

# Stavovi učnika prema turistima i njihovo iskustvo u turizmu

---

**Sulić, Ana**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2017**

*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:162:023081>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-19**



**Sveučilište u Zadru**  
Universitas Studiorum  
Jadertina | 1396 | 2002 |

*Repository / Repozitorij:*

[University of Zadar Institutional Repository](#)



Sveučilište u Zadru

Odjel za pedagogiju

Diplomski sveučilišni studij pedagogije (dvopredmetni)



Zadar, 2017.

Sveučilište u Zadru

Odjel za pedagogiju  
Diplomski sveučilišni studij pedagogije (dvopredmetni)

Stavovi učenika prema turistima i njihovo iskustvo u turizmu

Diplomski rad

Studentica:

Ana Sulić

Mentor:

izv.prof.dr.sc. Stjepan Jagić

Zadar, 2017.



## Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Ana Sulić**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Stavovi učenika prema turistima i njihovo iskustvo u turizmu** 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, 24. veljače 2017.

## Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Turizam kao društveni fenomen i stil života.....	3
2.1. Omladinski turizam .....	5
2.2. Kultura i turizam.....	6
3. Slobodno vrijeme .....	9
3.1. Slobodno vrijeme kao faktor odgoja i obrazovanja.....	10
3.2. Turizam – način provođenja slobodnog vremena.....	11
4. Posljedice izazvane turističkim procesom .....	15
5. Metodologija rada .....	19
5.1. Predmet istraživanja .....	19
5.2. Cilj istraživanja.....	19
5.3. Zadaci istraživanja .....	19
5.4. Metoda i instrumenti istraživanja .....	19
5.5. Ispitanici .....	20
5.6. Vrijeme i mjesto istraživanja .....	23
5.7. Obrada podataka .....	24
6. Analiza i interpretacija rezultata empirijskog istraživanja.....	24
6.1. Učestalost boravka učenika izvan mjesta stanovanja .....	24
6.2. Način putovanja .....	25
6.3. Dosadašnja iskustva učenika u turizmu.....	26
6.4. Učeničko zadovoljstvo dosadašnjim iskustvom u turizmu .....	27
6.5. Stavovi učenika prema turistima .....	28
6.6. Razlika u stavovima prema turistima s obzirom na sociodemografske varijable.....	34
7. Zaključak.....	38
8. Literatura.....	41
9. Popis tablica i slika .....	43

10. Prilog.....	44
11. Sažetak.....	48
12. Summary.....	49

## 1. Uvod

Na turistički proces se najčešće promatra s ekonomske strane budući da turizam čini jednu od najbitnijih gospodarskih grana u mnogim gradovima i državama koja svake godine ubrzano raste. Međutim, ne smije se zanemariti utjecaj koji turizam ostavlja na društvo u cijelosti s obzirom da je u njegovom središtu čovjek te da njega nema ne bi bilo ni pojave turizma. Upravo zbog toga se javlja interes pedagogije za proučavanje fenomena turizma budući da se odgojno obrazovno djelovanje ne ograničava samo na školu odnosno na institucionalne oblike, već se odgoj događa u svakom trenutku. Fenomen turizma podrazumijeva susret različitih identiteta na određenoj turističkoj destinaciji čijom interakcijom dolazi do razmjene vrijednosti, stavova i ponašanja prilikom koje je svaki pojedinac predstavnik vlastite kulture. U takvom susretu može doći do raznih posljedica, bilo negativnih ili pozitivnih. Pojava kulturne raznolikosti, koja između ostalog uključuje različite vrijednosti, stavove, strukture ponašanja i tradicije, na jednom području se naziva multikulturalizam dok, s druge strane, interkulturalizam podrazumijeva interakciju među tim kulturama odnosno određeno djelovanje u kojem dolazi do razmjene i stvaranja novih kulturnih karakteristika, u ovom slučaju posebne turističke kulture. Interkulturalizam omogućuje uspoređivanje drugačijih mišljenja te potiče na razumijevanje „drugog“, odbija sve predrasude te se zalaže za miran suodnos među narodima, nacijama i pojedincima iz različitih kultura (Poletti, 1992; prema Jagić, 2006). Učenje o drugim kulturama potpomaže otklanjanju stereotipa budući da je neznanje jedan od glavnih razloga stvaranja površnih i neutemeljenih zaključaka. Također, preduvjet za razumijevanje drugoga je poznavanje samog sebe kao predstavnika vlastite kulture. Ali, proces globalizacije koji je obuhvatio cijeli svijet i koji je doveo do ubrzanih promjena, oblika mobilnosti i tehnoloških inovacija utječe na kulturnu svijest pojedinca i društva. U Hrvatskoj je kod mlade populacije posebno zapaženo da svijest o intenzitetu i dinamici kulturne identifikacije nije jasno izražena. Značenje kulture utječe na uspostavljanje vlastitog identiteta, ali on se nužno ne podudara s kolektivnim identitetom (Jelinčić, 2007).

Motivacija za odabir ove teme je proizašla ponajprije iz uočavanja razlika u mišljenjima i stavovima prijatelja i poznanika prema turistima na temelju njihovih razlika u iskustvima u turizmu. Naime, moglo se uočiti kako učestalo iskustvo rada u turističkoj djelatnosti i iskustvo poglavito kao turist u nekoj destinaciji dovodi do razlike u tim stavovima. Nadalje, iščitavajući literaturu, može se primijetiti nedostatak istraživanja o sudjelovanju mladih u turizmu. Istraživanja su većinom usmjerena na odraslu populaciju i njihova putovanja dok je mišljenje mladih većinom zanemareno. Budući da su mladi budućnost našeg društva, kao i turizam,

korisno je ustanoviti njihov stav i doživljaj turista kako bi se mogle proizvesti daljnje smjernice u vidu uključivanja multikulturalnog pristupa i interkulturalnog dijaloga na obrazovnom polju.

Bitna pretpostavka turizma je slobodno vrijeme jer da nema slobodnog vremena ne bi bilo ni turizma. Plenković (1997) tumači slobodno vrijeme kao skup aktivnosti kojima se čovjek potpuno predaje i to svojom voljom, da bi se odmorio, razonodio, razvijao svoje spoznaje ili stvaralačku sposobnost. Javlja se poseban pojam turističke dokolice koja posjeduje sve uvjete za produktivno provođenje slobodnog vremena. Polazeći od navedenog, rad je usmjeren na stavove učenika završnog razreda srednjih škola (gimnazije i turističke škole) iz različitih dijelova Hrvatske (Bjelovar i Dubrovnik) prema turistima. Odabir vrste škole je bio namjeren jer se pokušalo ustanoviti utječe li takav izbor na stav prema turistima, budući da se učenici turističkih škola obrazuju poglavito za rad u turizmu. Odabir mjesta istraživanja je također bio namjeren iz razloga što se Dubrovnik smatra turističkim odredištem pa su učenici na drugačije načine izloženi fenomenu turizma u vidu komunikacije s turistima u njihovom svakodnevnom obavezama ili kroz rad u turističkoj djelatnosti, za razliku od učenika iz Bjelovara koji većinu svog iskustva u turizmu stječu tako da i sami ljetuju/zimuju na turističkim destinacijama pa i sami zauzimaju ulogu turista. Istraživanje se također usmjerilo na ispitivanje učestalosti ljetovanja/zimovanja učenika, njihovo iskustvo i zadovoljstvo iskustvom u turizmu kao i na način putovanja.

U radu će se najprije objasniti fenomen turizma te omladinski turizam kao njegova podvrsta. Nadalje, turizam će se dovesti u kontekst sa kulturom i pojavom slobodnog vremena koji čini preduvjet za ostvarivanje bilo kakvog turističkog procesa. Nakon opisivanja posljedica uzrokovanih turizmom biti će iznijet prikaz metodologije te na koncu rezultati istraživanja uz odgovarajuće zaključke.



## 2. Turizam kao društveni fenomen i stil života

Turizam je društveno-ekonomska pojava nastala sredinom 19. stoljeća kao odraz razvoja društva. Turizam, kao društveni fenomen i stil života, je raspleo svoju mrežu na svakog pojedinca, nepovratno promijenio društvo te postao društvena stvarnost koju je nemoguće izbjeći. Sa sociološke i sociokulturne strane turizam pretpostavlja specifične odnose koje pojedinac uspostavlja izvan domicila, a promatra se kroz njegovu privremenu migraciju potaknutu različitim motivacijama, poput odmora, rekreacije, želje za novim iskustvima i uzbuđenjima pa sve do različitih oblika dokolice. Od početka njegovog postojanja čovjek se selio i mijenjao svoje mjesto boravka. Njegove migracije su ranije bile isključivo radi preživljavanja i traganja za boljim životnim i ekonomskim uvjetima. Fenomen turizma ne označava takvu vrstu migracija, već isključivo putovanja u svrhu odmora, zabave, opuštanja te ostalih kulturnih potreba pojedinca. Tako polako čovjek-putnik evoluirao u čovjeka-turista. Ova promjena utječe na kompletni daljnji razvoj društva te polako poprima i svoje organizacijske, poslovne i upravljačke oblike da bi danas turizam postao svojevrsna potreba i nužnost suvremenog društva (Jadrešić, 2010).

Pojava turizma se povezuje sa naglim tehničkim napretkom koji dovodi do industrijalizacije društva, a time i do njegove urbanizacije. Razvijeno društvo u svojoj urbanoj sredini gubi vezu sa prirodom i samim sobom pa stječe potrebu za putovanjima izvan mjesta stanovanja u svrhu odmora, povezivanja s prirodom i uspostavljanja duhovne ravnoteže. Ostali razlozi se mogu tražiti u povećanju životnog standarda, povećanju fonda slobodnog vremena, uključivanju novih struktura i segmenata stanovništva u turizam kao i povećanoj mogućnosti korištenja masovnog transporta te visokom stupnju urbanizacije (Vukonić, Keča, 2001). Povijest turizma se može promatrati kroz četiri etape. Prva etapa razvoja turizma obuhvaća period od sredine 19. stoljeća pa do Prvog svjetskog rata. Tu etapu karakteriziraju prvi oblici turističkog prometa i nastajanje dokoličarske klase. Thomas Cook osniva prvu putničku organizaciju koja za sobom poteže stvaranje smještajnih kapaciteta, turističkih mjesta, turističkih vodiča i raznih turističkih manifestacija. Takav razvoj snažno utječe na stvaranja institucionalnih i organizacijskih oblika u svrhu jačanja turizma. Druga etapa se svrstava u razdoblje između dva svjetska rata. Do tog razdoblja turizam već postaje navika ljudi i utire si put da postane i njihova neizbježna potreba. Uvodi se pojam sezone, a s njime i nove vrste turizma kao i njegove organizacije. Razvija se ugostiteljstvo čime se u proces turizma uključuje i radnička klasa koja sve više nalazi izvor zarade upravo u fenomenu turizma. Turizam teži masovnosti i stvaranju čovjeka turista. Nakon Drugog svjetskog rata započinje treća etapa

razvoja turizma u kojoj je turizam postao dio čovjekovog života i njegova potreba. Uključivanjem svih slojeva društva turizam postaje dostupan svima te se sredinom 20. stoljeća transformira u masovni fenomen. S porastom potražnje javlja se potreba prilagođavanja turizma pojedincu budući da svaki čovjek iz različitog razloga s različitom motivacijom sudjeluje u ovom fenomenu. To dovodi do jačanja marketinga, usluga raznih agencija i programa odnosno turističke ponude koja treba biti što raznovrsnija. Oblikuje se turistička svijest koja postaje sastavni dio svake individue. Turizam postaje najpotpuniji oblik korištenja slobodnog vremena pa se danas svjedoči njegovoj punoj dinamičnosti i ekspanziji. Turizam je odigrao veliku ulogu u procesu globalizacije te je tako pomoću informacijske tehnologije i digitalizacije svakome sve dostupno. Time se stvaraju nove vrijednosti i nova znanja što uvodi turizam u 4 etapu njegovog razvoja. Nju karakterizira dinamičan i aktivan potrošač umjesto pasivnog dokoličara, nove vrste potražnje poput širokog spektra raznih vrsta putovanja, fleksibilnost turizma, individualna putovanja umjesto masovnih, raznovrsnost turističkih ukusa, zdravstveni turizam, nepredvidljivost potrošnje, putovanja više puta godišnje umjesto jednom godišnje, autentičnost putovanja itd. Turizam postaje svjetski globalni fenomen, znak razumijevanja među pojedincima, civilizacijama i nacijama (Jadrešić, 2010).

Turizam je ujedno i društvena i ekonomska pojava koja je u mnogim gradovima i državama vodeća gospodarska grana. Iako turizam predstavlja veliki ekonomski potencijal, on je mnogo više od toga. Svrha turizma ne smije biti profit, već čovjekova potreba za samoaktualizacijom, razvojem i oslobađanjem punog potencijala. Obilježje svakog pojedinca je njegova društvenost. Čovjek ne može preživjeti sam, već živi u suodnosu s drugim ljudima s kojima razvija određenu povezanost. Jedan od takvih odnosa on gradi u vandomicilnoj pa i domicilnoj okolini tijekom njegove privremene migracije na jednoj od turističkih destinacija kako bi se odmorio, bavio rekreacijskim aktivnostima odnosno proveo svoje slobodno vrijeme negdje novo i daleko od svakodnevne rutine. Turizam se treba razvijati kako na ekonomskom tako i na društvenom polju u vidu potrebe čovječanstva. Sadržajna komponenta turizma je bitna jer utječe na humanističku vrijednost i doprinosi psihofizičkom razvoju čovjeka. Da nema čovjeka ne bi bilo ni turizma, prema tome čovjek je neodjeljiv od pojave turizma (Dujmović, 2014).

## 2.1.Omladinski turizam

Velik broj ljudi ne može sudjelovati u turističkim kretanjima većinom iz primarno financijskih razloga, a tu se ubraja i dio populacije mladih kod kojih je budžet često ograničen i pretežito ovisi o njihovim roditeljima ili ušteđevini. Budući da mladi čine 30-35% svjetske populacije posljednjih se godina sve više proučava omladinski turizam i turistička kretanja mladih u svrhu njegovog boljeg razumijevanja. WYSETC (World Youth Student & Education Travel Confederation) omladinskim turizmom naziva sva nezavisna i samostalna putovanja mladih od 16-26 godine i to na razdoblje do jedne godine motiviranih željom za učenjem o novim kulturama. Kultura putovanja se stječe pa ju je potrebno razvijati već u ranim afirmativnom godinama (Klarin, Gusić, 2013). Boravak u novoj okolini okružen različitim kulturnim sadržajima i ljudima omogućava sasvim novi doživljaj neposredne stvarnosti nego što bi se to ikada moglo iskusiti u školskim klupama bez obzira na današnju laku dostupnost audio i video materijala i interaktivne tehnologije. Ekskurzije i izleti zbog toga imaju dragocjenu i nezamjenjivu ulogu u odgojno obrazovnim ustanovama. U takvim je situacijama motivacija kod učenika na vrhuncu što je dobar preduvjet za usvajanje znanja i vještina. Bez motivacije ono naučeno ima malo šanse da ostane dugotrajno zapamćeno. Putem rađanja objektivne kulturne svijesti razvija se učenikova subjektivna kulturna svijest, a s njome i kultura provođenja slobodnog vremena. Slobodno vrijeme kroz turizam ima snažnu odgojnu komponentu jer utječe na tjelesni, moralni, estetski, radni i intelektualni razvoj čovjeka (Jagić, 2005).

Jedna od bitnih vrsta omladinskog turizma je edukacijski turizam koji je sve više dostupan i tražen među mladom populacijom. Njega karakterizira usvajanje novih vještina i znanja izvan učionica, u pravim životnim okolnostima. Iako je svako turističko kretanje na određen način i samo po sebi edukativno, ono što ga razlikuje od ostalih vrsta je upravo edukacija kao glavni motiv putovanja. Ulaskom Hrvatske u Europsku uniju, učenicima i studentima je na raspolaganju sve više stipendiranih programa koji nude mogućnost sudjelovanja u turističkim kretanjima u svrhu obrazovanja kao npr. ERASMUS + , CEEPUS, AIESEC, WYSETC i mnogi drugi. Ali jedno je svima zajedničko, a to je stvaranje prilike za razvoj, učenje i usavršavanje novih jezika kao i za upoznavanje novih sredina.

Klarin i Gusić (2013) su jedni od malobrojnih koji su istraživali turistička kretanja mladih iz Hrvatske te ustanovili da, bez obzira na financijska ograničenja, 32,2% mladih putuje uglavnom jednom godišnje, njih 24% dva puta godišnje, a 14% 3 i više puta godišnje. Čak 23,1% mladih u dobi od 16-26 godina putuje rjeđe od jednom godišnje ili uopće ne putuje, njih

6,7%. Što se tiče destinacije putovanja, najviše ispitanih putuje unutar Hrvatske, njih 52,9 % i to najčešće po Dalmaciji (Dubrovnik, Split, Zadar). Nadalje, istraživanje je ispitalo i motivaciju mladih za putovanjima te se polovica ispitanika složila da putovanja pozitivno utječu na razumijevanje drugih ljudi i kultura i na međusobnu toleranciju. Većina njih želi putovati jer to u njima razvija želju za daljnjim putovanjima.

Uzevši u obzir navedene rezultate potrebno je kod roditelja i obrazovnih institucija probuditi svijest o važnosti turističkih putovanja za ličnost mladih ljudi te tako zadovoljiti njihovu stalnu potrebu za kretanjem, za otkrivanjem novih mjesta, upoznavanjem novih ljudi i stjecanjem neposrednih i dugotrajnih iskustava. Takve želje je potrebno poticati putem edukativnih i radnih programa. To je moguće postići putem različitih tečajeva učenja stranih jezika, ljetnih kampova, školovanjem u inozemstvu kao i stjecanjem radnih iskustava putem za to osmišljenih programa (Klarin, Gusić, 2013).

## **2.2.Kultura i turizam**

Kultura se može promatrati kao stanje duha, kao civilizacija i tradicija jednog društva te kao ukupan način života jednog naroda čime uključuje način odijevanja stanovništva, njihove rituale, religiju i ponašanje. Pomoću kulture ljudi uče pravila ponašanja, tradicije i procedure koje su vezane uz okolinu u kojoj žive. Svaki narod razvija vlastitu kulturu te ima vlastite običaje koje poštuje većina članova određenog društva. Kultura poglavito utječe na oblikovanje naših stavova, osjećaja, predrasuda i predodžbi kao i na način uspostavljanja odnosa i njihovo održavanje (Dujmović, 2014).

