ražancu u pogledu njihove sposobnosti da se nose s kulturnim razlikama?

- Vrlo loše
- Loše
- Srednje
- Dobro
- Odlično

4. Smatrate li da je važno da se zaposlenici u turizmu kontinuirano educiraju o različitim kulturama?

- Uopće nije važno
- Nije važno
- Neutralnog sam stava
- Važno je

Vrlo je važno

5. Koliko je važno da turistička destinacija promovira kulturnu raznolikost i razumijevanje prema različitim kulturama?

Uopće nije važno

Nije važno

Neutralnog sam stava

Važno je

Vrlo je važno

6. Smatrate li da bi dodatna obuka u interkulturalnoj kompetenciji poboljšala turističku ponudu Ražanca?

Uopće ne bi poboljšala

Vjerojatno ne bi poboljšala

Neutralnog sam stava

Vjerojatno bi poboljšala

Svakako bi poboljšala

7. U kojoj mjeri se osjećate dobrodošlo i poštovano u ovoj destinaciji bez obzira na svoju kulturnu pozadinu?

Uopće se ne osjećam dobrodošlo

Ne osjećam se dobrodošlo

Neutralnog sam stava

Osjećam se dobrodošlo

Osjećam se veoma dobrodošlo

Zastupljenost višejezičnosti u Ražancu

1. Ražanac postaje turističko mjesto tijekom ljetnih mjeseci:

Uopće se ne slažem

Ne slažem se

Neutralnog sam stava

Slažem se

U potpunosti se slažem

2. U Ražancu postoji potreba za osobljem koje poznaje i govori više stranih jezika zbog sve većeg broja inozemnih posjetitelja:

Uopće se ne slažem

Ne slažem se

Neutralnog sam stava

- Slažem se
- U potpunosti se slažem

3. Poznavanje stranih jezika je neophodno za turistički razvoj Ražanca:

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Neutralnog sam stava
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

4. U Ražancu su strani jezici dovoljno zastupljeni na oglasnim pločama, plakatima, znakovima i natpisima različitih objekata:

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Neutralnog sam stava
- Slažem se
- U potpunosti se slažem



5. U Ražancu hrvatski jezik tijekom sezone gubi na važnosti jer se komunikacija sve češće odvija na stranim jezicima:

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Neutralnog sam stava
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

6. Prisutnost stranih jezika u Ražancu me potiče da naučim neki strani jezik: Da Ne

10.2.2. Prilog 4. Upitnik za posjetitelje na njemačkom jeziku

DIE ROLLE DER MULTIKULTURELLEN UND INTERKULTURELLEN KOMMUNIKATION IM TOURISMUS: WAHRNEHMUNG VERSCHIEDENER TEILNEHMENDER AN EINEM ORT IN DALMATIEN

Matea Šoch Rudić  ...  ...

Durch das Ausfüllen des anonymen Fragebogens nehmen Sie an einer Umfrage teil, die sich mit der Wahrnehmung von MitarbeiterInnen, Einheimischen und BesucherInnen über die Rolle und die Vorteile von Fremdsprachenkenntnissen an einem bestimmten Reiseziel, nämlich Ražanac, beschäftigt.

Der Fragebogen wurde von Matea Šoch Rudić, Studentin des II. Jahrgangs des Diplomstudiums der Linguistik, erstellt. Ziel der Arbeit ist es, das Vorhandensein und die Rolle der mehrsprachigen Kommunikation im Tourismussektor am Beispiel einer ausgewählten dalmatinischen Ortschaft zu untersuchen.

Ich danke Ihnen im Voraus für die Zeit, die Sie sich für das Ausfüllen des Fragebogens nehmen werden, und für jede Antwort, die mir helfen wird, das Studium der Linguistik erfolgreich abzuschließen.

Soziodemographische Daten

1. Geschlecht:

Männlich Weiblich Divers Keine Angabe

2. Alter:

Weniger als 20 Jahre 20-29 30-39 40-49 50 Jahre oder mehr

3. Land, in dem ich lebe, und Name des Ortes: _____

4. Name des aktuellen Arbeitsplatzes: _____

5. Anzahl der bereits besuchten ausländischen Länder:

3 oder weniger 4-5 6-10 11-15 16-19 Mehr als 20

Sprachkenntnisse

1. Erste Sprache: Deutsch Andere: _____

2. Fremdsprachen, die ich kenne und spreche:

Kroatisch Englisch Italienisch Französisch Slowenisch

Andere: _____

3. Fremdsprachen, die ich höre oder denen ich in Ražanac begegne:

Kroatisch Englisch Italienisch Französisch Slowenisch Polnisch Ungarisch

Andere: _____

4. MitarbeiterInnen im Bereich des Tourismus sollten mehr Sprachen beherrschen:

Ich bin überhaupt nicht einverstanden

Ich stimme nicht zu

- Ich habe eine neutrale Einstellung
- Ich stimme zu
- Ich stimme völlig zu

5. Ich erwarte, und es ist mir wichtig, dass die MitarbeiterInnen im Tourismus meine Muttersprache sprechen:

- Ich bin überhaupt nicht einverstanden
- Ich stimme nicht zu
- Ich habe eine neutrale Einstellung
- Ich stimme zu
- Ich stimme völlig zu

