

ZASTUPLJENOST NJEMAČKOG JEZIKA U HRVATSKOM TURIZMU I U DRŽAVNIM ŠKOLAMA NA KVARNERU

KATJA NADINE PASSERI

Sveučilište u Rijeci

Filozofski fakultet u Rijeci

Stručni rad

Professional paper

Abstract

THE REPRESENTATION OF THE GERMAN LANGUAGE IN CROATIAN TOURISM AND PUBLIC SCHOOLS IN THE KVARNER REGION

It is indisputable that the German language is gaining importance when it comes to tourism in Croatia, which increases every year. The figures also show that the greatest number of guests in Croatia are those from German-speaking countries. So, we need to ask ourselves how much importance and attention do we attach to the German language when it comes to tourism? This paper will focus on the data and facts to answer this very question. Namely, although there are many guests from the German-speaking countries in Croatia, schools, institutions, and catering establishments do not contribute enough to learning the German language. This issue is especially evident in coastal areas where, alongside English, Italian is learned as a foreign language. The results of the survey that was conducted will demonstrate the (lack of) representation of the German language as a foreign language, through the example of 15 elementary and 18 high schools in Rijeka and its surrounding areas. These results will partially answer the research question. Moreover, a comparison will be made of the percentages of guests from German-speaking areas in the regions of Rijeka and Opatija and the results of the survey conducted in several hotels in Opatija. Finally, the paper will briefly touch upon the future of the German language in Croatian tourism and present a conclusion.

KEYWORDS: *German language, education, tourism, globalization, foreign languages, Croatia*

Uvod

Pogledamo li pomno gospodarstvo Hrvatske, možemo primijetiti da turizam kao gospodarska grana drastično raste. Hrvatsko primorje i hrvatska unutrašnjost postaju destinacije koje se mogu usporediti s vrhunskim svjetskim odmaralištima. Stoga i kvaliteta ugostiteljskih usluga mora biti na visokom nivou. Pod ugostiteljskim se uslugama konkretno misli na jezik koji igra vrlo važnu ulogu u turizmu s obzirom na to da je on sredstvo komunikacije te ostavlja onaj prvi, najsnažniji dojam kod gosta. Kroz statističke podatke dobit ćemo uvid u ostvarena noćenja gostiju po zemlji podrijetla u 2018. godini te uvidjeti da najveći postotak čine gosti iz zemalja njemačkog govornog područja. Nadalje, kroz provedene ankete u hotelima u Opatiji te u osnovnim i srednjim školama u Rijeci i okolici stvorit ćemo paralelnu usporedbu podataka najvećeg postotka noćenja gostiju po zemlji podrijetla, podataka izraženima u postotcima vezanim za korištenje pojedinih stranih jezika između osoblja hotela i gostiju te postotci nuđenja i učenja njemačkog jezika kao predmeta u pojedinim osnovnim i srednjim školama. Time će se pokazati da njemački jezik igra vrlo značajnu ulogu kada govorimo u okvirima turizma te da se njemačkom jeziku pridodaje premalo važnosti.

Statistički podaci u hrvatskome turizmu

Povijest hrvatskog turizma u brojkama

Da je Hrvatska oduvijek bila vrlo privlačna turistička destinacija stranim gostima, pokazuju raznorazni podatci. Hrvatska turistička zajednica (u nastavku HTZ) daje najbolji uvid u statistiku vezanu za turizam s obzirom na to da ona već godinama unazad pomno prati kretanje gostiju u Hrvatskoj. Iduća tablica, preuzeta sa stranice HTZ-a, prikazuje interval broja noćenja turista od 1980. do 2015. godine.

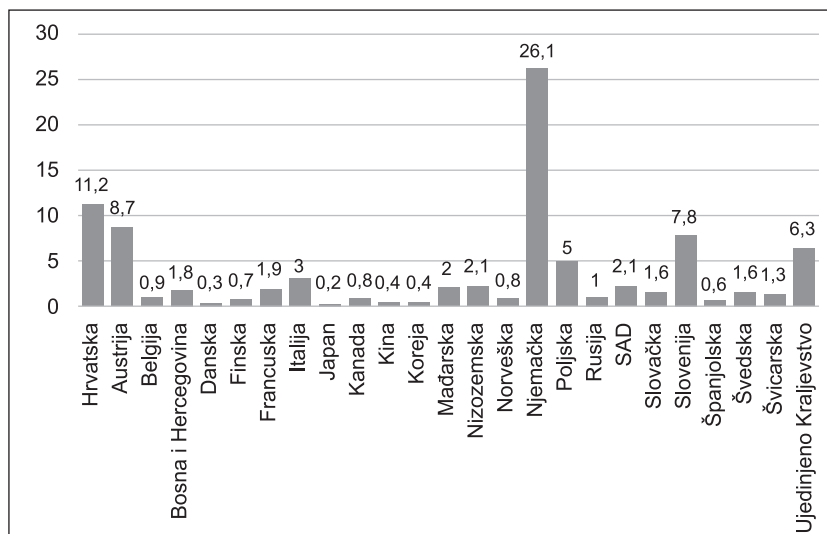
TABLICA 1. Noćenja turista po zemljama podrijetla od 1980. do 2015. godine (Hrvatska turistička zajednica 2018: 26)