Sastavni dio neke društvene grupe čini njen sklop vrijednosti kojima se onda ona povodi u životu stvarajući hijerarhiju tih vrijednosti. To mogu biti moralne vrijednosti, kulturne vrijednosti, spoznajne vrijednosti, estetske i sl. One upravljaju obrascima ponašanja ljudi. Do konflikata dolazi prilikom narušavanja tradicionalnih vrijednosti jednog lokaliteta prodiranjem stranih i neprimjerenim obrascima ponašanja koja su nerazumljiva za domicilno stanovništvo. Odnos između vrijednosti se prilikom turističkog susreta može ozbiljno prodrmati na način da nove vrijednosti odnosno vrijednosti turista ugrožavaju vrijednosti domaćina (Horvat, 1994).

Turizam i kultura su međusobno toliko povezani da ovise jedno o drugome. Tako pojam inkulturacije označava utjecaj turizma na rast i obogaćivanje kulturne svijesti kod svakog pojedinca dok pojam akulturacije pretpostavlja dodir različitih kultura u procesu turizma. Turist je prema tome korisnik kulture zemlje u koju dolazi, ali istovremeno on je i predstavnik svoje vlastite kulture iz koje dolazi (Jadrešić, 2010).

Turizam ima snažan utjecaj na jačanje vlastite kulture i usavršavanje pojedinca. Kultura se razvija na način da što veći broj ljudi u njoj uživa i doživljava njene vrijednosti. Budući da kroz njeno uživanje ljudi produbljuju objektivnu kulturu, ona se kasnije može odraziti na njihove umjetničke sposobnosti pa oni ponukanim viđenim i doživljenim stvaraju novu kulturu kroz arhitekturu, slikarstvo, literaturu i ostale djelatnosti. Turizam također povoljno utječe na nepoznata kulturna dobra, čuva ih od promjena i propasti, reaktivira ih u turističke svrhe te utječe na gradnju novih estetskih građevina i dopušta mnogim, već davno zaboravljenim sredinama, da se zbog njihove kulturne i povijesne vrijednosti iznova obnavljaju, uvažavaju i razvijaju (Alfier, 1970).

U početku se procjena efikasnosti djelovanja turizma uglavnom promatrala sa ekonomskog aspekta te su se tek kasnije počela provoditi istraživanja sociološkog aspekta. Za potrebe ovog rada najznačajnije su sociokulturološke funkcije koje također uključuju kulturnu, sociološku i pedagoško-edukativnu funkciju. Sociološka funkcija turizma predstavlja različite socijalne aspekte koje proizlaze iz čovjekove društvenosti i njegove potrebe za socijalizacijom i relaksacijom koje mu sudjelovanje u turizmu omogućava. Turizam postaje način življenja, a turistička dokolica postaje potreba današnjeg društva. Zbog toga je bitno uspostaviti dobar i skladan odnos između emitivnih i receptivnih područja odnosno između turista i domaćina kako bi čovjekove potrebe za odmorom, dokolicom, kulturom i rekreacijom bile zadovoljene uz eliminiranje negativnih posljedica (Jadrešić, 2010).

Na pojavu turizma se često gleda kao na pojavu koja učvršćuje povezanost među ljudima različitih karakteristika, koja promiče jednakost i mir, podiže moral i unaprjeđuje obrazovanje kod ljudi. Ali s pojavom masovnosti sve se češće mogu promatrati upravo suprotni efekti. Masovna prisutnost turista na određenom području dovodi do velike transformacije takvih područja, pa tako i do promjene sociokulturnih obilježja. Samo po sebi je očigledno da će susret dvaju različitih kultura, obrazaca ponašanja i uvjerenja imati posljedica te ukoliko ne dođe do razumijevanja tih dvaju suprotnosti te će posljedice biti negativne. Ukoliko se tome doda veliki jaz između razvijenih i nerazvijenih zemalja onda je takav sukob i neizbježan. Vukonić i Keča (2001) doživljavaju turizam kao susret različitih kultura odnosno lokalne, uvezene i turističke kulture. Turistička kultura je specifični oblik kulture koja nastaje samo u procesu turizma odnosno za vrijeme boravka turista u određenoj turističkoj destinaciji. Prema Janusu (2010) takva kultura spada u područje subjektivne kulture te joj je cilj usavršavanje čovjeka i njegove kvalitete kao i razvijanje različitih sposobnosti koje omogućavaju pojedincu da se snalazi u svim pojavama koje nastaju u turizmu. Ona se razlikuje od ostalih oblika kulture i svakodnevnice kulture turista i domaćina budući da i jedni i drugi poprimaju drukčije oblike

ponašanja u takvom susretu. Može se reći da za domaćina ona podrazumijeva gostoprimstvo, kulturno ophođenje i maksimalnu susretljivost prema gostima. Prema tome, zaposlenik u turističkoj djelatnosti će se na poslu ponašati drukčije nego što se ponaša inače te će promijeniti cijeli svoj sklop ponašanja kako bi se prilagodio turističkoj kulturi. Također, ona se očituje u njenoj privremenosti budući da s povratkom turista u njihovu domicilnu sredinu ona nestaje, ali ona je za posjećenu turističku destinaciju trajna. Postavlja se pitanje kakve posljedice ona ostavlja na lokalnu kulturu stanovništva posjećene zemlje. Ona na nju može ostaviti negativan ili pozitivan utjecaj. Negativan utjecaj prilikom kojeg dolazi do oslabljivanja lokalne kulture se javlja kada određeni lokaliteti u svrhu veće zarade stvaraju lažan dojam, pružaju turistima saznanja koja ne odgovaraju stvarnosti, iskrivljuju sliku vlastite kulture te je oblikuju kako im odgovara samo kako bi je bolje utržili (Dujmović, 2014).

Ako se uzmu u obzir sve brojnija turistička kretanja, sve veća dostupnost istih i sve veća želja i potreba za sudjelovanjem u turizmu može se zaključiti da se kod svih slojeva društva pojavila zajednička turistička svijest uzrokovana razvijenim turističkim navikama. Pomoću te turističke svijesti se može pratiti i razvijenost pojedinih zemalja jer što je veća turistička svijest jedne zemlje to je veća njena opća kulturna svijest, a tim je i njeno stanovništvo više razvijeno. (Alfieri, 1970).

### 3. Slobodno vrijeme

Slobodno vrijeme pripada najstarijim ljudskim aktivnostima, ali se kao posebna pedagoška disciplina javlja u 20. stoljeću posljedicom povećanja fonda slobodnog vremena. Prema Plenkoviću (1997) slobodno vrijeme je vrijeme u kojemu je čovjek oslobođen radnih obveza odnosno vrijeme kojim on može manje-više slobodno raspolagati. Tumači se kao skup aktivnosti kojima se čovjek potpuno predaje i to svojom voljom da bi se odmorio, razonodio, razvijao svoje spoznaje ili stvaralačku sposobnost. Slobodno vrijeme je vrijeme oslobođeno organiziranog rada, ali nije oslobođeno od ostalih društvenih, obiteljskih i profesionalnih obveza. Dio koji ostaje nakon spomenutih društvenih obveza odnosno dio kojim čovjek raspolaze prema vlastitoj volji naziva se dokolica. Pod pretpostavkom da je slobodno vrijeme vrijeme slobode onda je to prema Poliću (2009) vrijeme slobodno od ikakve prisile i slobodno za stvaralaštvo. Polić također razdvaja pojam dokolice i slobodnog vremena te naglašuje da je dokolica svako slobodno vrijeme, ali međutim svako slobodno vrijeme nije dokolica. Između ta dva pojma uvodi pojam besposlice. Provođenje slobodnog vremena u besposlici je također vrijeme slobodno od rada, ali ga karakterizira neorganiziranost dok dokolicu karakterizira osmišljenost i stvaralačke aktivnosti koje blagotvorno utječu na ličnost čovjeka. Vukonić i Keča (2001) također razlikuju dokolicu i slobodno vrijeme, ali za razliku od Polića (2009) ne dotiču se besposlice već dijele dokolicu na njeno produktivno ili neproduktivno provođenje. Tako, prema njima, neproduktivno provođenje dokolice poprima sve veći potrošački karakter te u njoj dominira zabava kako bi se svladala dosada i povratilo sve ono izgubljeno u vremenu teškoća rada. Budući da zabava postaje cilj takve dokolice, a svrha joj je bijeg od dosade i posla, ona sve više poprima varljive karakteristike trenutnog zadovoljstva. Takva dokolica vodi ispraznosti umjesto ispunjenosti. Za razliku od nje, produktivno djelovanje u vlastitoj dokolici uključuje svijest o sebi kao autonomnoj ličnosti, kao stvaralačkom biću koji aktivno sudjeluje i kritički izabire vlastitu dokolicu koja će razvijati njegovu osobnost. Takva dokolica je povezana s obrazovanjem u vidu stjecanja novih vrijednosti, novih sposobnosti i novih spoznaja. Moć dokolice bi trebala biti usmjerena na stvaranje balansa u čovjekovom životu, balansa između rada i odmaranja, ali aktivnog odmaranja koje blagotvorno djeluje na osobnost i stremi ka unapređenju svakog ljudskog bića.

Počeci slobodnog vremena sežu davno u prošlost. Već u Antičkoj Grčkoj Aristotel raspravlja o slobodnom vremenu u čijem se uživanju jedino mogu doseći sve čovjekove vrline. Stari Rimljani su svoje slobodno vrijeme većinom provodili u skupnim aktivnostima poput okupljanja na forumima, u termama, ali i u igrama poput gladijatorskih i lova na divljači. Pojava

slobodnog vremena se također prati tijekom humanizma i renesanse pa tako Thomas More u svojoj *Utopiji* predviđa šest sati slobodnog vremena dnevno, ali provedenog u aktivnom odmoru, a ne u ljenčarenju. U to vrijeme svijest o slobodnom vremenu i njegovoj korisnosti raste te se mnogi zalažu za slobodno vrijeme kao društveno pravo svakog čovjeka. Bitno je napomenuti kako je tada slobodno vrijeme još uvijek bila privilegija samo višeg sloja društva odnosno aristokracije. Polako, jačanjem građanske klase i počecima kapitalizma, fond radnog vremena se skraćuje dok se fond slobodnog povećava. Na stupovima građanskog društva koje teži jednakosti pravo na rad nužno povezuje i pravo na slobodno vrijeme. U visoko razvijenim zemljama pojava slobodnog vremena se javlja već početkom 1900. godine te se sve više razvija između dva svjetska rata i postaje jednom od bitnih obilježja našeg vremena. Početkom 1900. godine broj radnih sati je iznosio 3700 na godinu. Taj se broj početkom 2000. godine spustio sa 3700 na 1100. Jasno je da takva promjena u svakodnevnom životu utječe na pojedinca koji se nalazi pred problemom pronalaska ravnoteže u odnosu rad - slobodno vrijeme (Janković, 1973).

### **3.1.Slobodno vrijeme kao faktor odgoja i obrazovanja**

Slobodno vrijeme usmjerava čovjekov život. Prodrlo je u sva područja ljudskog života pa tako i u odgojno obrazovno. Prvi zadatak koji zadire u područje pedagogije, a time i u područje odgoja i obrazovanja je ovladati sferom kulturnog korištenja slobodnog vremena. Smisao pedagogije slobodnog vremena je proučiti načine i puteve kako bi slobodno vrijeme bilo što učinkovitije za čovjeka i društvo. Pri tome se posebni naglasak stavlja na slobodu odlučivanja pojedinca, slobodu izbora u razvijanju društvenih odnosa, razvijanju vlastite samostalnosti, slobodu izbora aktivnosti i načina obogaćivanja vlastitog emocionalnog života. Aktivnosti u slobodnom vremenu nisu nametnute već su izraz čovjekove motivacije i izbora. Ključna odrednica za takve aktivnosti koja se pronalazi već u njegovom nazivu je sloboda. Sloboda kao primarna ljudska potreba kojoj teži svaki čovjek. Cilj slobodnog vremena je da se čovjek kroz njega oslobađa i tako ostvaruje kvalitetan i ispunjen život. Čovjek je stvaralačko biće što znači da se iznova usavršuje, napreduje i tako teži slobodi. Bez te bitne čovjekove sposobnosti ne bi bilo napretka za čovječanstvo. Slobodno vrijeme nije stanje, već trajni promjenjivi proces koji se iznova susreće s novim potrebama čovjeka. Provedba slobodnog vremena je često neplanska, uzaludna i neučinkovita zbog čovjekova nesnalaženja i nedovoljne organiziranosti i upućenosti. Zbog toga se smisao provođenja slobodnog vremena često gubi jer njegovoj realizaciji nedostaju tri bitne komponente, a to su odmor, rekreacija i aktivnosti za razvoj sposobnosti. Odmor je potreban svakom čovjeku kako bi prikupio izgublenu energiju i



opet mogao aktivno sudjelovati u životu i radu. Odmaranje se najčešće odnosi na pasivni oblik provođenja vremena dok rekreacija podrazumijeva aktivniji oblik pa uključuje aktivnosti poput igara, šetnja i izleta. Aktivnosti koje su usmjerene na razvoj čovjekove ličnosti čine najbitniju komponentu provođenja slobodnog vremena jer razvijaju obrazovne, kulturne, društvene i u posljednje vrijeme sve potrebnije informatičke sposobnosti kod pojedinca. Bit slobodnog vremena je u njegovim mogućnostima za stvaralačko djelovanje koje pridonosi autonomnosti i ispunjenosti čovjekovog života, za razliku od rada koje zahtijeva profesionalizam te pretežito ne dopušta puno mjesta za razvoj kreativnosti. Rad je različit od stvaralaštva. On je većinom programirana djelatnost koja ostavlja malo prostora za stvaranje, kreativnost i maštu. To je vjerojatno i razlog zbog kojeg učenici ne vole školu i doživljavaju je kao mukotrpan rad zbog iznova ponavljanih radnji i mehaničkog učenja. Djeca su u školama obasuta brojnim obavezama, odgovornostima i pritiscima te se njihovo školovanje može usporediti sa radom. Nerijetko učenici osim obaveza u školi imaju sve više obaveza u izvannastavnim aktivnostima. Zbog toga je bitno obrazovati učenike i pripremiti ih, ne samo za posao koji će odabrati nakon školovanja, već i za kvalitetno provođenje vremena izvan rada, obrazovati ih za aktivnosti i ukazati im važnost slobodnog vremena za njihovo psiho-fizičko zdravlje. Pomoću odgoja se treba osloboditi stvaralaštvo kod djece, razviti njihove sposobnosti i interese putem poticanja i omogućivanja autonomnog razvoja pojedinca. Škola ne bi trebala biti mjesto prikupljanja informacija već mjesto osposobljavanja za postupke i procesiranje tih informacija na svakom odgovarajuće načine (Plenković, 1997).

### **3.2. Turizam – način provođenja slobodnog vremena**

Multikulturalni značaj turizma se očituje u mogućnosti komuniciranja i upoznavanja novih kultura i naroda. Turizam kao takav utječe na sva odgojna područja pojedinca i razvija njegovo stvaralaštvo i oslobađa njegove sposobnosti. Smatra se da 40% stanovnika sudjeluje u turističkim kretanjima odnosno skoro svaki drugi građanin. Budući da je ta brojka visoka nameće se potreba istraživanja i proučavanja turizma kao dijela slobodnog vremena čovjeka (Plenković, 1997). Kod ljudi se javlja želja za učenjem o svijetu koji ih okružuje, a ne samo o vlastitoj okolici budući da čovjek shvaća da je svijet puno veći i širi pojam nego što je to učio kroz obrazovne sustave ili stekao dosadašnjim iskustvom. Te aktivnosti i potrebe se jedino mogu zadovoljiti kroz slobodno vrijeme, a turizam pruža mogućnost da se funkcije slobodnog vremena odmor, rekreacija i razvijanje ličnosti kroz njega i ostvare. Čovjek je dio nečeg većeg od samog sebe i u istraživanju novih kultura, mjesta, ljudi i običaja on stječe vrijedna iskustva. Preduvjet da čovjek ispuni svoje težnje temelji se na njegovoj kulturi i obrazovanju odmaranja.

Tu upravo igra ulogu pedagogija slobodnog vremena. Danas, kad se svjedoči masovnosti turizma, pitanje organizacije slobodnog vremena postaje veće pitanje od pitanja organizacije rada (Alfier, 1970). Turizam je postao neodvojiv dio dokolice i slobodnog vremena kod sve više ljudi obuhvaćajući sve društvene slojeve. Zbog toga se može govoriti o turističkoj dokolici koja posjeduje sve uvjete za produktivno provođenje slobodnog vremena putem sudjelovanja u kulturnim sadržajima i različitim aktivnostima i stjecanjem novih znanja (Vukonić, Keča, 2001).

„Turistička dokolica je višestruka potreba modernog čovjeka i teško stečeno i njegovo najvrjednije socijalno pravo. Ona je danas za većinu urbanog stanovništva jedino slobodno vrijeme za koje Marx kaže da je pravo bogatstvo jer tim vremenom može čovjek raspolagati bilo da uživa u proizvodima svoga rada, bilo da se slobodno razvija, jedina šansa da se čovjek oslobodi od svega onoga što ga zarobljava u svakodnevnom životu, priželjkivana oaza edenske sreće i svih zadovoljstava kojih se čovjek mora odricati, živeći u urbanoj sredini“ (Alfier, 1977: 211). Prilikom korištenja slobodnog vremena bitno je držati se određenih načela kako bi se osiguralo kvalitetno provođenje istog. Tu ubrajamo: načelo slobode, načelo smislenosti, načelo individualnosti, načelo raznovrsnosti, načelo organiziranosti i načelo primjerenosti. Nabrojena načela je moguće ostvariti tijekom turističkog procesa. Pritom je uvažavanje načela slobode temeljni stup oko kojeg se sva ostala načela okupljaju. Bez slobode izbora nema ni svrhovitosti u provođenju slobodnog vremena. Nadalje, taj izbor treba bit smislen i okrenut pozitivnom napretku. On mora biti ispunjen vrijednim sadržajima koji odgovaraju određenoj svrsi i interesu pojedinca koje izabire aktivnosti. Ako njima nedostaje smisla ni samo provođenja slobodnog vremena neće biti smisljeno. Načelo raznovrsnosti se temelji na različitim mogućnostima korištenja slobodnog vremena dok načelo organiziranosti osigurava nesmetano djelovanje unutar tih mogućnosti (Plenković, 1997). U okvirima turizma je moguće organizirati različite aktivnosti slobodnog vremena poput odlaska na izlete, obilaska kulturnih spomenika, uživanja u ljepotama prirode i amaterskog bavljenja hobijima kroz razne tečajeve.