6. Ich habe eine positive Einstellung zu Fremdsprachen:

- Ich bin überhaupt nicht einverstanden
- Ich stimme nicht zu
- Ich habe eine neutrale Einstellung
- Ich stimme zu
- Ich stimme völlig zu

7. Ich betrachte Englisch nicht mehr als eine Fremdsprache:

- Ich bin überhaupt nicht einverstanden
- Ich stimme nicht zu
- Ich habe eine neutrale Einstellung
- Ich stimme zu
- Ich stimme völlig zu

Herausforderungen bei der Kommunikation am Arbeitsplatz

1. Herausforderungen bei der Kommunikation mit MitarbeiterInnen in Ražanac ergeben sich aus folgenden Gründen (Mehrfachnennung möglich):

- Ich verfüge nicht über Grundkenntnisse der kroatischen Sprache
- Ich kenne die Muttersprache der MitarbeiterInnen in Ražanac nicht und sie erwarten, dass wir uns nur in dieser Sprache verständigen
- Die MitarbeiterInnen und ich finden keine andere Fremdsprache, in der wir uns erfolgreich verständigen können.
- Die MitarbeiterInnen und ich sprechen zwar nicht dieselbe Fremdsprache, aber wir verfügen trotzdem nicht über genügend Kenntnisse, um uns erfolgreich zu verständigen
- Es gibt keine Herausforderungen
- Andere: _____

2. In Fällen, in denen wir die gleiche Fremdsprache sprechen, kommt es bei der Kommunikation mit MitarbeiterInnen zu Verständigungsproblemen, weil (Mehrfachnennung möglich):

- Ich verstehe die MitarbeiterInnen wegen ihres Akzents nicht
- Die MitarbeiterInnen sprechen zu schnell
- Ich verstehe nur einige Wörter
- Ich habe keinen ausreichenden Wortschatz
- Die MitarbeiterInnen verstehen meine Aussprache nicht
- Es gibt keine Herausforderungen
- Andere: _____

3. Ich denke, dass die Mehrsprachigkeit die Qualität der Dienstleistungen in diesen Einrichtungen beeinflusst (Mehrfachnennung möglich):

- Restaurants
- Supermärkten
- Gesundheitseinrichtungen
- Postamt
- Cafés
- Tourismusverband
- Bibliothek
- Bäckerei
- Eisladen
- Unterkünfte, Appartements und Campingplätze
- Andere: _____

4. Ich erwarte, dass die MitarbeiterInnen im Tourismus meine Muttersprache sprechen und dass die Kommunikation nur in dieser Sprache stattfindet:

- Ich erwarte überhaupt nicht
- Ich habe eine neutrale Meinung
- Ich erwarte es
- Es hängt von der Art des Betriebs ab, in dem die MitarbeiterInnen arbeiten

5. Mehrsprachiges Personal trägt dazu bei, einen positiven Eindruck von einem bestimmten touristischen Ziel zu vermitteln:

- Ich bin überhaupt nicht einverstanden
- Ich stimme nicht zu
- Ich habe eine neutrale Einstellung
- Ich stimme zu
- Ich stimme völlig zu

Strategien zur Überwindung von Sprachbarrieren

1. Wenn ich zu dem Schluss komme, dass ich die Kommunikation mit den MitarbeiterInnen in keiner Weise fortsetzen kann, dann (Mehrfachnennung möglich):

- erwarte ich, dass andere MitarbeiterInnen, die dieselbe Fremdsprache sprechen, kommen und mir helfen
- benutze ich Übersetzungshilfen (Google Translator, DeepL, digitale Wörterbücher usw.)
- benutze ich ein Taschenwörterbuch mit Fremdwörtern
- versuche ich, das Gespräch fortzusetzen, indem ich langsamer und deutlicher spreche
- versuche ich, die Kommunikation fortzusetzen, indem ich beim Sprechen gestikuliere
- konzentriere ich mich ausschließlich auf die nonverbale Kommunikation und den Gebrauch von wenigen Wörtern
- Es gibt keine Herausforderungen
- Sonstiges: _____

2. In Fällen, in denen die SprecherInnen nicht dieselbe Sprache sprechen, kann der Kommunikationsfluss ernsthaft gestört werden:

- Ich bin überhaupt nicht einverstanden
- Ich stimme nicht zu
- Ich habe eine neutrale Einstellung
- Ich stimme zu
- Ich stimme völlig zu

Interkulturelle Kompetenzen

Interkulturelle Kompetenz ist die Fähigkeit, effektiv und angemessen mit GesprächspartnerInnen aus anderen Kulturen zu kommunizieren. Sie setzt Respekt und Anpassung an unterschiedliche kulturelle Werte, Verhaltensweisen und Kommunikationsformen voraus.