Sve se više turista za vrijeme svog slobodnog vremena okreće prirodi kao protuteži užurbanom i stresnom životu u gradu. To potvrđuje i činjenica da se većina turističkog prometa odvija u područjima bliskima moru, planinama i selu. Turistička dokolica je za većinu današnjih ljudi jedino slobodno vrijeme ostavljeno čovjeku da se razvija, oslobodi od svakodnevne rutine, rada i stresa (Smit, 1977; prema Horvat, 1994). Ljudi se odlučuju na putovanje jer tragaju za rekreacijom, razonodom, zabavom, i smislom, žele pobjeći od rutine života, eksperimentirati i pronaći neki novi stil života (Horvat, 1994).

Ipak, danas se sve češće primjećuje kako čovjek ne zna kako svrhovito provesti svoje slobodno vrijeme te ga upravo slobodno vrijeme sve više odvaja od samog sebe i drugih. Činjenica je kako ljudi ne znaju kako se odmarati i zadovoljiti svoje istinske potrebe kako bi dopunili, razvili ili pronašli svoju izgubljenu ličnost. Pedagogija slobodnog vremena je još uvijek nerazvijena i malo proučavana. Kroz odgojno obrazovni sustav pokušava se naučiti čovjeka kako raditi, ali nitko ga ne uči kako se i odmarati. To dovodi do toga da ljudi gube svu energiju na rad i zaradu, a ne uspijevaju naći kvalitetnog oduška u slobodnom vremenu. Nedostaje im sposobnosti za organizaciju istog koja bi bila sadržajna i svrhovita. Ljudi se često s putovanja vraćaju umorniji nego kad su otišli, iscrpljeni od količine nepotrebnog sadržaja kojim su bombardirani, od nepotrebnih informacija, a često i stresa kojeg su pretrpjeli. Takvi ljudi provode svoje putovanje u ljenčarenju ili u pretjeranom hedonizmu (Jadrešić, 2010). Često su površni u kulturnim sadržajima, neorganizirani te smatraju da je bit slobodnog vremena bezbrižnost i besmisleno odmaranje. Takvi načini provođenja slobodnog vremena vode do zamornosti, dosade i nerada što dalje vodi u pretjerano rasipništvo, hedonizam, remećenje javnog reda i mira, pijanstvo, nedolično ponašanje prema ostalim gostima i domaćinima, kriminal i vandalizam, a na koncu jako štetno djeluje na njihovu ličnost (Alfieri, 1970).

U današnje vrijeme je provođenje slobodnog vremena bitno određeno vremenom rada. Ljudi rade i zarađuju kako bi mogli biti dan ili dva slobodni. Čovjek se odmara da napuni baterije kako bi mogao još više i dulje raditi. Odmor je usmjeren na rad te nema zasebno mjesto i funkciju u ljudskom životu. Kako bi bilo da da je život određen slobodnim vremenom. Da se radi dan ili dva, a da je ostatak vremena slobodan, prepušten pojedincu na raspolaganje. Sasvim sigurno bi se onda tražili načini boljeg organiziranja tog slobodnog vremena umjesto da ga se provodi u lijenosti, dosadi i besposlici budući da se tada na slobodno vrijeme ne bi promatralo kao na vrijeme koje služi samo za odmor od posla i obaveza. U takvoj organizaciji bi putovanja imala veliku važnost. Došlo bi do novog odnosa prema radu i prema slobodnom vremenu. Društvo današnjice je određeno potrošačkim mentalitetom gdje ljudi žive kako bi trošili, a ne obrnuto. Potrebno je da se društvo okrene duhovnim, a ne materijalnim blagostanjima koje će ih voditi ka tome da svoje slobodno vrijeme okrenu prema vrijednostima kao što su sloboda, samoaktualizacija, umijeće boljeg života i kvaliteta življenja. Ali takva promjena je jako teška i skoro nemoguća za mnoge zemlje. Kad su osnovne fiziološke potrebe za preživljavanjem zadovoljene poput gladi i žeđi, ljudi streme prema višim potrebama od kojih je samoaktualizacija na čelu. Uzme li se u obzir da se u nekim zemljama ljudi bore i mukotrpno rade da bi zadovoljili svoje minimalne egzistencijalne potrebe onda je nemoguće očekivati da će se u tim zemljama takva promjena dogoditi lako ili skoro. Histerija potrošnje još nije ni

zahvatila te zemlje, a kamo da je njima realno razmatrati o pojmu slobodnog vremena (Vukonić, Keča, 2001).

Turisti odabiru poželjnu destinaciju prema vlastitim preferencijama odnosno svom stilu putovanja. Motivacija za putovanje utječe na odluku kuda putovati i što vidjeti. Na nju utječe dob turista, spol, prihodi kao status i obrazovanje. Osim navedenih socioekonomskih karakteristika veoma su snažne i one biheviorističke kao potrebe turista, njihovi stavovi i osobine ličnosti (Dujmović, 2014). Turistička destinacija se razlikuje od ostalih prostora time što zadovoljava nekoliko atraktivnih kriterija koje privlače goste i osigurava im doživljaj putem mnoštva sadržaja i objekata. Gearing, Swart i War (1974.) rangirali su te kriterije u nekoliko kategorija:

- 1) prirodni faktori koji se odnose na klimu i prirodnu ljepotu,
- 2) društveni faktori koji ubrajaju lokalnu arhitekturu, festivale i stavove prema turistima,
- 3) povijesni faktori koji uključuju povijesnu važnost građevina i samog mjesta,
- 4) prostore za rekreaciju i kupovinu te obrazovne i sportske ustanove,
- 5) infrastruktura, hrana i smještaj.

Hrvatska je turističko područje koje zadovoljava skoro sve navedene kriterije te svake godine bilježi sve veći broj turista zahvaljujući njenoj razvedenoj obali s otocima, povoljnoj sredozemnoj klimi, bogatoj baštini te njenom položaju u Europi. Ona je mnogim turistima omiljena destinacija svake godine. Lokalno stanovništvo u interakciji s gostima ima priliku razvijati sebe i svoju ličnost iskustveno učeći o drugim kulturama i narodima. Turizmu, a posebice njegovoj edukativnoj komponenti, se treba pokloniti više pažnje jer bi on Hrvatskoj donio veliku korist te pružio mogućnosti za rekreaciju i korisno provođenje slobodnog vremena.

#### 4. Posljedice izazvane turističkim procesom

Svaka aktivnost kojom se čovjek bavi može imati negativne i pozitivne učinke pa tako i aktivnosti kojima se bavi u svoje slobodno vrijeme, kao turizam. Osnovna komponenta turizma obuhvaća interakciju čovjeka sa čovjekom te se bez te interakcije niti ne može postići željeni razvoj, a ni obostrano zadovoljstvo i kvalitetan odnos. U središtu susreta domaćina i turista stoji identitet kao znak i simbol posebnosti i različitosti. Pojam identitet se definira kao osobna i nacionalna vlastitost te kao osjećaj pripadnosti grupi, naciji i sl. Identitet kao takva vrijednost postaje bitnom komponentom prilikom odlučivanja pojedinca na određenom turističkom odredištu. Na putovanju dolazi do suprotstavljanja dva identiteta. Prvi identitet je identitet turista koji sa sobom nosi različitost i posebnost vlastite kulture i tradicije u odnosu na identitet domaćeg stanovništva i njegove kulturne posebnosti. Funkcija turizma u dodiru ova dva identiteta je u promicanju uzajamnog poštovanja i poštivanja različitosti kulturnih identiteta (Jadrešić, 2010). Za lokalnu zajednicu mjesta imaju vlastiti identitet i duhovnost. Ta mjesta su ispunjena društvenim vrijednostima zajednice i na njima dolazi do ostvarivanja kulturnih tradicija i identiteta. Turističke destinacije su mjesta u kojima dolazi do interakcije između gosta i domaćina te je njihov odnos vezan uz identitet i osobnost mjesta na kojem ga grade (Dujmović, 2014).

Razvoj turizma i stvaranje novih situacija sa sobom veže i određene posljedice koje se manifestiraju u stvaranju novih stavova i ponašanja. Budući da je kulturni identitet vezan za mjesto stanovanja pojedinca i da se on izražava tek u interakciji domaćina i turista, stanovništvu emitivnih i receptivnih područja se dodjeljuju nove uloge koje vežu nove oblike ponašanja. Tako se po svojim interesima i pozicijama razlikuje uloga domaćina, uloga turističkog radnika i uloga turista te se sukladno određenoj ulozi u kojoj se nalaze mijenja i ponašanje ljudi. Prema tome, za turiste sudjelovanje u turizmu pretpostavlja odmor, putovanje, upoznavanje različitih kultura, buđenje dragocjenih emocija, nešto što ih usređuje i omogućuje stvaranje dugotrajnih ugodnih sjećanja. Čovjek-turist napušta svoju domicilnu sredinu, ulazi u svoju novu ulogu te sukladno tome mijenja i svoje ponašanje. U nekim slučajevima, zbog jake želje za slobodom, zbog bijega od svakodnevnih briga i zamornog života te želje za odmorom on gubi kontrolu nad samim sobom, očekuje udovoljavanje svim njegovim željama od strane domaćina što stavlja domaćina u nezavidan položaj. Velik broj turista nije naučen kako provoditi vrijeme u relaksaciji i odmoru, kako iskoristiti svoje putovanje na najbolji način pa se prepuste hedonizmu i pretjeranom uživanju. S druge strane, gledano iz perspektive zaposlenika u turističkoj djelatnosti, turizam pretpostavlja nešto drugačije. Za njega je to isključivo posao koji sa sobom

nosi velike obveze i odgovornosti i o kojem često ovisi njegova egzistencija. Smatra se da je Hrvatska većinom receptivno područje gdje većina njenog stanovništva u turizmu vidi najprije stjecanje financijske dobiti i priliku za rast i razvoj. Jedno je ipak sigurno, svaka od navedenih pozicija pruža mogućnosti za nova upoznavanja, nova iskustva i nove spoznaje (Jadrešić, 2010).

Novе uloge i identiteti sudionika u turističkom procesu imaju dvojak utjecaj: Jelinčić (2006: 165)

1. stimuliraju neke pozitivne osobine lokalnog ponašanja: promiču samosvijest, ponos, samopouzdanje i solidarnost među lokalnim stanovništvom; ili
2. izazivaju negodovanje zbog turistove prisutnosti: vode do osjećaja dosade, opozicije pa čak i mržnje prema turistima.

Kroz turizam mnogobrojno lokalno stanovništvo postaje svjesno vlastitih kulturnih ljepota, tradicije i baštine. Domaćini se često osjećaju vrednovani od strane turista te postaju svjesni međusobnih razlika. Tada se budi njihov ponos i samosvjesnost te se podsjećaju da su ih turisti posjetili kako bi im se divili, njihovim običajima i ljepotama. Pritom se često javlja razdvajanje na „mi i oni“ pri čemu se zajednica međusobno solidarizira jer predstavlja jedno nasuprot turistima. Iako turizam otvara nova radna mjesta i omogućuje lokalnom stanovništvu da podigne svoje prihode i kvalitetu svog života, za mnoge je turističke djelatnike domicilne okoline rad u turizmu prilično monoton posao. Turisti skoro uvijek postavljaju slična pitanja, imaju slične probleme, očekuju slične usluge tako da domaćinima postaje sve teže pri kraju sezone pokazati istinsku dobrodošlicu turistima i spontanost dobre volje. Iskrena gostoljubljivost postaje lažna i umjetna. Različiti identiteti turista se svrstavaju „pod isti koš“, a turist postaje sredstvo zarade čime mu se oduzima sva individualnost te ga se često promatra stereotipno prema nacionalnosti i kao lako zamjenjivog. Često se turisti okupljaju u posebnim objektima, kafićima i plažama koje domaćini izbjegavaju pod svaku cijenu pa posjećuju neke druge, manje poznate turistima, kako bi ih izbjegli. Takva podjela se može primijetiti i u drukčijim cijenama smještaja, hrane i pića za turiste i „domaće“ (Smith, 1977; prema Horvat, 1994).

Jačina utjecaja i posljedice turizma i turista na lokalno stanovništvo uvelike zavisi o određenoj destinaciji i njenoj napućenosti turistima. Različiti dojam će imati lokalno stanovništvo u najpoželjnijim turističkim lokacijama od nekog mjesta koje nije pod tako jakim turističkim udarom. Većina negativnog utjecaja turista na lokalno stanovništvo se rađa baš iz činjenice što su jedni na odmoru, a drugi nisu. Vrijeme odmora turista je nužno vrijeme rada lokalnih zaposlenika u turizmu koji onda promatraju lagodni dokoličarski život gostiju dok oni mukotrpno rade da bi udovoljili svim njihovim prohtjevima. Kod domaćina se javlja zavist na

lagodnom životu turista koja postepeno prelazi u težnju za takvim životom pa sve do potpune imitacije takvog potrošačkog života. Takva situacija mijenja, kako individualni, tako i društveni život lokalnog stanovništva (Alfieri, 1977). Zaposlenici u mjestima s velikom sezonskom posjećenosti turista moraju u sezoni cijelo vrijeme raditi, najčešće bez dana odmora pa svoj godišnji odmor iskorištavaju većinom zimi. Tijekom ljeta za većinu domaćina posao ne završava sa krajem radnog vremena već se velik dio njih brine i o iznajmljivanju apartmana, a u nekim slučajevima i vlastitih stanova samo kako bi što više zaradili. Takav ritam im ne ostavlja na raspolaganju slobodno vrijeme zbog čega se razlika između njih i turista još više povećava.

R. Puijk (1996) proučava razvoj masovnog turizma i njegov utjecaj na domaćine i njihovu kulturu. Glavno pitanje se odnosi na to kako se individualci i zajednice koje ovise o turistima suočavaju sa naglom pozornosti autsajdera i infiltracijom u njihovu kulturu. Prema njegovom istraživanju provedenom na lokalnim stanovnicima otočja Lofoti u sjevernoj Norveškoj lokalno stanovništvo puno teže podnosi turiste zimi nego ljeti. To se objašnjava na način da je ljeti većina stanovništva također na godišnjem odmoru i uživa u svom slobodnom vremenu na sličan način kao turisti dok se zimi vraćaju svojim poslovima pa je promatranje turista koji zimuju napornije i ističe njihove klasne razlike budući da malo tko želi raditi dok se netko drugi odmara. Takve razlike također ističu povlaštenu poziciju turista koji raspolažu slobodnim vremenom i jačim financijskim mogućnostima u odnosu na domaćine što razvija osjećaj podređenosti među domaćinima. Razlozi bi se mogli tražiti i u povijesnim okolnostima kada je samo viši sloj imao privilegiju slobodnog vremena i putovanja te su ga te mogućnosti izdvajale od nižeg podređenog sloja. To kod domicilnog stanovništva vodi do izazivanja osjećaja stalnog prilagođavanja te su oni pod dojmom da moraju mijenjati vlastite oblike ponašanja i svakodnevno provođenje vremena kako bi se uskladili sa turistima. Osjećaj podređenosti se povećava prilikom razaranja kulturnih i prirodnih cjelina jedne zajednice u svrhu gradnje velikih turističkih naselja koja su tada zatvorena i izolirana za određenu elitu. Prema Jadrešiću (2010) osjećaj manje vrijednosti se još više razvija ako je sredina koju turisti posjećuju siromašna, a posjetioци se nametnu kao veliki potrošači te preuzmu ulogu moćnika. Takva interakcija razvija posljedice u obliku socijalnih konflikata i otpora lokalnog stanovništva prema posjetiteljima pa eskalira čak do mržnje. Dovodi do osjećaja gubljenja nacionalnog identiteta i tradicionalnih vrijednosti.

Navike koje su jednom bile dio svakodnevnog života za stanovnike neke zajednice se sad komodificiraju u aktivnosti, susrete i suvenire namijenjene samo turistima. To dovodi do gubitka autohtonosti određene kulture koja tada biva komercijalizirana (Dujmović, 2014).

Često se može primijetiti kako utjecaj turizma na stanovnike nije niti negativan niti pozitivan već se različite karakteristike stalno miješaju pa tako neke pozitivne posljedice kao povećanje životnog standarda, kreiranje autohtone turističke ponude, razvijanje prometne i komunalne infrastrukture prelaze u negativne u vidu iseljavanja stanovništva, osiguranog rada, ali isključivo u sezonskim mjesecima te odumiranja prave autohtonosti u svrhu razvoja lažne (Rudan, 2012).

Osim posljedica turista na lokalno stanovništvo, neki autori se bave i posljedicama koje lokalno stanovništvo ima na turiste pa tako Vreg (2007) navodi nekoliko takvih glavnih posljedica koje se javljaju tijekom turističke interakcije: etnocentrizam kao negativno prosuđivanje drugih kultura i shvaćanje vlastite kulture kao superiorne, zatim stereotipizam odnosno negativno ili pozitivno mišljenje o pojedincima, grupama ili narodima i naposljetku predrasude kao iracionalne mržnje usmjerene prema određenim grupama ljudi, rasama religijama ili seksualnim orijentacijama. Pa je tako, prema Jelinčić (2007), u Hrvatskoj izražen visok nivo stereotipizacije prema Talijanima, Nijemcima i Česima pa se tako misli da su Talijani brbljavi, Nijemci vrijedni, a Česi škrti. Takvi stereotipi se javljaju pretežito iz neznanja pa je informiranost i obrazovanje najbolji lijek za borbu protiv istih.



## **5. Metodologija rada**

### **5.1. Predmet istraživanja**

U suvremenom svijetu turizam je globalna i društvena pojava koja s vremenom postaje sveobuhvatnija i dostupnija te zahvaća cijelo društvo, pa tako i mladež. Time ona prodire u područje odgoja i obrazovanja pa je toj tematici potrebno posvetiti vremena i proučavanja. Predmet istraživanja predstavljaju stavovi učenika prema turistima koji su se dalje razmotrili s obzirom na sociodemografske varijable. Istraživanje se također usmjerilo na dosadašnje iskustvo učenika u turizmu, njihovu procjenu zadovoljstva iskustvom, učestalost boravka izvan mjesta stanovanja i na način putovanja.

### **5.2. Cilj istraživanja**

Cilj ovog istraživanja je istražiti stavove učenika prema turistima i njihovo iskustvo u turizmu te ispitati razlike u stavovima s obzirom na sociodemografske varijable. Istraživanjem se nastojalo utvrditi dosadašnje iskustvo učenika u turizmu, njihovo zadovoljstvo tim iskustvom, s kime najčešće putuju i koliko često borave izvan mjesta stanovanja (ljetovanje/zimovanje).

### **5.3. Zadaci istraživanja**

U skladu s ciljem istraživanja, zadaci istraživanja su:

1. Utvrditi učestalost boravka učenika izvan mjesta stanovanja.
2. Utvrditi s kojim osobama učenici najčešće odlaze na putovanja.
3. Istražiti dosadašnja iskustva učenika u turizmu.
4. Istražiti zadovoljstvo dosadašnjim iskustvom u turizmu.
5. Istražiti stavove učenika prema turistima.
6. Ispitati postoji li razlika u stavovima prema turistima s obzirom na spol, mjesto stanovanja, vrstu škole i stupanj obrazovanja roditelja.

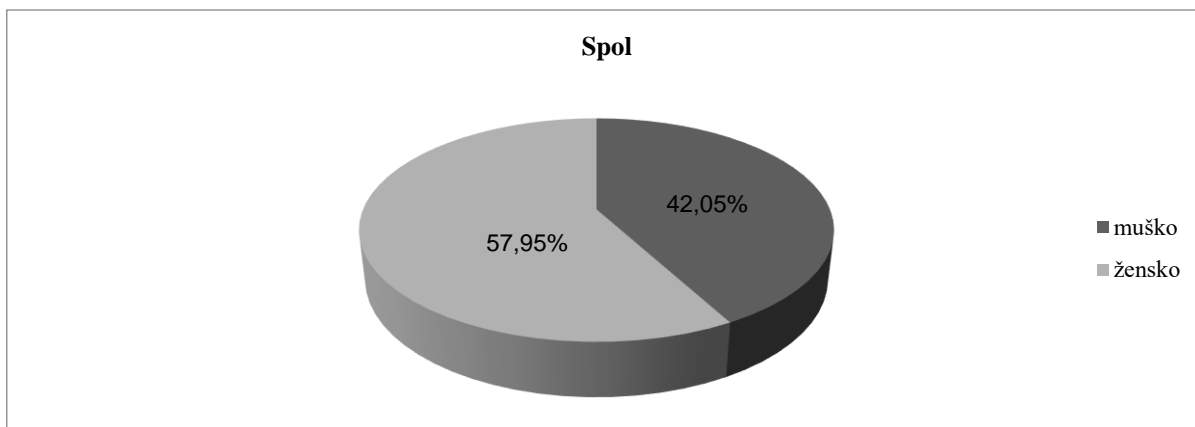
### **5.4. Metoda i instrumenti istraživanja**

U radu je korištena metoda anketiranja, a rezultati su prikupljeni posredstvom anketnog upitnika (Prilog) konstruiranog za potrebe ovog istraživanja. Dijelovi upitnika vezani za ispitivanje sociodemografskih varijabli su preuzeti ili preoblikovani iz već postojećih istraživanja dok su ostali dijelovi kreirani isključivo u svrhu ovog istraživanja. Upitnik se sastoji od šest dijelova. Prvi dio se odnosi na ispitivanje sociodemografskih varijabli: spol, mjesto stanovanja,

vrsta škole i stupanj obrazovanja roditelja. Stupanj obrazovanja roditelja se utvrdio zaokruživanjem jedne od 5 ponuđenih kategorija: nezavršena osnovna škola; osnovna škola; srednja škola; viša škola; fakultet i više. Drugi dio upitnika je ispitivao učestalost boravka učenika izvan mjesta stanovanja te su u svrhu toga sastavljena dva pitanja koja glase: Koliko često ideš na ljetovanje? i Koliko često ideš na zimovanje?. Ponuđene kategorije su: nikada; ne svake godine; svake godine; više od jedanput godišnje. Treći dio je ispitivao s kime učenici najčešće putuju pa su učenici sukladno tome mogli odabrati među sljedećim kategorijama: s obitelji; sa školom; s prijateljima. Pomoću četvrtog dijela upitnika se pokušalo istražiti učenikovo iskustvo u turizmu. Ponuđeno je 5 kategorija od kojih su učenici mogli odabrati jednu ili njih više: nemam; imam kao turist; imam kao sezonski zaposlenik u turističkoj djelatnosti; u okviru praktične nastave; ostalo. Peti dio upitnika je ispitivao isključivo učenikovo zadovoljstvo dosadašnjim iskustvom u turizmu te su učenici trebali procijeniti svoje zadovoljstvo i zaokružiti jednu od 5 ponuđenih kategorija koje glase: *u potpunosti nezadovoljan; nezadovoljan; niti zadovoljan niti nezadovoljan; zadovoljan; u potpunosti zadovoljan*. Šesti i posljednji dio upitnika uključuje ljestvicu stavova prema turistima. Ljestvica je mjerena na Likertovoj skali od pet stupnjeva: *1 - u potpunosti se ne slažem, 2 - djelomično se ne slažem, 3 - niti se slažem, niti se ne slažem, 4 - djelomično se slažem, 5 - u potpunosti se slažem*. Zadatak ispitanika je bio da na skali od 1 do 5 izraze svoj stupanj slaganja sa tvrdnjom, pri čemu 1 označava potpuno neslaganje, a 5 potpuno slaganje. Ljestvica se sastoji od 45 tvrdnji koje su sastavljene u svrhu ovog istraživanja na temelju istraživanja literature i osobnog promišljanja. Tvrdnje će se u poglavlju „Analiza i interpretacija rezultata empirijskog istraživanja“ svrstati u četiri skupine zavisno o njihovoj tematici u svrhu lakše interpretacije.

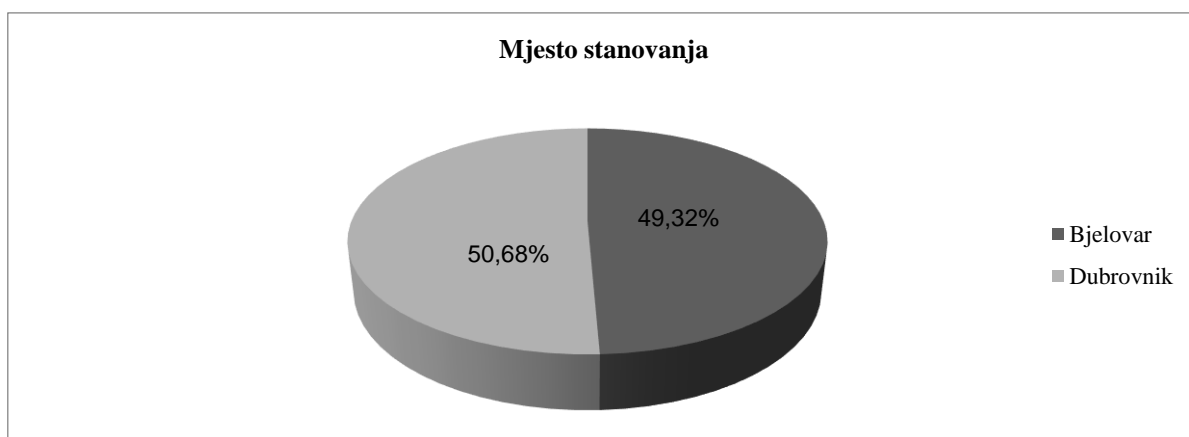
### **5.5.Ispitanici**

U ispitivanju je sudjelovalo 440 ispitanika, koji su razvrstani u 4 skupine. Upitnik je podijeljen učenicima završnog razreda turističke škole i gimnazije u Bjelovaru i Dubrovniku, uključujući i trogodišnje smjerove turističkih škola. Dakle, prvu skupinu ispitanika čine učenici Gimnazije Dubrovnik (22,95%), drugu učenici Turističko ugostiteljske škole Dubrovnik (27,72%), treću učenici Gimnazije Bjelovar (27,05%) i četvrtu skupinu čine učenici Turističko ugostiteljske i prehrambene škole Bjelovar (22,28%). Podaci su prikupljeni anketnim upitnicima u tiskanom obliku. Prikupljeno je sveukupno 455 anketa od kojih je njih 15 bilo nepotpuno te one nisu korištene u završnoj obradi podataka.



Slika 1. Spol učenika

Prema slici 1 u istraživanju je sudjelovalo 57,95% učenica i 42,05% učenika odnosno 255 učenica i 185 učenika iz Bjelovara i Dubrovnika.



Slika 2. Mjesto stanovanja

Iz slike 2 je vidljivo da 50,68% tj. 223 učenika ima prebivalište u Dubrovniku, a njih 49,32% tj. 217 u Bjelovaru.

Tablica 1. Vrsta škole

Vrsta škole	f	%
Gimnazija u Bjelovaru	119	27,05
Gimnazija u Dubrovniku	101	22,95
Četverogodišnja strukovna škola u Bjelovaru	77	17,5
Četverogodišnja strukovna škola u Dubrovniku	49	11,14
Trogodišnja strukovna škola u Bjelovaru	49	11,14
Trogodišnja strukovna škola u Dubrovniku	45	10,22

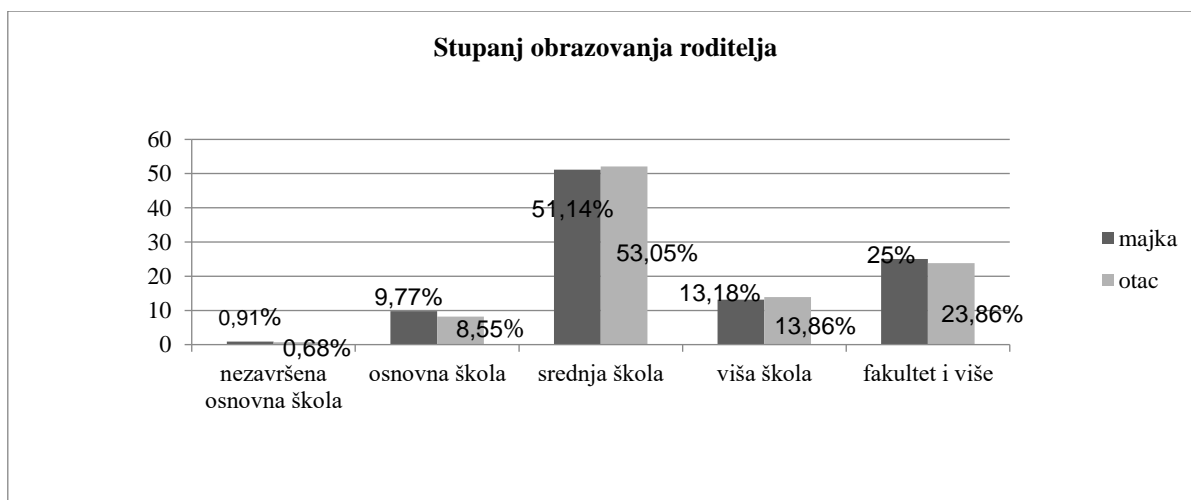
Iz Tablice 1 se može iščitati da 27,05% ispitanika pohađa Gimnaziju Bjelovar, 22,95% Gimnaziju Dubrovnik, njih 17,5% pohađa četverogodišnju strukovnu školu u Bjelovaru, a 11,14% učenika pohađa četverogodišnju strukovnu školu u Dubrovniku.

U trogodišnju strukovnu školu u Bjelovaru ide 11,14% učenika dok njih 10,22 % ide u trogodišnju strukovnu školu u Dubrovniku.



Slika 3: Vrsta škole (rekodirano)

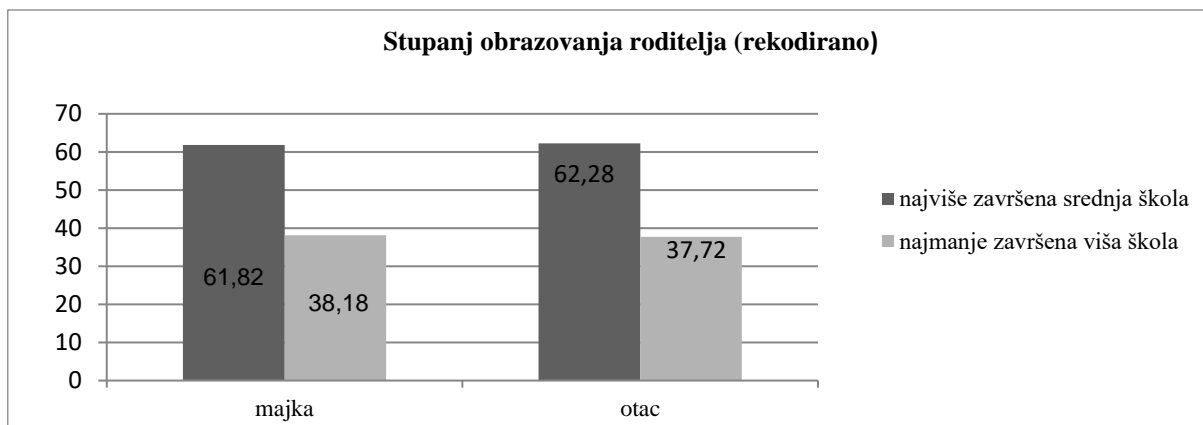
Zbog nejednake raspodjele rezultata i njihove lakše interpretacije izvornih 6 kategorija je svedeno na 2 kategorije: gimnazija i strukovna škola. Iz slike 3 je vidljivo da polovica ispitanika pohađa gimnaziju, njih 220, a druga polovica strukovnu školu.



Slika 4: Stupanj obrazovanja roditelja

Kako je vidljivo iz slike 4 očevi od otprilike polovice ispitanih su završili srednju školu (53,05%), 13,86% očeva je završilo višu školu, a fakultet i više je završilo njih 23,86%. Tri oca nisu završila osnovnu školu, dok ju je njih 8,55% završilo. Situacija s majkama je približno jednaka kao i kod očeva tako da su kod otprilike polovice ispitanih majke završile srednju školu (51,14%), višu školu je završilo 13,18% majki, a fakultet i više njih 25%. Osnovnu školu su završile 43 majke, dok 4 majke tu istu školu nisu završile.

Zanimljivo je da je omjer u svim stupnjevima obrazovanja između očeva i majka približno jednak te da nema većih razlika.



Slika 5: Stupanj obrazovanja roditelja (rekodirano)

Zbog neravnomjerne raspodjele rezultata po kategorijama i jednostavnije obrade i analize prikupljeni podaci su iz izvornih 5 kategorija svedeni na 2 kategorije: najviše završena srednja škola i najmanje završena viša škola. Iz prikazanih rezultata na slici 5 uočava se da 38,18% majki, a 37,72% očeva posjeduje viši ili visoki stupanj obrazovanja, dok 61,82% majki i 62,28% očeva posjeduje srednjoškolski ili niži stupanj obrazovanja. Prema tome, u oba slučaja je približno jednak broj majki i očeva koji su završili najviše srednjoškolski nivo obrazovanja te majki i očeva sa najmanje završenom višom školom. Dobiveni rezultati se podudaraju sa rezultatom Državnog zavoda za statistiku (2015) prema kojem je 2011. godine najveći udio odraslog stanovništva imao završenu srednju školu (52,6%), potom slijedi osnovna škola (30,8%) te naposljetku visokoškolsko obrazovanje (16,4%).

## 5.6. Vrijeme i mjesto istraživanja

Upitnik je proveden u grupnom obliku u listopadu i studenom 2016. godine. Uzorak se sastojao od 440 učenika. Njih 119 pohađa Gimnaziju Dubrovnik, njih 101 Gimnaziju Bjelovar, 98 učenika pohađa Turističko-ugostiteljsku i prehrambenu školu Bjelovar i 122 učenika Turističko-ugostiteljsku školu Dubrovnik. Prije početka istraživanja stupljeno je u kontakt sa ravnateljima navedenih škola te dobiven pristanak za provedbu istraživanja. Nakon telefonskog razgovora sa ravnateljima daljnji se dogovor oko procesa provedbe istraživanja dogovarao sa stručnim suradnicima škola, pedagogima i psiholozima. Tijekom provedbe istraživanja učenicima se objasnilo da će ovo istraživanje biti korišteno u svrhu diplomskog rada te ih se zamolilo za sudjelovanje. Ukratko se objasnilo da se ispituju njihovi stavovi prema turistima te njihovo iskustvo i zadovoljstvo iskustvom u turizmu. Naglasilo se da je istraživanje strogo anonimno, a sudjelovanje svojevrijedno te da u bilo kojem trenutku mogu odustati od ispunjavanja upitnika. Svi učenici su odlučili sudjelovati u istraživanju te su zamoljeni da na postavljena pitanja iskreno odgovore.

## 5.7. Obrada podataka

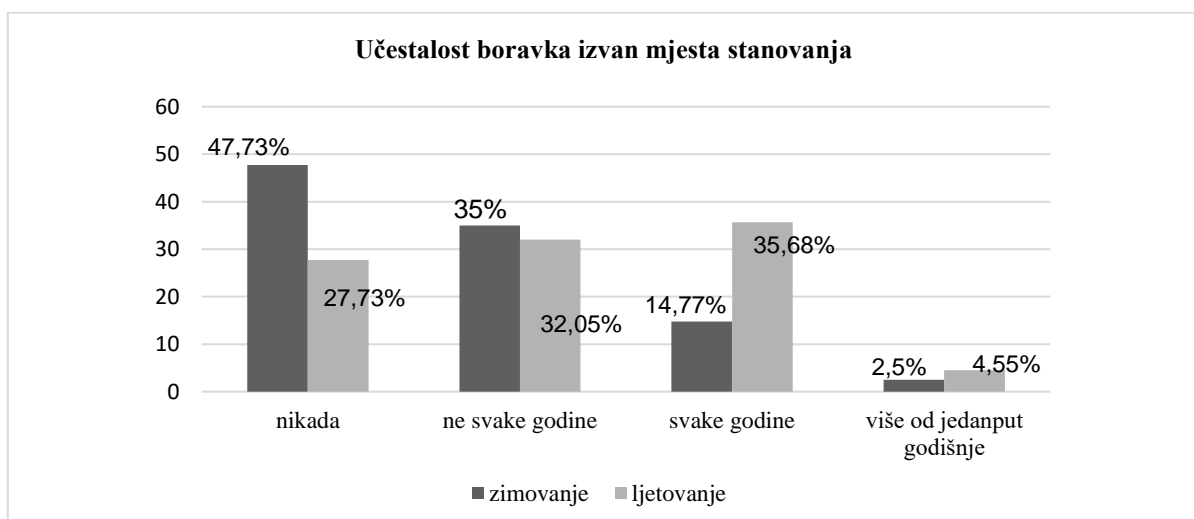
Obrada podataka je izvršena putem računalnog programa *Statistica*. Analiza podataka je obuhvaćala deskriptivnu analizu kojom su se prikazom frekvencija, postotaka, aritmetičke sredine i standardne devijacije opisale osnovne karakteristike uzorka te upotrebom statističkog postupka, t-testa, utvrđivale eventualne razlike. Rezultati su prezentirani u obliku grafičkih tablica i slika.

## 6. Analiza i interpretacija rezultata empirijskog istraživanja

S obzirom na postavljene istraživačke zadatke ovo će poglavlje obuhvatiti analizu i interpretaciju rezultata empirijskog istraživanja pa će se također ispitati razlike u stavovima učenika prema turistima s obzirom na njihove sociodemografske varijable spola, mjesta stanovanja, vrste škole i stupnja obrazovanja roditelja.