1. Wie würden Sie Ihr derzeitiges Niveau an interkultureller Kompetenz in Bezug auf Ihre Arbeitsaufgaben einschätzen?

- Sehr gering Gering Mittel Hoch Sehr hoch

2. Haben Sie schon einmal an Trainingskursen oder Workshops zur interkulturellen Kompetenz teilgenommen?

- Ja Nein Ich beabsichtige, teilzunehmen

3. Wie würden Sie Ihre Erfahrungen mit den MitarbeiterInnen in Ražanac in Bezug auf deren Fähigkeit, mit kulturellen Unterschieden umzugehen, bewerten?

- Sehr schlecht
- Schlecht
- Durchschnittlich
- Gut
- Ausgezeichnet

4. Halten Sie es für wichtig, dass sich MitarbeiterInnen im Tourismussektor kontinuierlich über andere Kulturen informieren?

- Es ist überhaupt nicht wichtig
- Es ist nicht wichtig
- Ich habe eine neutrale Meinung
- Es ist wichtig
- Es ist sehr wichtig

5. Wie wichtig ist es, dass das Reiseziel kulturelle Unterschiede und das Verständnis für andere Kulturen fördert?

- Es ist überhaupt nicht wichtig
- Es ist nicht wichtig
- Ich habe eine neutrale Meinung
- Es ist wichtig
- Es ist sehr wichtig

6. Glauben Sie, dass eine zusätzliche Ausbildung in interkultureller Kompetenz das touristische Angebot von Ražanac verbessern würde?

- Es würde die Situation überhaupt nicht verbessern
- Es würde sich wahrscheinlich nicht verbessern
- Ich habe eine neutrale Meinung
- Es würde sich wahrscheinlich verbessern
- Es würde auf jeden Fall besser werden

7. Inwieweit fühlen Sie sich in diesem Reiseziel willkommen und respektiert?

- Ich fühle mich überhaupt nicht willkommen
- Ich fühle mich nicht willkommen
- Ich habe eine neutrale Meinung
- Ich fühle mich willkommen
- Ich fühle mich sehr willkommen

Präsenz der Mehrsprachigkeit in Ražanac

1. Ražanac wird in den Sommermonaten zu einem touristischen Ziel:

- Ich bin überhaupt nicht einverstanden
- Ich stimme nicht zu
- Ich habe eine neutrale Einstellung
- Ich stimme zu
- Ich stimme völlig zu

2. In Ražanac besteht aufgrund der steigenden Zahl ausländischer BesucherInnen ein Bedarf an MitarbeiterInnen, die mehr Fremdsprachen sprechen:

- Ich bin überhaupt nicht einverstanden
- Ich stimme nicht zu
- Ich habe eine neutrale Einstellung
- Ich stimme zu
- Ich stimme völlig zu

3. Fremdsprachenkenntnisse sind für die Entwicklung des Tourismus in Ražanac unerlässlich:

- Ich bin überhaupt nicht einverstanden
- Ich stimme nicht zu
- Ich habe eine neutrale Einstellung
- Ich stimme zu
- Ich stimme völlig zu

4. In Ražanac sind Fremdsprachen auf Tafeln, Plakaten, Schildern und Beschriftungen verschiedener Gebäude ausreichend vertreten:

- Ich bin überhaupt nicht einverstanden
- Ich stimme nicht zu
- Ich habe eine neutrale Einstellung
- Ich stimme zu
- Ich stimme völlig zu

5. In Ražanac verliert die kroatische Sprache in den Sommermonaten an Bedeutung, weil die Kommunikation in verschiedenen Fremdsprachen stattfindet:



- Ich bin überhaupt nicht einverstanden
- Ich stimme nicht zu
- Ich habe eine neutrale Einstellung
- Ich stimme zu
- Ich stimme völlig zu

6. Das Vorhandensein von Fremdsprachen in Ražanac ermutigt mich, eine Fremdsprache zu lernen:

- Ja
- Nein

10.2.3. Prilog 5. Upitnik za posjetitelje na engleskom jeziku

THE ROLE OF MULTILINGUAL AND INTERCULTURAL COMMUNICATION IN TOURISM: PERCEPTION OF DIFFERENT PARTICIPANTS IN ONE DALMATIAN PLACE

Matea Šoch Rudić  ...  ...