### 6.1. Učestalost boravka učenika izvan mjesta stanovanja

Prvim zadatkom se željela utvrditi čestina putovanja (zimovanja/ljetovanja) učenika. Boravak učenika u drukčijoj okolini od njihove domicilne utječe na razvoj i oblikovanje novih iskustava stjecanjem novih doživljaja, upoznavanjem i komunikacijom s nepoznatim ljudima te upijanjem novih sadržaja. Sve nabrojeno omogućava formiranje stavova i mišljenja. Pomoću 6. i 7. pitanja u upitniku se pokušala utvrditi čestina učeničkog putovanja (zimovanja/ljetovanja). Pitanja su bila sljedeća: Koliko često ideš na ljetovanje? i Koliko često ideš na zimovanje?. Učenici su mogli birati između 4 kategorije: nikada; ne svake godine; svake godine; više od jedanput godišnje.



Slika 6: Učestalost boravka izvan mjesta stanovanja

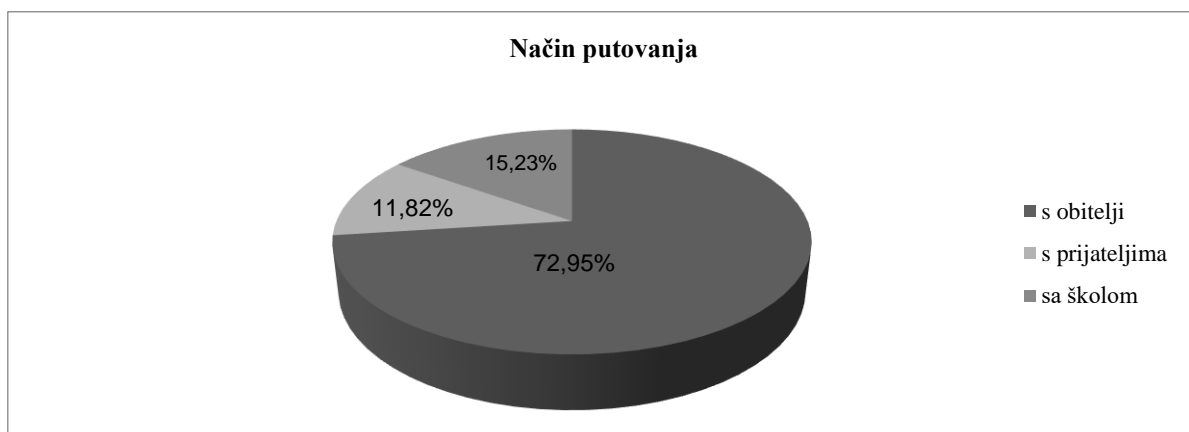
Slika 6 pokazuje da 47,73% učenika nikada ne zimuje dok je udio onih koji nikada ne ljetuju nešto niži te iznosi 27,73 %. 35 % učenika ne zimuje svake godine, a postotak učenika koji ne ljetuju svake godine je također nešto niži i iznosi 32,05%. Kod treće kategorije *svake godine* uočava se da veći broj učenika ljetuje svake godine (35,68%) nego što zimuje (14,77%). U oba slučaja najmanje učenika ljetuje ili zimuje više od jedanput godišnje iako učenici i ovdje češće ljetuju (4,55%) nego što zimuju (2,5%).

Iz navedenog se može zaključiti da ispitanici češće putuju na druge destinacije ljeti nego zimi pa je tako broj onih koji nikada nisu zimovali za 20 % veći od broja učenika koji nikada nisu ljetovali. Slična razlika se nalazi i kod treće kategorije pa je tako broj učenika koji ljetuju svake godine za 20,91% veći od učenika koji svake godine zimuju.

Dobiveni rezultati upućuju na istaknutu sezonalnost turističkog procesa u Hrvatskoj pa su tako njeni stanovnici više usredotočeni na turističku ponudu ljeti nego zimi te je sukladno tome više učenika koji su ljetovali svake godine. Moguće je da na rezultate utječe i situacija u kojoj ljetni školski praznici traju puno dulje od zimskih pa je učenicima i njihovim obiteljima na raspolaganju više vremena da isplaniraju svoj put. Također se može pretpostaviti da učenici iz Bjelovara, budući da se nalaze u unutrašnjosti i prema tome nemaju snažno razvijen ljetni turizam, za razliku od Dubrovnika, imaju potrebu baš ljeti otputovati na odmor i provesti nekoliko dana na suncu i moru. Također, ako se uzmu u obzir svi dobiveni podaci zaključuje se da 82,73% učenika nikada ili rijetko zimuje odnosno da 59,78% učenika nikada ili rijetko ljetuje što je poprilično velik broj s obzirom na višestruku korist koju putovanja pružaju. Iako, mora se uzeti u obzir kompleksnost putovanja u vidu ograničenog budžeta i slobodnog vremena.

## 6.2. Način putovanja

Pitanje načina putovanja se odnosilo na osobe s kojima su učenici najčešće putovali. Pitanje je dakle glasilo: S kime si najčešće putovao/la?.



Slika 7: Način putovanja

Iz slike 7 se može iščitati da je najveći udio ispitanih najčešće putovao sa svojom obitelji i to njih 72,95%. Na drugom mjestu po postotcima je kategorija *sa školom* (15,23%), dok je sa prijateljima najčešće putovalo 11,82% učenika.

Srednjoškolska populacija je još uvijek maloljetna i pod okriljem svoje obitelji i škole čime se može objasniti rezultat da učenici ipak najrijeđe putuju sa svojim prijateljima. Najviše učenika je putovalo sa svojom obitelji budući da većina njih ne raspolaže još uvijek s vlastitim prihodima već se oslanjaju na financijska sredstva svoje obitelji.

### 6.3. Dosadašnja iskustva učenika u turizmu

Sljedeći zadatak je imao za cilj utvrditi imaju li učenici iskustva u turizmu i kakva su njihova iskustva. Određeno iskustvo u turizmu utječe na pozitivniji ili negativniji stav o turistima. Što je to iskustvo opširnije i sveobuhvatnije, to su stavovi cjelovitiji i izraženiji. Sukladno tome je kreirano pitanje koje bi polučilo tražene informacije. Pitanje je glasilo: Imas li iskustva u turizmu?. Kategorije ponuđenih odgovora su bile: nemam; imam kao turist; imam kao sezonski zaposlenik u turističkoj djelatnosti; u okviru praktične nastave; ostalo. Ispitanici su u ovom pitanju mogli zaokružiti više odgovora.

Tablica 2. Iskustvo u turizmu

Iskustvo u turizmu	f	%
Nemam	49	1,14
Imam kao turist	235	53,41
Imam kao sezonski zaposlenik u turističkoj djelatnosti	173	39,32
Imam u okviru praktične nastave	104	23,64
Drugo	4	0,91

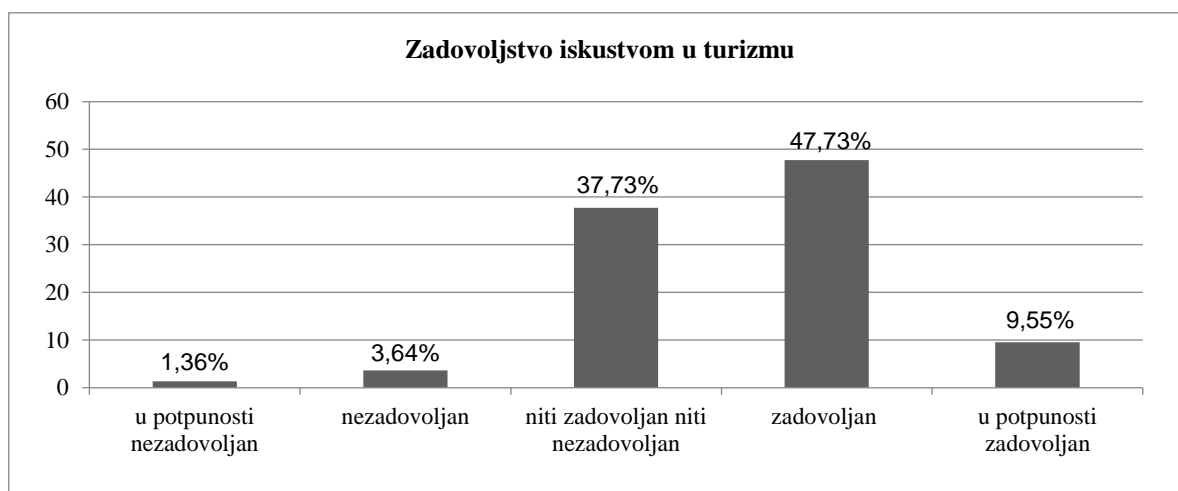
Iz tablice 2 je vidljivo da 49 učenika nema nikakvog iskustva u turizmu, njih 53,41% ima iskustva kao turist, 39,32% su iskustvo stekli kao sezonski zaposlenici u turističkoj djelatnosti dok 23,64% ispitanika veže svoje iskustvo uz praktičnu nastavu. 4 ispitanika su zaokružila kategoriju *ostalo* koja se u sva četiri slučaja odnosila na iznajmljivanje apartmana u vlasništvu njihovih roditelja. Zanimljivo je kako se otprilike polovica ispitanih izjasnila da nema iskustva u turizmu kao turist. To nužno ne znači da nisu posjećivali i boravili u nekim turističkim destinacijama, već možda to iskustvo nisu percipirali kao turističko.

Prema istraživanjima ISIC-a i ATLAS-a o putničkim navikama mladih se ustanovilo da velik broj mladih ne doživljava svoje putovanje kao turističko niti sebe kao turistima pa je tako istraživanje pokazalo da 59,2% mladih sebe smatra putnicima, a samo 27,2% turistima (Klarin, Gusić, 2013).



#### 6.4. Učenikovo zadovoljstvo dosadašnjim iskustvom u turizmu

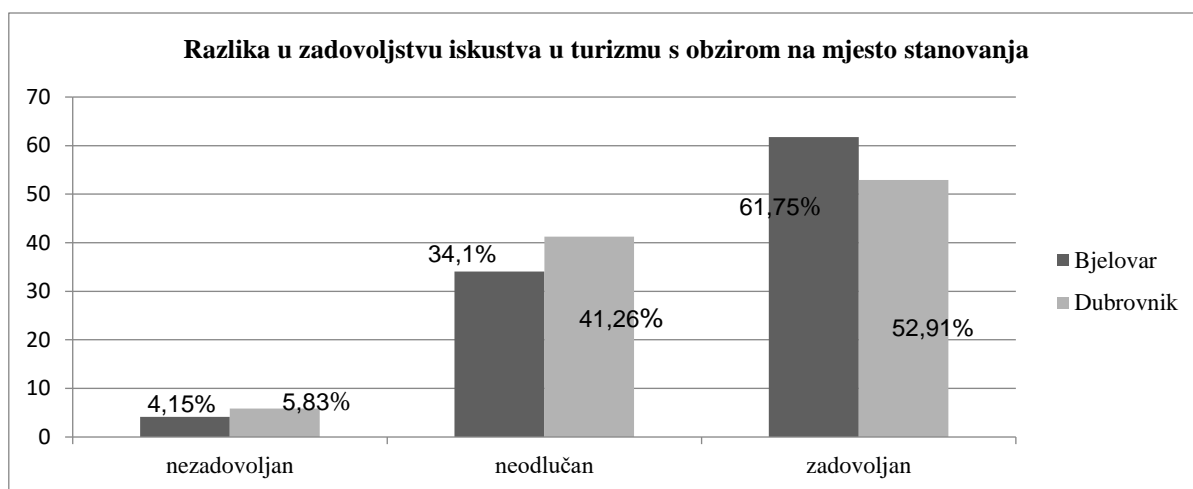
Da bi se ispitalo učenikovo zadovoljstvo dosadašnjim iskustvom u turizmu sastavljeno je pitanje s pet kategorija između kojih su učenici trebali procijeniti s kojom kategorijom se najviše slažu i koja se odnosi na njih. Sukladno tome učenici su trebali izraziti svoj stupanj zadovoljstva, a ponuđene kategorije su bile: *u potpunosti nezadovoljan*, *nezadovoljan*, *niti zadovoljan niti nezadovoljan*, *zadovoljan*, *u potpunosti zadovoljan*.



Slika 8: Zadovoljstvo iskustvom u turizmu

Slika 8 prikazuje dobivene rezultate te je vidljivo da je samo 6 učenika u potpunosti nezadovoljno svojim iskustvom u turizmu, njih 16 je nezadovoljno, dok je njih 166 neodlučno. Nadalje, 210 učenika je svojim iskustvom zadovoljno, dok je njih 42 u potpunosti zadovoljno. Prema tome, više od polovice učenika (57,28%) je sa svojim dosadašnjim iskustvom u turizmu zadovoljno ili u potpunosti zadovoljno.

Ako se usporede rezultati ovog pitanja sa rezultatima iz prethodnog, uočava se da se 49 učenika izjasnilo da nema nikakvog iskustva u turizmu, ali su samo 22 učenika sa svojim iskustvom u turizmu nezadovoljna. Zaključuje se da posjedovanje iskustva u turizmu, za neke učenike, ne utječe nužno na njihovo zadovoljstvo pa tako činjenica što nemaju iskustvo ne znači da su oni time nezadovoljni. Moguće je da navedeni učenici nemaju nikakve turističke potrebe u vidu komunikacije s turistima ili odlascima na putovanja pa im izostanak istog niti ne smeta, a time niti ne utječe na njihovu razinu zadovoljstva. Budući da nisu stekli neposredna iskustva u turizmu također je moguće da nisu osviješteni i ne znaju dobrobiti takvih susreta na njihov razvoj i ličnost pa ni ne znaju što propuštaju.



Slika 9:Zadovoljstvo iskustvom u turizmu s obzirom na mjesto stanovanja

Budući da ispitanici dolaze iz različitih područja Republike Hrvatske, od kojih se Dubrovnik smatra receptivnim, a Bjelovar nereceptivnim područjem, pretpostavlja se da su učenici stekli različita iskustva u turizmu te da će se pokazati razlike kako u stavovima prema turistima tako i u procjeni zadovoljstva stečenim iskustvom. Pa je tako na slici 9 vidljivo da su učenici iz Bjelovara zadovoljniji svojim iskustvom u turizmu od učenika iz Dubrovnika.

Učenici iz Bjelovara svoje iskustvo u turizmu većinom ostvaruju tijekom ljetnih praznika kad sa svojim obiteljima odlaze na odmor u neku od turističkih destinacija, a većinom na moru. Za vrijeme takvih odmora oni ulaze u odnose s različitim vrstama turista koji se tu nalaze iz sličnih motivacija odnosno također na odmoru. Za razliku od njih, učenici iz Dubrovnika stječu sasvim različita iskustva budući da se njihov kontakt s turistima odvija tijekom njihove svakodnevnice u ljetnim mjesecima te to ponekad rezultira neželjenim napadom turista na njihovu privatnost kao i remećenjem njihovih svakodnevnih navika. Također, mnogi učenici se tijekom praznika zaposle u nekoj od turističkih djelatnosti pa i takvo iskustvo ima drugačije posljedice.

### 6.5.Stavovi učenika prema turistima

Sljedeći zadatak je pomoću kreiranih tvrdnji ispitivao stavove ispitanika prema turistima. U svrhu toga je sastavljena ljestvica stavova o turistima sa 44 tvrdnje. Ljestvica je mjerena na Likertovoj skali procjene od pet stupnjeva: *1 - u potpunosti se ne slažem, 2 - djelomično se ne slažem, 3 - niti se slažem, niti se ne slažem, 4 - djelomično se slažem, 5 - u potpunosti se slažem*. Učenici su trebali zaokružiti onaj stupanj na ljestvici koji se najviše slaže s njihovim mišljenjem o navedenoj tvrdnji.

Tablica 3: Stavovi učenika prema turistima

TVRDNJE	U potpunosti se ne slažem f(%)	Djelomično se ne slažem f(%)	Niti se ne slažem, niti se slažem f(%)	Djelomično se slažem f(%)	U potpunosti se slažem f(%)	M	SD
1. Pojam „turist“ me asocira na nešto pozitivno	20 (4,55%)	26 (5,91%)	118 (26,82%)	140 (31,82%)	134 (30,45%)	3,78	1,09
2.Ljeti ne komuniciram s turistima	186 (42,27%)	76 (17,27%)	100 (22,73%)	50 (11,36%)	25 (5,68%)	2,20	1,26
3.Iskustva stečena u kontaktu s turistima me intelektualno obogaćuju	32 (7,27%)	37 (8,41%)	124 (28,18%)	149 (33,86%)	94 (21,36%)	3,54	1,14
4.Ne mogu zamisliti ljeto bez turista	44 (10%)	30 (6,82%)	89 (20,23%)	93 (21,14%)	181 (41,14%)	3,77	1,32
5.Turisti nisu zainteresirani za komunikaciju s mještanima	113 (25,68%)	153 (34,77%)	121 (27,5%)	37 (8,41%)	13 (2,95%)	2,28	1,03
6.Turistima se treba pomagati	21 (4,77%)	21 (4,77%)	61 (13,86%)	143 (32,5%)	190 (43,18%)	4,06	1,10
7.Turisti uzrokuju gužve u prijevozu, na plažama, itd.	21 (4,77%)	21 (4,77%)	80 (18,18%)	106 (24,09%)	210 (47,73%)	4,06	1,13
8.Volio/la bih raditi s turistima	51 (11,59%)	65 (14,77%)	122 (27,73%)	113 (25,68%)	87 (19,77%)	3,27	1,26
9.Poštujem turiste	9 (2,05%)	28 (6,36%)	79 (17,95%)	122 (27,73%)	200 (45,45%)	4,09	1,04
10.Razlog dolaska turista u našu zemlju je uglavnom opuštanje ili kupanje	9 (2,05%)	17 (3,86%)	69 (15,68%)	165 (37,5%)	178 (40,45%)	4,11	0,95
11.Mještani bi trebali biti strpljivi s turistima	10 (2,27%)	21 (4,77%)	94 (21,36%)	166 (37,73%)	145 (32,95%)	3,95	0,97
12.Pojmovi „ljeto“ i „turist“ su mi blisko povezani	15 (3,41%)	16 (3,64%)	69 (15,68%)	121 (27,5%)	215 (48,86%)	4,16	1,04
13.Volim upoznavati turiste iz različitih zemalja	16 (3,64%)	30 (6,82%)	101 (22,95%)	122 (27,73%)	170 (38,64%)	3,91	1,10
14.Turisti su nepristojni i bezobrazni	46 (10,45%)	110 (25%)	191 (43,41%)	73 (16,59%)	16 (3,64%)	2,78	0,97
15.U razgovoru s turistima želim se predstaviti u najboljem svjetlu	15 (3,41%)	21 (4,77%)	121 (27,5%)	143 (32,5%)	138 (31,36%)	3,84	1,03
16.Turisti su naša najbolja reklama	12 (2,73%)	27 (6,14%)	93 (21,14%)	138 (31,36%)	166 (37,73%)	3,96	1,04
17.Turisti zagađuju okoliš	31 (7,05%)	48 (10,91%)	182 (41,36%)	113 (25,68%)	65 (14,77%)	3,30	1,07
18.Turisti donose bolju zaradu	8 (1,82%)	9 (2,05%)	29 (6,59%)	102 (23,18%)	288 (65,45%)	4,50	0,86
19.S turistima je nemoguće uspostaviti prijateljski odnos	178 (40,45%)	121 (27,5%)	87 (19,77%)	27 (6,14%)	25 (5,68%)	2,09	1,17
20.Turistima je u našoj zemlji dosadno	190 (43,18%)	114 (25,91%)	93 (21,14%)	25 (5,68%)	13 (2,95%)	1,98	1,07
21.Ophođenje s turistima me uči toleranciji	19 (4,32%)	44 (10%)	166 (37,73%)	136 (30,91%)	67 (15,23%)	3,44	1,01
22.Turisti mi uzrokuju stres	88 (20%)	101 (22,95%)	120 (27,27%)	73 (16,59%)	48 (10,91%)	2,75	1,27
23.Uspješna komunikacija s turistima ovisi o znanju stranih jezika	14 (3,18%)	13 (2,95%)	58 (13,18%)	136 (30,91%)	212 (48,18%)	4,20	1,00
24.Volio/la bih kad bi ljeti bilo manje turista	92 (20,91%)	82 (18,64%)	104 (23,64%)	81 (18,41%)	75 (17,05%)	2,92	1,38
25.Turisti su zabavni i otkačeni	20 (4,55%)	30 (6,82%)	217 (49,32%)	115 (26,14%)	53 (12,05%)	3,35	0,94
26.Turisti uništavaju tradiciju posjećenog mjesta	118 (26,82%)	110 (25%)	147 (33,41%)	40 (9,09%)	20 (4,55%)	2,39	1,11
27.Ako bi mi izvan mjesta stanovanja bio ponuđen posao u turizmu preselio/la bih se	93 (21,14%)	57 (12,95%)	126 (28,64%)	76 (17,27%)	80 (18,18%)	2,98	1,38
28.Iskustva stečena s turistima me duhovno obogaćuju	70 (15,91%)	55 (12,5%)	158 (35,91%)	87 (19,77%)	57 (12,95%)	3,01	1,24

29.Turisti su općenito zadovoljni boravkom u našoj zemlji	5 (1,14%)	8 (1,82%)	69 (15,68%)	215 (48,86%)	137 (31,14%)	4,09	0,80
30.Turisti mi onemogućuju da uživam u ljetu	138 (31,36%)	106 (24,09%)	117 (26,59%)	46 (10,45%)	26 (5,91%)	2,44	2,33
31.Turizam omogućuje stjecanje bliskih prijateljstava.	25 (5,68%)	43 (9,77%)	145 (32,95%)	147 (33,41%)	75 (17,05%)	3,47	1,07
32.Zbog turista su veće cijene	12 (2,73%)	16 (3,64%)	48 (10,91%)	128 (29,09%)	230 (52,27%)	4,38	2,62
33.Mogu puno naučiti od turista o novim kulturama i narodima	14 (3,18%)	31 (7,05%)	114 (25,91%)	132 (30%)	141 (32,05%)	3,82	1,07
34.Turisti nanose štetu kulturnim resursima	81 (18,41%)	99 (22,5%)	166 (37,73%)	62 (14,09%)	27 (6,14%)	2,67	1,12
35.Glavna aktivnost turista je plivanje	77 (17,5%)	107 (24,32%)	163 (37,05%)	57 (12,95%)	30 (6,82%)	2,71	1,48
36.Mještani su gostoljubivi	11 (2,5%)	54 (12,27%)	165 (37,5%)	150 (34,09%)	53 (12,05%)	3,42	0,94
37.Turisti su preglasni	30 (6,82%)	63 (14,32%)	173 (39,32%)	107 (24,32%)	59 (13,41%)	3,24	1,08
38.Posao s turistima je lagan	134 (30,45%)	124 (28,18%)	106 (24,09%)	47 (10,68%)	20 (4,55%)	2,29	1,15
39.Turisti ne poštuju mještane	68 (15,45%)	109 (24,77%)	195 (44,32%)	43 (9,77%)	19 (4,32%)	2,62	1,01
40.Turisti se uglavnom nakon prve posjete vraćaju u našu zemlju	8 (1,82%)	18 (4,09%)	120 (27,27%)	196 (44,55%)	92 (20,91%)	3,80	0,88
41.Turisti su škrti	63 (14,32%)	93 (21,14%)	182 (41,36%)	59 (13,41%)	39 (8,86%)	2,81	1,12
42.Zbog turista se organizira više zabavnih sadržaja	7 (1,59%)	22 (5%)	82 (18,64%)	174 (39,55%)	151 (34,32%)	4,01	0,94
43.Turisti su previše različiti od nas	54 (12,27%)	82 (18,64%)	215 (48,86%)	55 (12,5%)	29 (6,59%)	2,82	1,02
44.Turisti prije posjete prikupljaju bitne informacije o našoj zemlji	18 (4,09%)	37 (8,41%)	134 (30,45%)	146 (33,18%)	101 (22,95%)	3,63	1,06

U tablici 3 su prikazane frekvencije i postotci za svaku tvrdnju koja se odnosi na stavove prema turistima. Također je navedena i aritmetička sredina i standardna devijacija svake tvrdnje. Tvrdnje su za potrebe lakše deskriptivne interpretacije podijeljene u 4 skupine te će najzanimljivije od njih biti opisane kao i one sa najmanjom standardnom devijacijom zbog njihove reprezentativnosti i homogenosti.

Prvu skupinu čine tvrdnje koje ispituju odnos i ophođenje učenika odnosno domicilnog stanovništva prema turistima. Tako se s tvrdnjom pod rednim brojem 9 *Poštujem turiste* složilo 73,18% učenika, 2,05 % učenika se s njome u potpunosti, a 6,36% djelomično ne slaže, dok 17,95% učenika iskazuje nesigurnost. Iz Tablice 4 se za ovu tvrdnju može iščitati njena aritmetička sredina koja iznosi 4,09 te njoj pripadajuća standardna devijacija koja iznosi 1,04. Sukladno s time, učenici su slično odgovorili i na sljedeće dvije tvrdnje koje proizlaze iz odnosa poštovanja prema turistima. Tako se učenici većinski slažu da se turistima treba pomagati (šesta tvrdnja) i da bi mještani trebali biti strpljivi s turistima (jedanaesta tvrdnja). Da se turistima treba pomagati ( $M=4,06$ ;  $SD=1,10$ ) se u potpunosti ili djelomično slaže 75,68% učenika, 13,86% je izrazilo nesigurnosti, dok se 9,54% učenika sa tvrdnjom u potpunosti ili djelomično ne slaže. S poviše navedenom jedanaestom tvrdnjom *Mještani bi trebali biti strpljivi s turistima* ( $M=3,95$ ;  $SD=0,97$ ) se u potpunosti ili djelomično slaže 70,68% učenika, 7,04% učenika se s

tvrdnjom ne slaže, dok je 21,36% ispitanih izrazilo neodlučnost i odabralo treću kategoriju *niti se slažem, niti ne slažem*. Nadalje, 46,14% učenika se u potpunosti ili djelomično složilo da su mještani prema turistima gostoljubivi ( $M=3,42$ ;  $SD=0,94$ ). 37,5 % učenika se s time niti slaže, niti ne slaže, dok 14,77 % učenika djelomično ili u potpunosti smatra da mještani ipak nisu gostoljubivi. S negativno konstruiranom tvrdnjom *Ljeti ne komuniciram s turistima* se nije složilo 59,54 % učenika, 22,73% je izrazilo dvojbu, dok se 17,04 % s tvrdnjom složilo ( $M=2,20$ ;  $SD=1,26$ ). Za usporedbu je zanimljivo navesti i sljedeću tvrdnju *Volim upoznavati turiste iz različitih zemalja* s kojom se čak 66,37 % učenika složilo ( $M=3,91$ ;  $SD=1,10$ ). Također, 79,09% učenika se složilo da je za uspješnu komunikaciju potrebno znanje stranih jezika što nije iznenađujuće budući da je to većinom preduvjet za ostvarivanje interakcije s turistima o kojemu ovisi i njena kvaliteta. I posljednja tvrdnja koja se tiče odnosa učenika prema turistima je glasila *Turisti mi uzrokuju stres* s kojom se složilo 27,5 % učenika ( $M=2,75$ ;  $SD=1,27$ ). Veći postotak učenika (42,95%) se s tvrdnjom djelomično ili u potpunosti ne slaže, dok je 27,27 % učenika neodlučno.

Prema podacima dobivenima iz navedenih tvrdnji vidljivo je da učenici pozitivno procjenjuju svoj odnos i ophođenje prema turistima. Učenici su se izjasnili da vole upoznavati turiste, ali u odnosu na tu njihovu izraženu želju manji udio njih ljeti s njima komunicira. Moguće je da neki učenici i zimi stupaju u odnos s turistima pa je zbog toga taj postotak nešto niži, ali također je moguće da učenici ne ulaze u interakciju s turistima onoliko koliko bi željeli. Time oni pokazuju interes i otvorenost za svim onim što takva interakcija donosi. To potkrepljuje i njihovo mišljenje da se turistima treba pomagati i ukazati im poštovanje i toleranciju.

U sljedeću skupinu su uvrštene one tvrdnje koje ispituju odnos turista prema domicilnom stanovništvu i posjećenoj destinaciji, njihove karakteristike kao i određene posljedice prouzrokovane njihovom posjetom. Jedna od tvrdnja u ovoj skupini je glasila *Turisti ne poštuju mještane* ( $M=2,62$ ;  $SD=1,01$ ) te se s njome ne slaže 40,22% učenika, dok je veći dio njih odnosno 44,32% iskazao neodlučnost. Ako se usporede rezultati ove tvrdnje s rezultatima tvrdnje *Poštujem turiste* iz prethodne skupine vidljivo je da čak 73,18% učenika smatra da poštuje turiste, dok njih samo 40,22 % procjenjuje da je to poštovanje obostrano. Zaključuje se da učenici visoko vrednuju svoje poštovanje koje ukazuju turistima, a da pritom većinskim dijelom nisu sigurni da isto to poštovanje primaju od turista. Također, velik je broj učenika (43,41%) iskazao nesigurnost prilikom procjene tvrdnje *Turisti su nepristojni i bezobrazni* te se s njom niti slaže, niti ne slaže. S tvrdnjom se 35,45% učenika nije složilo, dok se njih 20,23% s tvrdnjom složilo ( $M=2,178$ ;  $SD=0,97$ ). Osim što učenici nisu sigurni u nepristojnost i

bezobraznost turista, oni su u još većem postotku neodlučni (49,32%) kad se radi o procjeni tvrdnje *Turisti su zabavni i otkaçeni*. Na to ukazuje aritmetička sredina koja iznosi 3,35 i njena standardna devijacija koja iznosi 0,94. Iako, uspoređujući s prethodnom tvrdnjom, s ovom se veći broj učenika slaže (38,19%), nego ne slaže (11,37%). Sljedeća tvrdnja koja ispituje karakteristike turista se odnosila na njihovu potrošnju te je glasila *Turisti su škrti*. Kao što je to bio slučaj s prethodnim tvrdnjama, i s ovom se tvrdnjom najveći udio ispitanih niti slaže, niti ne slaže, njih 41,36% ( $M=2,81$ ;  $SD=1,12$ ). S tvrdnjom se ne slaže 35,46%, dok ih se 22,27% s njom slaže. Moguće je da su učenici pri procjeni ovih tvrdnji najčešće zaokružili kategoriju *niti se slažem, niti ne slažem*, povodeći se sa zaključkom da nisu svi turisti nepristojni, ni zabavni, a ni škrti. Nadalje, s tvrdnjom *Turisti su previše različiti od nas* ( $M=2,82$ ;  $SD=1,02$ ) se također najveći udio učenika (48,68%) učenika niti slaže, niti ne slaže. Moglo bi se zaključiti da učenici iskazuju svoju nesigurnost u navedenim tvrdnjama zbog nedovoljnog kontakta s dovoljnim brojem turista da bi iskristalizirali svoj stav koji bi onda mogli primijeniti na većinski dio turista pa im je zbog toga teško procijeniti neke od karakteristika turista. Izdvojeno je nekoliko tvrdnji koje se tiču odnosa turista prema posjećenoj destinaciji i one glase: *Turisti zagađuju okoliš* ( $M=3,30$ ;  $SD=1,07$ ), *Turisti nanose štetu kulturnim resursima* ( $M=2,67$ ;  $SD=1,12$ ) i *Turisti uništavaju tradiciju posjećenog mjesta* ( $M=2,39$ ;  $SD=1,11$ ). Stav učenika prema ovim tvrdnjama je uglavnom pozitivan te 40,91% učenika ne smatra da turisti nanose štetu kulturnim resursima dok još veći broj učenika (51,82%) ne misli da turisti prijete tradiciji mjesta kojeg posjete. Štoviše, Jelinčić (2006) u svom istraživanju navodi da je upravo turizam zaslužan za održavanje kulturne baštine i tradicije jer je podiže svijest mještana o važnosti njenog očuvanja. S druge strane s tvrdnjom *Turisti zagađuju okoliš* se 40,45% učenika djelomično ili u potpunosti slaže dok ih je 41,36% neodlučno. Izdvojeno je također par tvrdnji koje ispituju utjecaj turista na našu ekonomiju i turističku ponudu. Iz tablice 4 se može vidjeti da se ispitanici u prosjeku najviše slažu s 18. tvrdnjom *Turisti donose bolju zaradu*. Na to nam ukazuje aritmetička sredina koja iznosi 4,5 s pripadajućom standardnom devijacijom koja iznosi 0,86. Tako se učenici u prosjeku u potpunosti slažu da turisti donose bolju zaradu te je tu kategoriju zaokružilo 88,63% učenika. Samo ih se 3,87% ne slaže s tom tvrdnjom dok ih je 6,59% neodlučno. Od svih tvrdnji učenici su u procjenjivanju stava prema ovoj tvrdnji iskazali najveću homogenost. Ovaj rezultat i nije iznenađujući budući da je poznato da je turizam jedna od važnijih gospodarskih grana Hrvatske, a time i jedan od glavnih izvora prihoda, kako u našim krajevima, tako i u mnogim drugim državama. Sljedeća tvrdnja sa aritmetičkom sredinom koja iznosi 4,38 te standardnom devijacijom od 2,62 glasi *Zbog turista su veće cijene*. Više od polovine ispitanih (81,36%) se u potpunosti ili djelomično slaže s navedenom tvrdnjom, 10,91% iskazuje neodlučnost, dok se

njih 6,37% s tvrdnjom nije složilo. Prema učenicima, posjet turista donosi bolju priliku za zaradu, ali s druge strane i uzrokuje povišene cijene. Rezultati su većinom homogeni i kod tvrdnje *Zbog turista se organizira više zabavnih sadržaja* ( $M=4,01;SD=0,94$ ) te se 73,87% učenika djelomično ili u potpunosti složilo s tvrdnjom, 18,64% ih je neodlučno, a 6,59% učenika smatra da to ipak nije istina.

Rezultati iz ove skupine tvrdnji također upućuju na nedostatan kontakt učenika s turistima što se zaključuje iz nemogućnosti oblikovanja stava prema nekim od karakteristika vezanih za turiste iako je moguće da su tvrdnje previše općenito postavljene pa potiču generaliziranje. Gledajući s te strane njihova neodlučnost u stavu prema takvim tvrdnjama je pozitivna budući da ne otkriva generalizaciju ili stereotipizaciju turista. Promatrajući ostale tvrdnje vidljivo je da učenici imaju pozitivan stav prema utjecaju turista na našu kulturnu baštinu i tradiciju te također smatraju da boravak turista u Hrvatskoj izaziva neke pozitivne nuspojave kao više zabavnih sadržaja i bolju zaradu.

Treća skupina ispituje učenikov stav o iskustvu turista i njihovom zadovoljstvu prilikom posjete našoj zemlji. Tu se ubrajaju sljedeće tvrdnje: *Razlog dolaska turista u našu zemlju je uglavnom opuštanje ili kupanje; Turistima je u našoj zemlji dosadno; Turisti se uglavnom nakon prve posjete vraćaju u našu zemlju; Turisti su općenito zadovoljni boravkom u našoj zemlji.* Tako se učenici u prosjeku slažu da je glavni motiv dolaska turista u našu zemlju uglavnom kupanje ili opuštanje. Na to nas upućuje aritmetička sredina koja iznosi 4,11 sa njenom standardnom devijacijom koja iznosi 0,95. Zanimljivo je da je i tri četvrtine turista u istraživanju koje provodi Institut za turizam opuštanje navelo kao primarni motiv dolaska u našu zemlju, a plivanje kao glavnu aktivnost (Marušić i sur., 2015). Nastavno na to, učenici smatraju da su turisti općenito zadovoljni boravkom u Republici Hrvatskoj ( $M=4,09; SD=0,80$ ). Takav stav potvrđuje i analiza negativno konstruirane tvrdnje *Turistima je u našoj zemlji dosadno* ( $M=1,98;SD=1,07$ ) pa se tako 69,09% učenika ne slaže da je turistima dosadno, 21,14% je iskazalo nesigurnost dok samo 8,63% učenika smatra da im je u našoj zemlji ipak dosadno. I posljednja tvrdnja koja potkrepljuje prilično pozitivno viđenje zadovoljstva turista je 40. tvrdnja koja glasi *Turisti se uglavnom nakon prve posjete vraćaju u našu zemlju.* S tom se tvrdnjom, čija aritmetička sredina iznosi 3,80 a standardna devijacija 0,88, složilo 65,46% učenika i bili su u pravu budući da je istraživanje Instituta za turizam pokazalo kako su gosti iznimno odani Hrvatskoj kao turističkoj destinaciji pa ih ju je 69% posjetilo već tri ili više puta (Marušić i sur., 2015).