By completing the anonymous questionnaire, you will be taking part in a survey about the perceptions of employees, locals and visitors about the role and benefits of foreign language skills in a particular destination, Ražanac.

The questionnaire is created by Matea Šoch Rudić, a student of the second year of the diploma program in linguistics. The aim of the work is to examine the existence and role of multilingual communication in the tourism sector using the example of a selected Dalmatian village.

I thank you in advance for the time you will take to complete the questionnaire and for each answer that will help me to successfully complete my studies in linguistics.

Socio-demographic data

1. Gender:

Male Female

2. Age:

Less than 20 years 20-29 30-39 40-49 50 years or more

3. Country in which I live and the name of the place: _____

4. Name of the current position at the workplace: _____

5. Number of foreign countries already visited:

3 or less 4-5 6-10 11-15 16-19 More than 20

Linguistic practices

1. First language: _____

2. Foreign languages which I know and speak:

Croatian English German Italian French

Other: _____

3. Foreign languages which I hear or which I encounter in Ražanac:

Croatian English German Italian French Polish Hungarian

Other: _____

4. Employees in tourism must know more foreign languages:

I don't agree at all

I do not agree

I have a neutral opinion

- I agree
- I agree completely

5. I expect, and it is important to me that employees in tourism speak my first language:

- I don't agree at all
- I do not agree
- I have a neutral opinion
- I agree
- I agree completely

6. I have a positive attitude towards foreign languages:

- I don't agree at all
- I do not agree
- I have a neutral opinion
- I agree
- I agree completely

7. I no longer consider English to be a foreign language:

- I don't agree at all
- I do not agree
- I have a neutral opinion
- I agree
- I agree completely

Challenges in communication with employees in Ražanac

1. Difficulties in communication with employees in Ražanac occur because (multiple choice possible):

- I do not possess the basic knowledge of Croatian
- I do not speak Croatian, and the employees expect that we communicate only in that language
- The employees and I are not finding another foreign language in which we can successfully communicate
- The employees and I are using the same foreign language, but we do not possess enough knowledge in it in order to communicate successfully
- There are no difficulties
- Other: _____

2. In cases in which we are speaking a mutual foreign language, during communication obstacles in communication occur because (multiple choice possible):

- I do not understand employees because of their accent

- The employees are speaking too fast
- I understand only some words
- I do not have a wide enough vocabulary of a specific foreign language
- The employees do not understand my pronunciation
- Other: _____

3. I think that multilingualism impacts on the quality of the given service in (multiple choice possible):

- Restaurants
- Supermarkets
- Health institutions
- Post office
- Cafés
- Tourist board
- Library
- Bakery
- Ice cream shop
- Accommodation properties, apartments and campsites
- Other: _____

4. I expect employees in tourism to speak my first language and that communication only happens in this language:

- I don't expect it at all
- I have a neutral opinion
- I expect it
- It depends on the type of establishment in which employees works

5. Multilingual staff contribute to the creation of a positive impression of a specific touristic destination:

- I don't agree at all
- I do not agree
- I have a neutral opinion
- I agree
- I agree completely

Strategies for overcoming linguistic barriers

1. If I conclude that I cannot continue communication with the employees in any way, then (multiple choice possible):

- I expect another employee who speaks the same foreign language to come and assist me

- I use translation tools (Google Translator, DeepL, digital dictionaries, etc.)
- I use a pocket dictionary of foreign words
- I try to continue the conversation by speaking more slowly and clearly
- I try to continue the communication by gesticulating while speaking
- I concentrate exclusively on non-verbal communication and the use of a few words
- There are no difficulties
- Other: _____

2. In cases when speakers do not share the same language, the flow of communication can be seriously damaged:

- I don't agree at all
- I do not agree
- I have a neutral opinion
- I agree
- I agree completely

Intercultural competence

Intercultural competence is the ability to communicate effectively and appropriately with people from other cultures. It requires respect and adaptation to different cultural values, behaviors and forms of communication.

1. How do you assess your current level of intercultural competence?

- Very low
- Low
- Average
- High
- Very high

2. Have you already taken part in training courses or workshops on intercultural competence?

- Yes
- No
- I am planning to

3. How would you rate your experience with employees in Ražanac in terms of their ability to deal with cultural differences?

- Very bad
- Bad
- Average
- Good
- Excellent

4. Do you think that it is important for employees in the tourism sector to continuously educate themselves about other cultures?