Četvrta i posljednja skupina se odnosila na odgojno obrazovnu komponentu interakcije s turistima pa su sukladno s time sastavljene sljedeće tvrdnje: *Mogu puno naučiti od turista o*

novim kulturama i narodima ( $M=3,82$ ;  $SD=1,07$ ); *Iskustva stečena s turistima me duhovno obogaćuju* ( $M=3,01$ ;  $SD=1,24$ ); *Iskustva stečena u kontaktu s turistima me intelektualno obogaćuju* ( $M=3,54$ ;  $SD=1,14$ ); *Ophođenje s turistima me uči toleranciji* ( $M=3,44$ ;  $SD=1,01$ ). Učenici su prema tim tvrdnjama izrazili pretežito pozitivan stav te se s njima slažu, osim u slučaju tvrdnje *Iskustva stečena s turistima me duhovno obogaćuju* pa se tako 35,91% učenika s njome niti slaže, niti ne slaže, 32,72% se slaže dok se 27,96% ispitanih s navedenim ne slaže. S druge strane, 55,22% učenika smatra da ih iskustva stečena u kontaktu s turistima intelektualno obogaćuju. Nadalje, 62,05 % učenika smatra da može puno naučiti od turista o novim kulturama i narodima, njih 25,91% je nesigurno, a 10,23% učenika se djelomično ili u potpunosti ne slaže s navedenim. Također učenici u prosjeku smatraju da ih ophođenje s turistima uči toleranciji, njih 46,14%.

Navedeni rezultati pokazuju da su učenici svjesni da interakcija s turistima obogaćuje njihovu ličnost. Posebno je zanimljiv podatak da se ispitanici slažu da ih takva interakcija uči toleranciji što je jedno od najbitnijih obilježja interkulturalizma. Na toleranciji se gradi svaki kvalitetan odnos te je ovakav rezultat obećavajući.

Tablica 4: Indeks – stavovi prema turistima

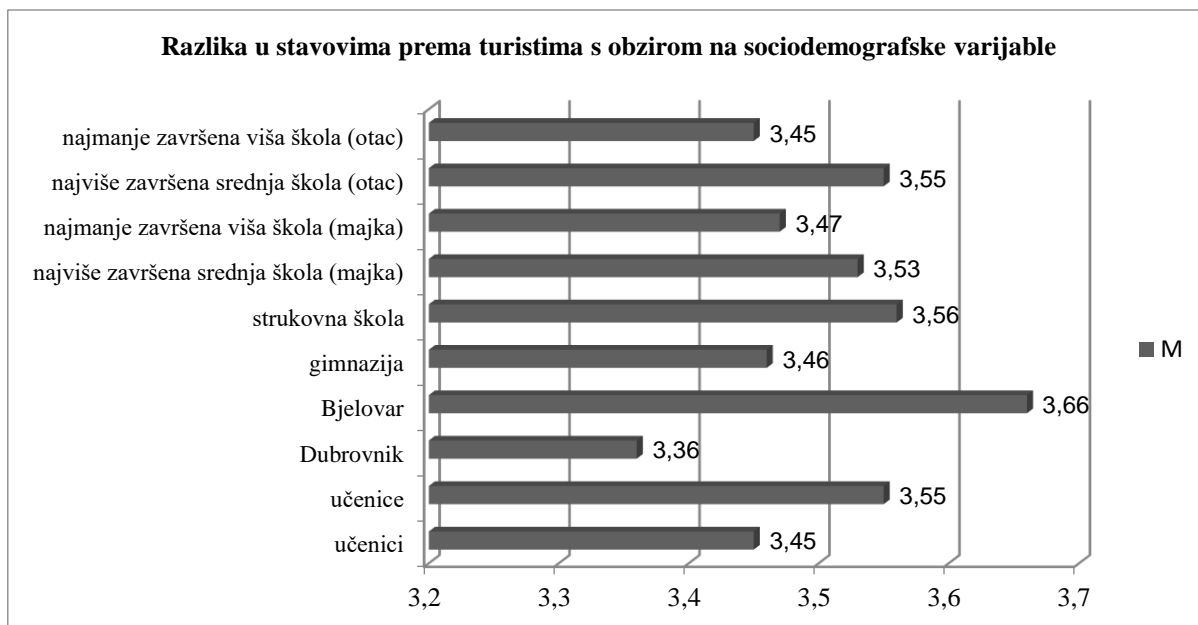
INDEKS-	M	SD
Stavovi prema turistima	3,51	0,46

Tablica 4 prikazuje indeks stavova prema turistima koji predstavlja zajednički prosjek vrijednosti na tvrdnjama kojima su se mjerili stavovi prema turistima. 18 tvrdnji je rekodirano budući da smjer svih tvrdnji nije isti. Vrijednosti su rekodirane tako da izražavaju slaganje ili neslaganje s pozitivno orijentiranom tvrdnjom. Prema aritmetičkoj sredini koja iznosi 3,51 možemo zaključiti da učenici u prosjeku izražavaju pozitivne stavove prema turistima. Dakle, u prosjeku se najveći broj učenika slaže sa pozitivno orijentiranim tvrdnjama ili ne slaže s negativno konstruiranim tvrdnjama. Standardna devijacija koja iznosi 0,46 ukazuje na homogenost rezultata, odnosno malu raspršenost.

### 6.6. Razlika u stavovima prema turistima s obzirom na sociodemografske varijable

Za testiranje postavljenog istraživačkog zadatka se koristila statistička metoda t-test. Slika 10 predstavlja prikaz razlika u stavovima prema turistima s obzirom na sociodemografske varijable: spol, mjesta stanovanja, vrsta škole i stupanj obrazovanja roditelja. Utvrđeno je da postoji statistički značajna razlika u stavovima učenika prema turistima s obzirom na sociodemografske varijable.





Slika 10: Razlika u stavovima prema turistima s obzirom na sociodemografske varijable

Vidljivo je da je najveća razlika u aritmetičkim sredinama kod varijable mjesto stanovanja. Pa tako učenici iz Bjelovara ( $M=3,66$ ) izražavaju pozitivnije stavove prema turistima od onih koji žive u Dubrovniku ( $M=3,36$ ). Također iz slike se može iščitati da učenici, čiji otac ima najviše završenu srednju školu ( $M=3,55$ ) iskazuju pozitivnije stavove prema turistima od onih s ocem koji ima najmanje završenu višu školu ( $M=3,45$ ). Uspoređujući vrstu škole pozitivniji stav prema turistima iskazuju učenici strukovne škole ( $M=3,56$ ) od učenika gimnazije ( $M=3,46$ ). S obzirom na spol učenice su te koje imaju pozitivniji stav ( $M=3,55$ ) od učenika ( $M=3,45$ ).

U Tablicama 5, 6, 7, 8 i 9 prikazani su rezultati testiranja postojanja razlika u stavovima prema turistima s obzirom na sociodemografske varijable. Može se uočiti da razlika u stavovima prema turistima nije statistički značajna samo u slučaju obrazovanja majke. U slučaju spola, mjesta stanovanja, vrste škole i obrazovanja oca razlika je statistički značajna. Na to nam ukazuje razina rizika ( $p$ ) koja je kod spomenutih varijabli manja od 0,05.

Tablica 5: Prikaz t-testa za ispitivanje postojanja razlika u stavovima prema turistima s obzirom na spol

	Učenici	Učenice	t-vrijednost	P
<b>Stavovi prema turistima</b>	3,45	3,55	-2,22	0,03

Tablica 6: Prikaz t-testa za ispitivanje postojanja razlika u stavovima prema turistima s obzirom na mjesto stanovanja

	Dubrovnik	Bjelovar	t-vrijednost	P
<b>Stavovi prema turistima</b>	3,36	3,66	7,24	0,00

Tablica 7. Prikaz t-testa za ispitivanje postojanja razlika u stavovima prema turistima s obzirom na vrstu škole

	Gimnazija	Strukovna škola	t-vrijednost	P
<b>Stavovi prema turistima</b>	3,46	3,56	-2,31	0,02

Tablica 8: Prikaz t-testa za ispitivanje postojanja razlika u stavovima prema turistima s obzirom na stupanj obrazovanja majke

	Najviše završena srednja škola	Najmanje završena viša škola	t-vrijednost	P
<b>Stavovi prema turistima</b>	3,53	3,47	1,5	0,13

Tablica 9: Prikaz t-testa za ispitivanje postojanja razlika u stavovima prema turistima s obzirom na stupanj obrazovanja oca

	Najviše završena srednja škola	Najmanje završena viša škola	t-vrijednost	P
<b>Stavovi prema turistima</b>	3,55	3,45	2,17	0,03

Rezultati navedeni u tablici 5 pokazuju da postoji statistički značajna razlika u stavovima prema turistima s obzirom na spol na što ukazuje razina rizika koja iznosi 0,03. I to tako da učenice pokazuju pozitivniji stav prema turistima od učenika.

Podaci iz tablice 6 pokazuju da je utvrđena statistički značajna razlika u stavovima prema turistima s obzirom na mjesto stanovanja ( $t=7,24$ ;  $p=0,00$ ). Utvrđena razlika ukazuje kako učenici iz Bjelovara izražavaju pozitivniji stav prema turistima od učenika u Dubrovniku.

Nadalje, podaci iz Tablice 7 daju uvid u postojanje statistički značajne razlike u stavovima prema turistima s obzirom na vrstu škole što se može zaključiti iz razine rizika koja iznosi 0,02 pa tako učenici strukovnih škola imaju pozitivniji stav prema turistima od učenika koji pohađaju gimnaziju.

Tablica 8 pokazuje prikaz t-testa za ispitivanje postojanja razlika u stavovima prema turistima s obzirom na stupanj obrazovanja majke gdje se vidi razina rizika od 0,13 i time statistički značajna razlika nije utvrđena.

U tablici 9 se otkriva razina rizika od 0,03 i postojanje statistički značajne razlike u stavovima prema turistima s obzirom na stupanj obrazovanja oca. Učenici očeva sa najmanje završenom srednjom školom imaju pozitivniji stav prema turistima od onih učenika čiji očevi imaju najviše završenu višu školu.

Dobiveni rezultat da učenici strukovnih škola pokazuju pozitivnije stavove od učenika iz gimnazija nije iznenađujući budući da se ti učenici školuju isključivo za poslove u turističkim djelatnostima koji uključuju rad s turistima te se prema tome očekuje da je to njihova želja i da

su zainteresirani za suradnju s njima. Također, u turističko-ugostiteljskim školama se nudi više predmeta sa sadržajima vezanima za turizam pa su u tom pogledu sa samim procesom oni i više upoznati. Podatak da učenici iz Dubrovnika izražavaju manje pozitivnije stavove od učenika iz Bjelovara je moguće objasniti ako se uzme u obzir turistička atraktivnost Dubrovnika i masovnost turizma kojoj mještani svake godine svjedoče. Učenici iz Dubrovnika su često okruženi turistima, ali pritom se treba sagledati narav takvog turističkog odnosa. Oni prilikom učestalih susreta s turistima nisu ciljano na odmoru, već je to dio njihovog svakodnevnog života, a često se takvi susreti odvijaju u radnom okruženju budući da je sezona izvrsna prilika za učenike da nađu posao i zarade svoj džeparac. Već je ranije opisano kako se iz takvog susreta često rađa osjećaj podređenosti i osjećaj da su zaposlenici tu da „služe“ gostima ispunjavajući im sve zahtjeve. Prema tome, masovni priljev turista u relativno kratkom razdoblju zahtijeva od učenika prilagođavanje vlastite svakodnevnice takvoj pojavi koja tada predstavlja ometajuću okolnost te je za one koji rade to razdoblje karakterizirano obvezama i odgovornošću koje im ne ostavlja previše slobodnog vremena na raspolaganju. Za razliku od njih, učenici iz Bjelovara se s turistima sreću većinom dok su i sami na odmoru pa se takav susret odvija u opuštenijoj atmosferi i veže drukčije karakteristike prilikom kojih obje strane predstavljaju turiste te su u tom pogledu ravnopravni i posjeduju slične želje i motivacije. Statistički značajna razlika se također pokazala s obzirom na stupanj obrazovanja oca pa tako učenici s očevima koji su završili najviše srednju školu pokazuju pozitivnije stavove prema turistima. Ovdje je potrebno napomenuti da 62,28% očeva posjeduje srednjoškolski ili niži stupanj obrazovanja dok 37,73% očeva posjeduje viši ili visoki stupanj obrazovanja. Prema tome, udio očeva sa najviše završenim srednjoškolskim obrazovanjem je osjetno veći te podaci u tom pogledu nisu izjednačeni. A budući da je istraživanje pokazalo da učenici u prosjeku i imaju pozitivan stav prema turistima moguće je da je baš ova nejednakost u stupnju obrazovanja pridonijela ovakvom rezultatu pa bi za buduća istraživanja bilo zanimljivo izjednačiti ovakvu razliku i ispitati hoće li se ovakva statistički značajna razlika ponoviti. Nadalje, istraživanje je pokazalo statistički značajnu razliku s obzirom na spol pa učenice iskazuju pozitivnije stavove od učenika što je vrlo vjerojatno povezano sa razvijenijom empatijom kod ženskih osoba, a i činjenicom da je udio učenica u istraživanju bio za 15.9% viši od učenika. Također, u raznim istraživanjima je čest slučaj da ženske osobe iskazuju pozitivnije stavove od muških osoba, ali proučavanje literature tražeći uzrok takvoj pojavi nije dovelo do željenih odgovora zbog oskudnog broja istraživanja usmjerenih toj tematici koja je također zanimljiva za istraživanje.

## 7. Zaključak

Povećanjem udjela slobodnog vremena postavlja se pitanje o njegovom kvalitetnom provođenju u svrhu zadovoljavanja čovjekovih potreba od kojih se pri samom vrhu nalaze čovjekove potrebe za stvaralaštvom i samoaktualizacijom. Kako bi se izbjeglo beskorisno i naposljetku destruktivno provođenje slobodnog vremena, najčešće iz manjka informiranosti i organiziranosti, potrebno je odgojiti i obrazovati čovjeka za slobodno vrijeme te osvijestiti njegovu važnost za ljudski život i osobnost. U tom kontekstu se i turizam javlja kao čimbenik slobodnog vremena u čijem je središtu čovjek te je proučavanje njegovih socioloških, psiholoških i pedagoških funkcija iznimno bitno, a pogotovo ako se uzme u obzir njegova nestalnost i društvene promjene koje uzrokuje.

Mnogo puta se može čuti kako učenje kroz iskustvo spada među najdjelotvornije načine učenja budući da uključuje angažiranost i izazov i potpomaže da ono naučeno ostane dugoročno zapamćeno i primjenjivo u svakodnevnim situacijama učenika. Proces učenja je dinamičan i nestalan. On je povezan s iskustvom budući da se svako učenje veže s onim prije naučenim i tako uspostavlja razne strukture. Također ovaj proces nije individualni događaj već se uspostavlja u interakciji i tom je interakcijom i određen. On treba biti cjelovit i smisao kako bi polučio pozitivne rezultate (Göhlich, Zirfas, 2007).

Učenje se ne ograničava samo na institucionalne oblike te jedan od njegovih vaninstitucionalnih oblika zahvaća turizam. Turističko kretanje omogućuje sve navedene bitne komponente učenja kroz upoznavanje novih mjesta, ljudi, kultura, jezika te pomaže pri otkrivanju spoznaja o svijetu i sebi samome. Prema Jafariju i Ritchieju (1981; prema Budimski, Krnajski Hršak, 2012) učenje kroz turizam zahtijeva prihvaćanje interdisciplinarnog pristupa učenju. Prilikom interakcije čovjeka s čovjekom dolazi do razmjene znanja, ali i do razmjene svega onoga naoko nevidljivog što čini identitet svakog pojedinca. Tu spadaju njegove naučene vrijednosti, pravila ponašanja, tradicija odnosno sve ono što čini njegov kulturni identitet. Takav susret, ako se odvija između dva pojedinca sa suprotnim kulturnim identitetima, dovodi do posljedica, a da li će te posljedice biti pozitivne ili negativne ovisi o pojedincu i njegovom znanju i stupnju tolerancije prema drugačijem. Budući da su mladi stup društva i naša budućnost nameće se kao bitno istražiti njihove stavove prema turistima. Cilj ovog rada je prema tome bio ispitati stavove srednjoškolaca prema turistima s obzirom na njihove sociodemografske varijable kao i istražiti njihovo dosadašnje iskustvo u turizmu, njihovo zadovoljstvo tim iskustvom, učestalost boravka izvan mjesta stanovanja kao i način putovanja.

U skladu s postavljenim istraživačkim zadacima utvrđeno je da mladi imaju pozitivan stav prema turistima. Učenici su izrazili želju za upoznavanjem turista i različitih kultura te smatraju da turisti korisno djeluju na njihovu tradiciju i kulturnu baštinu. S druge strane, u većini tvrdnja koje su opisivale karakteristika turista učenici su iskazali svoju nesigurnost te se s tvrdnjama niti slažu, niti ne slažu. Takav stav bi se mogao objasniti nedovoljnom interakcijom sa dostatnim brojem turista kako bi mogli oblikovati svoje mišljenje. Također, prema rezultatima ovog istraživanja, pokazala se statistički značajna razlika u stavovima s obzirom na spol, na mjesto stanovanja, na vrstu škole i stupanj obrazovanja oca. Pa tako učenice imaju bolje mišljenje o turistima od učenika, učenici iz Bjelovara od učenika iz Dubrovnika, učenici strukovnih škola od učenika gimnazija i učenici čiji otac ima najviše završenu srednju školu od učenika s očevima s najmanje završenom višom školom. Nadalje, ustanovljeno je da najveći broj učenika ima iskustva u turizmu kao turist i kao djelatnik u turističkoj djelatnosti kao i da su učenici iz Bjelovara zadovoljniji svojim iskustvom od učenika iz Dubrovnika.

Dobiveni rezultati su također pokazali da učenici najčešće putuju sa svojom obitelji kao i da veći broj učenika odlazi na putovanja ljeti nego zimi, iako je općenito visok udio učenika koji nikada ili rijetko zimuju odnosno ljetuju. S obzirom na navedeno bilo bi preporučljivo povećati broj putovanja iako takav zahtjev nije tako lak i zavisi ponajprije o financijskim sredstvima, slobodnom vremenu te o osobnim preferencijama. Ali postoje i drugi načini koji mogu zadovoljiti učenikovu radoznalost i želju za interakcijom i upoznavanjem drugih naroda i kultura. To bi se prvenstveno moglo postići kroz nove nastavne metode i pravilnim informiranjem. Obrazovni proces se treba temeljiti na multidisciplinarnosti kroz koji će učenici moći naučiti o vlastitoj, ali i o drugim kulturama budući da se jedino znanje može boriti sa stereotipima, predrasudama i generalizacijama. Prema Jelinčić (2007) obrazovanje u Hrvatskoj je obilježeno etnocentričkim pristupom koje čini plodno tlo za stvaranje stereotipa, a pokušaji reforme obrazovanja koja se temeljila na interdisciplinarnosti, kreativnosti i multidisciplinarnosti su propali zbog nedostatka nastavnih sredstava za potrebne metode poučavanja. Primjer jedne zanimljive i korisne metode se spominje u priručniku „Svatko uči na svoj način“, a odnosi se na uspostavljanje videokonferencije sa drugim školama iz cijelog svijeta u svrhu međunarodne suradnje putem koje učenici imaju priliku naučiti o novim kulturama, njihovim običajima i gradovima. Oni se također upoznaju s kurikulumima različitih zemalja, ali i stječu nove prijatelje u cijelom svijetu (Božin i sur., 2011). Takav pristup učenju uključuje i neka glavna obilježja turističkog procesa, a i svakako obogaćuje nastavu. Nažalost takve metode su još uvijek strane za većinu škola, a i ovise isključivo o nastavnicima i njihovoj

dobroj volji i ambiciji. Bilo bi korisno obrazovati nastavnike kroz neformalne oblike učenja u cilju novih metoda poučavanja.