- It is not important at all
- It is not important
- I have a neutral opinion
- It is important

- It is very important

5. How important is it that the destination promotes cultural differences and an understanding towards other cultures?

- It is not important at all
- It is not important
- I have a neutral opinion
- It is important
- It is very important

6. Do you think that additional training in intercultural competence would improve Ražanac's touristic offer?

- It would not improve it at all
- It would probably not improve it
- I have a neutral opinion
- It would probably improve it
- It would definitely improve it

7. To what extent do you feel welcome and respected in this destination?

- I do not feel welcome at all
- I do not feel welcome
- I have a neutral opinion
- I feel welcome
- I feel very welcome

Presence of multilingualism in Ražanac

1. Ražanac becomes a touristic destination in the summer months:

- I don't agree at all
- I do not agree
- I have a neutral opinion
- I agree
- I agree completely

2. In Ražanac there is a need for staff who speak more foreign languages due to the increasing number of foreign visitors:

- I don't agree at all
- I do not agree
- I have a neutral opinion

- I agree
- I agree completely

3. Knowledge of foreign languages is essential for the development of tourism in Ražanac:

- I don't agree at all
- I do not agree
- I have a neutral opinion
- I agree
- I agree completely

4. In Ražanac, foreign languages are sufficiently represented on billboards, posters, signs and names of various establishments:

- I don't agree at all
- I do not agree
- I have a neutral opinion
- I agree
- I agree completely

5. In Ražanac, the Croatian language becomes less important in the summer months, as communication takes place in various foreign languages:



- I don't agree at all
- I do not agree
- I have a neutral opinion
- I agree
- I agree completely

6. The presence of foreign languages in Ražanac encourages me to learn a foreign language:

- Yes
- No

10.2.4. Prilog 6. Upitnik za posjetitelje na talijanskom jeziku

IL RUOLO DELLA COMUNICAZIONE MULTILINGUE E INTERCULTURALE NEL TURISMO: LA PERCEZIONE DEI DIVERSI PARTECIPANTI IN UN LUOGO IN DALMAZIA

Matea Šoch Rudić  ...  ...

Compilando il questionario anonimo, parteciperete a un'indagine sulla percezione dei lavoratori, degli abitanti e dei visitatori sul ruolo e sui benefici della conoscenza delle lingue straniere in una particolare destinazione, Ražanac.

Il questionario è stato creato da Matea Šoch Rudić, studentessa del secondo anno del programma universitario di linguistica. L'obiettivo della ricerca è quello di esaminare l'esistenza e il ruolo della comunicazione multilingue nel settore turistico utilizzando l'esempio di un villaggio dalmata selezionato.

La ringrazio in anticipo per il tempo che vorrà dedicare alla compilazione del questionario e per ogni risposta che mi aiuterà a completare con successo i miei studi di linguistica.

Dati sociodemografici

1. Genere:

- Maschile Femminile

2. Età:

- Meno di 20 anni 20-29 30-39 40-49 50 anni o più

3. Paese in cui vivo e nome del luogo: _____

4. Nome della posizione attuale sul posto di lavoro: _____

5. Numero di paesi stranieri già visitati:

- 3 o meno di 3 4-5 6-10 11-15 16-19 Più di 20

Pratiche linguistiche

1. La prima lingua: _____

2. Lingue straniere che conosco e parlo:

- Croato Inglese Tedesco Francese Spagnolo

Altre: _____

3. Lingue straniere che sento o che incontro a Ražanac:

- Croato Inglese Tedesco Francese Spagnolo Polacco Ungherese

Altre: _____

4. I lavoratori del turismo devono conoscere più lingue straniere:

- Non sono affatto d'accordo
- Non sono d'accordo
- Ho un'opinione neutrale

- Sono d'accordo
- Sono completamente d'accordo

5. Mi aspetto, e per me è importante, che i lavoratori del turismo parlino la mia prima lingua:

- Non sono affatto d'accordo
- Non sono d'accordo
- Ho un'opinione neutrale
- Sono d'accordo
- Sono completamente d'accordo

6. Il mio atteggiamento riguardo alle lingue straniere è positivo:

- Non sono affatto d'accordo
- Non sono d'accordo
- Ho un'opinione neutrale
- Sono d'accordo
- Sono completamente d'accordo

7. Non considero più l'inglese una lingua straniera:

- Non sono affatto d'accordo
- Non sono d'accordo
- Ho un'opinione neutrale
- Sono d'accordo
- Sono completamente d'accordo

Le sfide nella comunicazione con i lavoratori a Ražanac

1. Le difficoltà di comunicazione con i lavoratori a Ražanac sono dovute al fatto che (possibilità di scelta multipla):

- Non possiedo le conoscenze di base della lingua croata
- Non parlo croato e i lavoratori si aspettano che comunichiamo solo in quella lingua
- I lavoratori ed io non stiamo trovando un'altra lingua straniera in cui possiamo comunicare con successo
- Io e i lavoratori usiamo la stessa lingua straniera, ma non ne abbiamo una conoscenza sufficiente per comunicare con successo
- Non ci sono difficoltà
- Altre ragioni:

2. Nei casi in cui si parla una lingua straniera reciproca, durante la comunicazione si verificano ostacoli alla comunicazione perché (possibilità di scelta multipla):

- Non capisco i lavoratori a causa del loro accento
- I lavoratori parlano troppo velocemente

- Capisco solo alcune parole
 - Non dispongo di un vocabolario sufficientemente ampio di una specifica lingua straniera
 - I lavoratori non capiscono la mia pronuncia
 - Non ci sono difficoltà
 - Altre _____ ragioni:
-

3. Penso che il multilinguismo influisca sulla qualità del servizio offerto nei (possibilità di scelta multipla):

- Ristoranti
- Supermercati
- Istituzioni mediche
- Uffici postali
- Caffè
- Ufficio turistico
- Biblioteca
- Panificio
- Gelateria
- Strutture ricettive, appartamenti e campeggi
- Altri: _____

4. Mi aspetto che i lavoratori del turismo parlino la mia prima lingua e che la comunicazione avvenga solo in questa lingua:

- Non mi aspetto affatto
- Ho un'opinione neutrale
- Mi aspetto
- Dipende dal tipo di stabilimento in cui lavorano i dipendenti

5. Il personale multilingue contribuisce a creare un'impressione positiva di una specifica destinazione turistica:

- Non sono affatto d'accordo
- Non sono d'accordo
- Ho un'opinione neutrale
- Sono d'accordo
- Sono completamente d'accordo

Strategie per superare le barriere linguistiche

1. Se concludo che non posso continuare a comunicare con i lavoratori in alcun modo, allora (possibilità di scelta multipla):

- Mi aspetto che un altro lavoratore che parla la stessa lingua straniera venga ad assistermi

- Utilizzo strumenti di traduzione (Google Translator, DeepL, dizionari digitali, ecc.)
- Uso un dizionario tascabile di parole straniere
- Cerco di continuare la conversazione parlando più lentamente e chiaramente
- Cerco di continuare la comunicazione gesticolando mentre parlo
- Mi concentro esclusivamente sulla comunicazione non verbale e sull'uso di poche parole
- Non ci sono difficoltà
- Altro: _____

2. Nei casi in cui i parlanti non condividono la stessa lingua, il flusso di comunicazione può essere seriamente danneggiato:

- Non sono affatto d'accordo
- Non sono d'accordo
- Ho un'opinione neutrale
- Sono d'accordo
- Sono completamente d'accordo

Competenza interculturale

La competenza interculturale è la capacità di comunicare in modo efficace e appropriato con persone di altre culture. Richiede il rispetto e l'adattamento a valori culturali, comportamenti e forme di comunicazione diversi.

1. Come valuta il suo attuale livello di competenza interculturale?

- Molto basso
- Basso
- Medio
- Alto
- Molto alto

2. Ha già partecipato a corsi di formazione o workshop sulla competenza interculturale?

- Sì
- No
- Ho intenzione di

3. Come giudica la sua esperienza con i dipendenti di Ražanac in termini di capacità di gestire le differenze culturali?

- Molto male
- Pessima
- Nella media
- Buona
- Eccellente

4. Crede che sia importante che i lavoratori del settore turistico si informino continuamente sulle altre culture?

- Non è affatto importante
- Non è importante
- Ho un'opinione neutrale
- È importante

È molto importante

5. Quanto è importante che la destinazione promuova le differenze culturali e la comprensione verso le altre culture?

Non è affatto importante

Non è importante

Ho un'opinione neutrale

È importante

È molto importante

6. Pensa che una formazione aggiuntiva sulle competenze interculturali migliorerebbe l'offerta turistica di Ražanac?

Non la migliorerebbe affatto

Probabilmente non lo migliorerebbe

Ho un'opinione neutrale

Probabilmente lo migliorerebbe

Lo migliorerebbe sicuramente

7. In che misura Lei si sente accolto e rispettato in questa destinazione?

Non mi sento affatto benvenuto

Non mi sento benvenuto

Ho un'opinione neutrale

Mi sento benvenuto

Mi sento affatto benvenuto

Presenza di multilinguismo a Ražanac

1. Ražanac diventa una destinazione turistica nei mesi estivi:

Non sono affatto d'accordo

Non sono d'accordo

Ho un'opinione neutrale

Sono d'accordo

Sono completamente d'accordo

2. A Ražanac c'è bisogno di personale che parli più lingue straniere a causa del crescente numero di visitatori stranieri:

Non sono affatto d'accordo

Non sono d'accordo

Ho un'opinione neutrale

- Sono d'accordo
- Sono completamente d'accordo

3. La conoscenza delle lingue straniere è essenziale per lo sviluppo del turismo a Ražanac:

- Non sono affatto d'accordo
- Non sono d'accordo
- Ho un'opinione neutrale
- Sono d'accordo
- Sono completamente d'accordo