Ovaj rad se poglavito usredotočio na ispitivanje stavova učenika prema turistima dok su se njihova iskustva i čestina putovanja ispitivala u svrhu stjecanja boljeg uvida u njihovo znanje i sudjelovanje u turističkom procesu. Za buduća istraživanja bi bilo korisno istražiti učestalost učenikovih putovanja u inozemstvo i njihov stav o zastupljenosti multikulturalnih sadržaja u školama kao i proširiti istraživanje na druge vrste škola u drugim dijelovima Republike Hrvatske budući da se pokazala statistički značajna razlika s obzirom na vrstu škole i mjesto stanovanja. Također bi bilo zanimljivo provjeriti pokazanu statističku značajnu razliku s obzirom na stupanj obrazovanja oca na način da se uzme u obzir podjednak broj očeva sa različitim stupnjevima obrazovanja. Budući da su rezultati pokazali pozitivan stav prema pripadnicima drugih kultura i visoku zainteresiranost učenika za takvu vrstu interakcije, korisno bi također bilo ispitati njihovu zainteresiranost i informiranost o različitim programima za razmjenu učenika, kampovima i tečajevima za učenje stranih jezika što postaje sve aktualnije u današnje vrijeme, ne samo za studente, već i za učenike. Istraživanje je također pokazalo da učenici iz Dubrovnika iskazuju manje pozitivan stav prema turistima te bi bilo zanimljivo utvrditi razloge tomu kako bi se pronašli načini otklanjanja potencijalnih zapreka.

## 8. Literatura

### Knjige

1. Dujmović, M. (2014), *Kultura turizma*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile.
2. Horvat, B. (1994), *Turizam u sociokulturološkoj perspektivi*. Zagreb: Mikrorad.
3. Jadresic, V. (2010), *Janusovo lice turizma: Od masovnog do selektivno-održivog turizma*. Zagreb: Plejada d.o.o.
4. Janković, V. (1973), *Slobodno vrijeme u suvremenoj pedagoškoj teoriji i praksi*. Zagreb: Pedagoško-književni zbor.
5. Marušić, Z., Čorak S., Sever, I. (2015). *Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj - TOMAS ljeta 2014*. Zagreb : Institut za turizam.
6. Plenković, J. (1997), *Slobodno vrijeme i odgoj*. Zadar: Filozofski fakultet.
7. Vukonić, B., Keča, K. (2001), *Turizam i razvoj: Pojam, načela, postupci*. Zagreb: Mikrorad: Ekonomski fakultet.
8. Štifanić, M. (2001), *Sociologija turizma*. Rijeka: Adamić.

### Članci u zbornicima

9. Alfier, D., (1970), *Turističke funkcije kulture i kulturne funkcije turizma*. U: Hitrec, T. (ur.), *Turizam: izbor radova*. Zagreb: Institut za turizam, 189-200.
10. Alfier, D., (1977), *Uloga turizma u resocijalizaciji i desocijalizaciji suvremenog čovjeka*. U: Hitrec, T. (ur.), *Turizam: izbor radova*. Zagreb: Institut za turizam, 201-228.
11. Puijk, R., (1996), *Dealing with fish and tourists. A case study from northern Norway*. U: Boissevain, J. (ur.), *Coping with tourists: European reactions to mass tourism*. UK: Berghahn Books, 204-226.

### Djela s interneta

12. Božin, S., Milović, S., Pašalić, A., Schröder, B. (2011), *Svatko uči na svoj način – priručnik*. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje. Dostupno na: [http://www.azoo.hr/images/izdanja/Svatko\\_uci\\_na\\_svoj\\_nacin\\_web.pdf](http://www.azoo.hr/images/izdanja/Svatko_uci_na_svoj_nacin_web.pdf) (preuzeto 11.02.2017.)
13. Budimski, V., Krnjski Hršak, V. (2012), *Iskustveno učenje – primjer ITHAS-a 2005-2012*. *Acta turistica*, 24(1): 87-114. Dostupno na <http://hrcak.srce.hr/97060> (preuzeto 11.02.2017.)

14. Državni zavod za statistiku (2016), *Žene i muškarci u Hrvatskoj 2016*. Zagreb: Državni zavod za statistiku. Dostupno na <http://www.dzs.hr/> (preuzeto 12.02.2017.)
15. Gearing, C. E., Swart, W. W., Var, T. (1974), Establishing a Measure of Touristic Attractiveness. *Journal of Travel Research*, 12 (4): 1 – 8. Dostupno na: <https://doi.org/10.1177/004728757401200401> (preuzeto 01.02.2017.)
16. Göhlich, M., Zirfas, J. (2007), Der pädagogische Grundbegriff der Lernens. *Odgojne znanosti*, 9(2): 7-24. Dostupno na <http://hrcak.srce.hr/21108> (preuzeto 07.02.2017.)
17. Jagić, S. (2005), Turizam i slobodno vrijeme: mogućnosti i načini provođenja. *Pedagojska istraživanja*, 2(1): 101-110. Dostupno na <http://hrcak.srce.hr/139346> (preuzeto 19.11.2016.)
18. Jagić, S. (2006), Interkulturalno-pedagoški čimbenici turizma. *Pedagojska istraživanja*, 3(1): 73-84. Dostupno na: <http://hrcak.srce.hr/139314> (preuzeto 19.11.2016.)
19. Jelinčić, D. (2006), Turizam vs. Identitet Globalizacija i tradicija. *Etnološka istraživanja*, (11): 161-183. Dostupno na <http://hrcak.srce.hr/37108> (preuzeto 28.01.2017.)
20. Jelinčić, D., A. (2007), Kulturna raznolikost, interkulturalna komunikacija i digitalna kultura: Sažetak rezultata projekta. Zagreb: Institut za razvoj i međunarodne odnose. Dostupno na: [http://www.irmo.hr/wp-content/uploads/2007/11/izvjestaj\\_HR-final.pdf](http://www.irmo.hr/wp-content/uploads/2007/11/izvjestaj_HR-final.pdf) (preuzeto 11.02.2017.)
21. Klarin, T., Gusić, A. (2013), Kultura putovanja mladih u Hrvatskoj i omladinski turizam. *Liburna : međunarodni znanstveni časopis za kulturu, turizam i komuniciranje*, 2(1): 53-72. Dostupno na: <http://hrcak.srce.hr/118679> (preuzeto 20.01.2017.)
22. Polić, M., Polić, R. (2009), Vrijeme, slobodno od čega i za što?. *Filozofska istraživanja*, 29(2): 255-270. Dostupno na: <http://hrcak.srce.hr/41405> (preuzeto 20.01.2017.)
23. Rudan, E. (2012), Uloga lokalnog stanovništva u razvoju turizma destinacije. *Tranzicija*, 14(29): 58-67. Dostupno na: <http://hrcak.srce.hr/86070> (preuzeto 29.01.2017.)
24. Vreg, F. (2007), Europska kultura i turističko komuniciranje. *Informatologia*, 40(3): 180-188. Dostupno na: <http://hrcak.srce.hr/21512> (preuzeto 20.01.2017.)



## 9. Popis tablica i slika

*Tablica 1.* Vrsta škole (str. 21)

*Tablica 2.* Iskustvo u turizmu (str. 26)

*Tablica 3.* Stavovi učenika prema turistima (str. 29)

*Tablica 4.* Indeks – stavovi prema turistima (str. 34)

*Tablica 5.* Prikaz t-testa za ispitivanje postojanja razlika u stavovima prema turistima s obzirom na spol (str. 35)

*Tablica 6.* Prikaz t-testa za ispitivanje postojanja razlika u stavovima prema turistima s obzirom na mjesto stanovanja (str. 35)

*Tablica 7.* Prikaz t-testa za ispitivanje postojanja razlika u stavovima prema turistima s obzirom na vrstu škole (str. 36)

*Tablica 8.* Prikaz t-testa za ispitivanje postojanja razlika u stavovima prema turistima s obzirom na stupanj obrazovanja majke (str. 36)

*Tablica 9.* Prikaz t-testa za ispitivanje postojanja razlika u stavovima prema turistima s obzirom na stupanj obrazovanja oca (str. 36)

*Slika 1.* Spol učenika (str. 21)

*Slika 2.* Mjesto stanovanja (str. 21)

*Slika 3.* Vrsta škole (str. 22)

*Slika 4.* Stupanj obrazovanja roditelja (str. 22)

*Slika 5.* Stupanj obrazovanja roditelja (rekodirano) (str.23)

*Slika 6.* Učestalost boravka izvan mjesta stanovanja (str. 25)

*Slika 7.* Način putovanja (str. 25)

*Slika 8.* Zadovoljstvo iskustvom u turizmu (str. 27)

*Slika 9.* Zadovoljstvo iskustvom u turizmu s obzirom na mjesto stanovanja (str. 28)

*Slika 10.* Razlika u stavovima prema turistima s obzirom na sociodemografske varijable (str. 35).

## 10.Prilog

### UPITNIK

---

*Molim Vas ispunite upitnik koji se nalazi ispred Vas. Podaci su anonimni te Vas molim da što iskrenije popunite upitnik  
Pažljivo pročitajte i odgovorite na sva pitanja. Nema točnih i netočnih odgovora. Hvala na suradnji!*

---

1. **Kojeg si spola?** (zaokruži):
  - a) muškog
  - b) ženskog
  
2. **Navedi mjesto stanovanja:** \_\_\_\_\_
  
3. **Navedi školu koju pohađaš:** \_\_\_\_\_
  
4. **Obrazovanje tvoje majke je** (zaokruži):
  - a) nezavršena osnovna škola
  - b) osnovna škola
  - c) srednja škola
  - d) viša škola
  - e) fakultet i više
  
5. **Obrazovanje tvog oca je** (zaokruži):
  - a) nezavršena osnovna škola
  - b) osnovna škola
  - c) srednja škola
  - d) viša škola
  - e) fakultet i više

**6. Koliko često ideš na ljetovanje?**

- a) nikada
- b) ne svake godine
- c) svake godine
- d) više od jedanput godišnje

**7. Koliko često ideš na zimovanje?**

- a) nikada
- b) ne svake godine
- c) svake godine
- d) više od jedanput godišnje

**8. S kime si najčešće putovao/la?**

- a) s obitelji
- b) s prijateljima
- c) sa školom

**9. Imaš li iskustva u turizmu? (moguće je zaokružiti više odgovora):**

- a) nemam
- b) imam kao turist
- c) imam kao sezonski zaposlenik u turističkoj djelatnosti
- e) u okviru praktične nastave
- f) ostalo: \_\_\_\_\_

**10. Sa svojim iskustvom u turizmu općenito sam:**

- a) u potpunosti nezadovoljan
- b) nezadovoljan
- c) niti zadovoljan niti nezadovoljan
- d) zadovoljan
- e) u potpunosti zadovoljan

**Sljedeći niz tvrdnji izražava različita mišljenja o turistima. Pročitajte pažljivo svaku tvrdnju i zaokružite onaj broj na skali procjene koji odgovara Vašem mišljenju.**

R.b.	TVRDNJE	U	Djelomično	Niti se ne	Djelomično	U
		potpunosti se ne slažem	se ne slažem	slažem, niti se slažem	se slažem	potpunosti se slažem
		1	2	3	4	5
11.	Pojam „turist“ me asocira na nešto pozitivno	1	2	3	4	5
12.	Ljeti ne komuniciram s turistima	1	2	3	4	5
13.	Iskustva stečena u kontaktu s turistima me intelektualno obogaćuju	1	2	3	4	5
14.	Ne mogu zamisliti ljetovanje bez turista	1	2	3	4	5
15.	Turisti nisu zainteresirani za komunikaciju s mještanima	1	2	3	4	5
16.	Turistima se treba pomagati	1	2	3	4	5
17.	Turisti uzrokuju gužve u prijevozu, na plažama, itd.	1	2	3	4	5
18.	Volio/la bih raditi s turistima	1	2	3	4	5
19.	Poštujem turiste	1	2	3	4	5
20.	Razlog dolaska turista u našu zemlju je uglavnom opuštanje ili kupanje	1	2	3	4	5
21.	Mještani bi trebali biti strpljivi s turistima	1	2	3	4	5
22.	Pojmovi „ljetovanje“ i „turist“ su mi blisko povezani	1	2	3	4	5
23.	Volim upoznavati turiste iz različitih zemalja	1	2	3	4	5
24.	Turisti su nepristojni i bezobrazni	1	2	3	4	5
25.	U razgovoru s turistima želim se predstaviti u najboljem svjetlu	1	2	3	4	5
26.	Turisti su naša najbolja reklama	1	2	3	4	5
27.	Turisti zagađuju okoliš	1	2	3	4	5
28.	Turisti donose bolju zaradu	1	2	3	4	5
29.	S turistima je nemoguće uspostaviti prijateljski odnos	1	2	3	4	5
30.	Turistima je u našoj zemlji dosadno	1	2	3	4	5
31.	Ophođenje s turistima me uči toleranciji	1	2	3	4	5
32.	Turisti mi uzrokuju stres	1	2	3	4	5
33.	Uspješna komunikacija s turistima ovisi o znanju stranih jezika	1	2	3	4	5
34.	Volio/la bih kad bi ljetovanje bilo manje turista	1	2	3	4	5
35.	Turisti su zabavni i otkučeni	1	2	3	4	5
36.	Turisti uništavaju tradiciju posjećenog mjesta	1	2	3	4	5

37.	Ako bi mi izvan mjesta stanovanja bio ponuđen posao u turizmu preselio/la bih se	1	2	3	4	5
38.	Iskustva stečena s turistima me duhovno obogaćuju	1	2	3	4	5
39.	Turisti su općenito zadovoljni boravkom u našoj zemlji	1	2	3	4	5
40.	Turisti mi onemogućuju da uživam u ljetu	1	2	3	4	5
41.	Turizam omogućuje stjecanje bliskih prijateljstava.	1	2	3	4	5
42.	Zbog turista su veće cijene	1	2	3	4	5
43.	Mogu puno naučiti od turista o novim kulturama i narodima	1	2	3	4	5
44.	Turisti nanose štetu kulturnim resursima	1	2	3	4	5
45.	Glavna aktivnost turista je plivanje	1	2	3	4	5
46.	Mještani su gostoljubivi	1	2	3	4	5
47.	Turisti su preglasni	1	2	3	4	5
48.	Posao s turistima je lagan	1	2	3	4	5
49.	Turisti ne poštuju mještane	1	2	3	4	5
50.	Turisti se uglavnom nakon prve posjete vraćaju u našu zemlju	1	2	3	4	5
51.	Turisti su škrti	1	2	3	4	5
52.	Zbog turista se organizira više zabavnih sadržaja	1	2	3	4	5
53.	Turisti su previše različiti od nas	1	2	3	4	5
54.	Turisti prije posjete prikupljaju bitne informacije o našoj zemlji	1	2	3	4	5
55.	Izbjegavam turiste što više mogu	1	2	3	4	5

## 11.Sažetak

### *Stavovi učenika prema turistima i njihovo iskustvo u turizmu*

Fenomen turizma predstavlja globalnu društvenu pojavu koja se odražava na društvo u cjelini. U središtu tog fenomena stoji čovjek. Budući da turistički proces uključuje interakciju među ljudima i razmjenu njihovih kulturnih identiteta tijekom slobodnog vremena javlja se interes pedagogije za njegovo izučavanje. Znanje o odgojno obrazovnim dobrobitima turizma i pozitivan stav prema njegovim sudionicima tvore preduvjet za njegovo daljnje razvijanje i eliminiranje negativnih posljedica. S obzirom da mladi čine budućnost našeg društva i sve više pokazuju interes za turističko kretanje, cilj ovog rada se usmjerio na ispitivanje stavova mladih prema turistima i njihovo iskustvo u turizmu. Također se pokušalo utvrditi njihovo zadovoljstvo stečenim iskustvom, način putovanja kao i čestina boravka izvan mjesta stanovanja. U radu je korištena metoda anketnog upitnika na uzorku od 440 učenika koji pohađaju turističko ugostiteljsku školu i gimnaziju u Bjelovaru i Dubrovniku. Rezultati istraživanja su pokazali da učenici u prosjeku izražavaju pozitivne stavove prema turistima te pokazuju želju za upoznavanjem turista i različitih kultura. Također, prema rezultatima ovog istraživanja, pokazala se statistički značajna razlika u stavovima s obzirom na spol, na mjesto stanovanja, na vrstu škole i stupanj obrazovanja oca. Nadalje, ustanovljeno je da učenici najčešće putuju sa svojom obitelji te da veći broj učenika odlazi na putovanja ljeti nego zimi, iako je općenito visok udio učenika koji nikada ili rijetko zimuje odnosno ljetuje. Najveći broj učenika ima iskustva u turizmu kao turist i kao djelatnik u turističkoj djelatnosti.

Ključne riječi: putovanja, slobodno vrijeme, stavovi učenika, turizam

## 12. Summary

### *Students' attitudes towards tourists and their experience in tourism*

Tourism phenomenon is a global social emergence that affects the society as a whole. At the heart of this phenomenon stands a man. Since the process of tourism involves interaction between people and exchange of their cultural identities in their free time, is the interest of pedagogy involved in his studying. Knowledge about the benefits of educational tourism and a positive attitude towards its participants forms a precondition for its further development and the elimination of negative consequences. Given that young people are the future of our society and increasingly showing interest in tourism movement, the goal of this work is focused on the examination of the attitudes of young people towards tourists and their experience in tourism. It was attempted to determine the satisfaction of their experience, methods of travel as well as the frequency of traveling outside their place of residence. The method of questionnaire was used in this work on a sample of 440 students that are attending tourist management and hospitality school as well as gymnasium in Bjelovar and Dubrovnik. The results showed that students express positive attitudes towards tourists and show a desire to learn about different cultures and tourists. Also, according to the results of this study, a statistically significant difference in attitudes was found in relation to gender, place of residence, type of school and level of education of the father. Furthermore, it was found that students usually travel with their family and that more students travel during the summer than in winter, although there is generally a high proportion of students who never or rarely go on winter or summer vacations. The largest number of students have experience in tourism as a tourist and as an employee in the tourism industry.

Keywords: leisure, students' attitudes, tourism, travel