4. A Ražanac, le lingue straniere sono sufficientemente rappresentate su cartelloni, manifesti, insegne e nomi di vari esercizi commerciali:

- Non sono affatto d'accordo
- Non sono d'accordo
- Ho un'opinione neutrale
- Sono d'accordo
- Sono completamente d'accordo

5. A Ražanac, la lingua croata diventa meno importante nei mesi estivi, poiché la comunicazione avviene in diverse lingue straniere:



- Non sono affatto d'accordo
- Non sono d'accordo
- Ho un'opinione neutrale
- Sono d'accordo
- Sono completamente d'accordo

6. La presenza di lingue straniere a Ražanac mi incoraggia a imparare una lingua straniera:

- Sì
- No

10.3. Primjerak upitnika namijenjen stanovnicima Općine Ražanac

ULOGA VIŠEJEZIČNE I INTERKULTURALNE KOMUNIKACIJE U TURIZMU: PERCEPCIJA RAZLIČITIH SUDIONIKA U JEDNOM DALMATINSKOM NASELJU

Matea Šoch Rudić  ...  ...

Pristankom na ispunjavanje anonimnog upitnika sudjelujete u istraživanju percepcije zaposlenika, mještana i posjetitelja o ulozi i koristi poznavanja stranih jezika u određenoj turističkoj destinaciji odnosno Ražancu.

Upitnik je izradila Matea Šoch Rudić, studentica II. godine diplomskog studija Lingvistike, a cilj je diplomskog rada istražiti prisutnost i ulogu višejezične komunikacije u turističkom sektoru na primjeru odabranog dalmatinskog naselja.

Unaprijed zahvaljujem na Vašem vremenu koje ćete odvojiti za ispunjavanje upitnika te na svakom odgovoru kojim ćete mi pomoći da uspješno završim diplomski studij Lingvistike.

Sociodemografski podaci

1. Spol:

Muški Ženski

2. Dob:

Manje od 20 godina 20-29 30-39 41-49 50 ili više godina

3. Državljanstvo:

Hrvatsko Drugo: _____

4. Mjesto prebivališta:

Ražanac Drugo: _____

5. Razina obrazovanja:

Osnovna škola Srednja škola Prijediplomski studij Diplomski studij

6. Naziv radnog mjesta: _____

7. Koliko ste inozemnih zemalja dosad posjetili:

3 ili manje 4-5 6-10 11-15 16-19 Više od 20

Inozemni posjetitelji

1. Inozemni posjetitelji trebaju imati osnovno znanje hrvatskog jezika:

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Neutralnog sam stava
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

2. Mještani se prilagođavaju jezičnim potrebama inozemnih posjetitelja:

- Premalo
- Dovoljno
- Previše
- Ne mogu procijeniti

Jezične prakse

1. Prvi jezik: Hrvatski Drugi: _____
2. Strani jezici koje poznajem i govorim:
 Engleski Njemački Talijanski Francuski Slovenski
 Ostali: _____
3. Strani jezici koje sam čujem ili s kojima se susrećem u Ražancu:
 Engleski Njemački Talijanski Francuski Poljski Mađarski
 Ostali: _____
4. Prema stranim jezicima imam pozitivan stav:
 Uopće se ne slažem
 Ne slažem se
 Neutralnog sam stava
 Slažem se
 U potpunosti se slažem
5. Engleski jezik više ne percipiram kao strani jezik:
 Uopće se ne slažem
 Ne slažem se
 Neutralnog sam stava
 Slažem se
 U potpunosti se slažem

Zastupljenost višejezičnosti u Ražancu

1. Ražanac postaje turističko mjesto tijekom ljetnih mjeseci:
 Uopće se ne slažem
 Ne slažem se
 Neutralnog sam stava
 Slažem se
 U potpunosti se slažem
2. U Ražancu postoji potreba za osobljem koje poznaje i govori više stranih jezika zbog sve većeg broja inozemnih posjetitelja:
 Uopće se ne slažem
 Ne slažem se
 Neutralnog sam stava
 Slažem se

- U potpunosti se slažem
3. Poznavanje stranih jezika je neophodno za turistički razvoj Ražanca:
- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Neutralnog sam stava
- Slažem se
- U potpunosti se slažem
4. U Ražancu su strani jezici dovoljno zastupljeni na oglasnim pločama, plakatima, znakovima i natpisima različitih objekata:
- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Neutralnog sam stava
- Slažem se
- U potpunosti se slažem
5. U Ražancu hrvatski jezik tijekom sezone gubi na važnosti jer se komunikacija sve češće odvija na stranim jezicima:
- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Neutralnog sam stava
- Slažem se
- U potpunosti se slažem
6. Prisutnost stranih jezika u Ražancu me potiče da naučim neki strani jezik: Da Ne

Interkulturalne kompetencije

Interkulturalna kompetencija/vještina je sposobnost učinkovite i prikladne komunikacije sa sugovornicima različitih kultura. Ona podrazumijeva poštovanje i prilagođavanje različitim kulturnim vrijednostima, ponašanjima i načinima komuniciranja.

1. Kako procjenjujete svoju trenutnu razinu interkulturalne kompetencije?
- Vrlo niska Niska Srednja Visoka Vrlo visoka
2. Jeste li dosad sudjelovali u treninzima ili radionicama vezanim za interkulturalnu kompetenciju?
- Da Ne Planiram sudjelovati
3. Kako biste ocijenili sposobnosti zaposlenika u Ražancu da se nose s kulturnim razlikama?
- Vrlo loše Loše Srednje Dobro Odlično
4. Kako biste ocijenili sposobnosti mještana u Ražancu da se nose s kulturnim razlikama?
- Vrlo loše Loše Srednje Dobro Odlično

5. Smatrate li da je važno da se zaposlenici u turizmu neprestano educiraju o različitim kulturama?

- Uopće nije važno
- Nije važno
- Neutralnog sam stava
- Važno je
- Vrlo je važno

6. Koliko je važno da turistička destinacija promovira kulturnu raznolikost i razumijevanje prema različitim kulturama?

- Uopće nije važno
- Nije važno
- Neutralnog sam stava
- Važno je
- Vrlo je važno

7. Smatrate li da bi dodatna obuka u interkulturalnoj kompetenciji poboljšala turističku ponudu Ražanca?

- Uopće ne bi poboljšala
- Vjerojatno ne bi poboljšala
- Neutralnog sam stava
- Vjerojatno bi poboljšala
- Svakako bi poboljšala

KATEGORIJA ZA IZNAJMLJIVAČE

1. Bavim se iznajmljivanjem smještajnog objekta:

- 3 ili manje
- 4-5
- 6-10
- 11-19
- 20 ili više godina

2. Pri oglašavanju smještajnog objekta koristim:

- Hrvatski
- Engleski
- Njemački
- Talijanski
- Drugi jezik: _____

3. Smatram da korištenje više jezika u oglašavanju ostavlja pozitivan dojam na potencijalne posjetitelje:

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Neutralnog sam stava
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

4. Želim naučiti određeni strani jezik jer uviđam da mi sve potrebniji u poslovima vezanim uz iznajmljivanje:

- Uopće se ne slažem
- Ne slažem se
- Neutralnog sam stava
- Slažem se
- U potpunosti se slažem

Izazovi u komunikaciji

1. Poteškoće u komunikacije s inozemnim posjetiteljima se događaju jer (višestruki odabir moguć):

- Inozemni posjetitelji ne posjeduju osnovno znanje hrvatskog jezika
- Ne poznajem materinski jezik stranih posjetitelja, a oni očekuju da se komunicira isključivo na tome jeziku
- Inozemni posjetitelji i ja ne pronalazimo neki drugi strani jezik na kojem možemo komunicirati
- Inozemni posjetitelji i ja se služimo istim stranim jezikom, ali ipak nemamo dovoljno znanja kako bismo se uspješno sporazumjeli
- Nema poteškoća
- Ostali: _____

2. U slučajevima kada govorimo zajednički strani jezik, tijekom komunikacije s inozemnim posjetiteljima dolazi do prepreka u komunikaciji jer (višestruki odabir moguć):

- Ne razumijem inozemne posjetitelje zbog njihova naglaska
- Inozemni posjetitelji govore prebrzo
- Razumijem tek poneku riječ
- Ne posjedujem dovoljno širok vokabular
- Inozemni posjetitelji ne razumiju moj izgovor riječi
- Nema poteškoća
- Ostale: _____

Strategije pri rješavanju jezičnih barijera

1. Kada zaključim da ni na koji način ne mogu nastaviti komunikaciju s inozemnim posjetiteljima, tada (višestruki odabir moguć):

- Molim člana obitelji za pomoć jer se on/ona služi istim stranim jezikom kao i inozemni posjetitelji
- Koristim prevoditeljska pomagala (Google Translator, DeepL, digitalni rječnici i sl.)
- Upotrebljavam džepni rječnik stranih riječi
- Pokušavam nastaviti komunikaciju na način da sporije i razgovijetnije govorim
- Pokušavam nastaviti komunikaciju pritom se oslanjajući na gestikulaciju dok govorim

Usredotočujem se isključivo na neverbalnu komunikaciju i upotrebu tek nekoliko riječi

Nema poteškoća

Ostalo: _____