Noćenja turista po zemljama podrijetla 1980. - 2015. (u 000)								
	1980.	1985.	1990.	1995.	2000.	2005.	2010.	2015.
Austrija	3.533	4.718	2.975	1.255	3.358	3.756	4.420	5.902
Čehoslovačka	1.654	3.054	1.525	-	-	-	-	
Češka	-	-	-	889	4.734	4.052	4.170	4.812
Francuska	885	1.203	766	3	180	1.920	1.464	1.709
Italija	2.163	4.215	5.365	798	4.526	5.699	4.732	4.800
Mađarska	618	674	571	217	1.418	2.405	1.605	2.266
Nizozemska	1.596	2.249	2.465	234	900	1.910	2.245	2.477
Njemačka	14.333	16.544	11.944	1.915	7.804	11.001	11.476	15.770
Ujedinjena Kraljevina	1.854	3.874	4.522	108	410	1.349	1.173	2.419
Ostali strani	3.489	4.515	3.970	3.096	10.715	13.895	19.707	25.707
Domaći	23.475	26.619	18.474	4.370	5.138	5.434	5.424	5.743
UKUPNO	53.600	67.665	52.523	12.885	39.183	51.421	56.416	71.605

Tablica detaljno prikazuje pad i rast dolaska gostiju po zemlji podrijetla, pa tako imamo, primjerice, Nizozemsku čije brojke drastično padaju pa se ponovo uzdižu. Pogledamo li 1995. godinu koja prikazuje najslabije rezultate, možemo zaključiti da je svakako Domovinski rat bio ključan faktor koji je zaslužan za takav drastičan pad. Međutim, fokusiramo li se na pojedine zemlje, primjećujemo da Austrija i Njemačka čine ogroman postotak stranih gostiju još od 1980. godine. Isto tako, važan faktor za tako velike brojke čine i naši iseljenici koji su doselili u ove dvije zemlje te se u vrijeme sezone vraćaju na ljetovanje ili u posjet rodbini. Da se to neće nimalo promijeniti, pokazat će i podatci u nastavku. Ono što je ovdje zanimljivo istaknuti jesu podatci koji pokazuju da susjedne zemlje čine dosta nizak postotak stranih gostiju u hrvatskom turizmu, usporedimo li to sa Austrijom i Njemačkom. Nadalje, broj domaćih gostiju vrlo drastično opada od 1980. godine kada je broj domaćih gostiju 23 475, dok se brojka nakon Domovinskog rata kreće tek oko 5 000 gostiju. No, kasniji podatci pokazat će da se brojka domaćih gostiju povećava što je hvalevrijedno.

Aktualni podatci i postotci u hrvatskom turizmu

Idući podatci i brojke dat će najbolji uvid u drastičan rast gostiju, bilo stranih bilo domaćih. Izložen grafikon prikazuje ostvarena noćenja gostiju po zemlji podrijetla i to samo u mjesecu rujnu u 2018. godini kada se uglavnom ostvaruju najveće brojke noćenja tijekom cjelogodišnje sezone:



GRAFIKON 1. Podatci o turističkom prometu po zemlji podrijetla gosta, izraženi u postotcima za rujna 2018. (Hrvatska turistička zajednica 2018: 6)

Promatrajući ovaj grafikon možemo uočiti da se Njemačka zaista upadljivo ističe u usporedbi s drugim zemljama. Ona se, sa svojih 26,1 %, čvrsto nalazi na prvom mjestu, dok se iza nje na drugom mjestu sa 11,2 % nalazi Hrvatska (domaći gosti). Zatim slijedi Austrija sa 8,7 %.

Prethodna tablica pokazala je vrlo nizak broj domaćih gostiju, no ono se drastično povećalo te sada domaći gosti čine drugu najbrojniju skupinu. Prelazimo li na strane goste i usporedimo li ovaj grafikon s prethodnom tablicom, primjećujemo da Njemačka i Austrija i dalje čine vrlo visok postotak stranih gostiju u našoj zemlji. One se u velikoj mjeri razlikuju od ostalih zemalja gdje se postotci kreću od 1 do 5 %, s time da Slovenija također drži dobar postotak, 7,8 %. Ovi smo utvrdili pretpostavke i riješili nedoumice koje se vežu za strane goste, a to je da su gosti iz zemalja njemačkog govornog područja najmnogobrojnija

skupina stranih gostiju što posljedično za sebe veže i korištenje stranih jezika, u ovom slučaju njemačkoga. No, prije nego što se fokusiramo na jezik, obratimo pažnju na iduću tablicu koja nam daje uvid u brojke noćenja turista po hrvatskim županijama. Ovi podatci pokazuju da se najveća noćenja ostvaruju na priobalju gdje sve priobalne županije zauzimaju prva mjesta:

TABLICA 2. Noćenja turista po županijama u rujnu 2018. godine (Hrvatska turistička zajednica 2018: 7)

	Dolasci	Noćenja
Istra	522.44	3.484.763
Splitsko-dalmatinska	464.499	2.417.509
Kvarner	339.935	2.136.185
Zadarska	178.912	1.496.483
Dubrovačko-neretvanska	292.283	1.188.286
Šibensko-kninska	114.554	770.262
Ličko-senjska	83.776	278.417
Grad Zagreb	152.289	257.170
Karlovačka	45.507	71.331
Krapinsko-zagorska	13.968	27.311
Zagrebačka	15.789	26.039
Osječko-baranjska	11.151	21.332
Varaždinska	7.547	15.378
Vukovarsko-srijemska	9.240	14.686
Međimurska	6.315	13.475
Sisačko-moslavačka	4.176	11.170
Bjelovarsko-bilogorska	2.544	8.321
Brodsko-posavska	3.566	6.163
Koprivničko-križevačka	2.611	5.119
Požeško-slavonska	1.989	4.069
Virovitičko-podravska	1.451	3.410

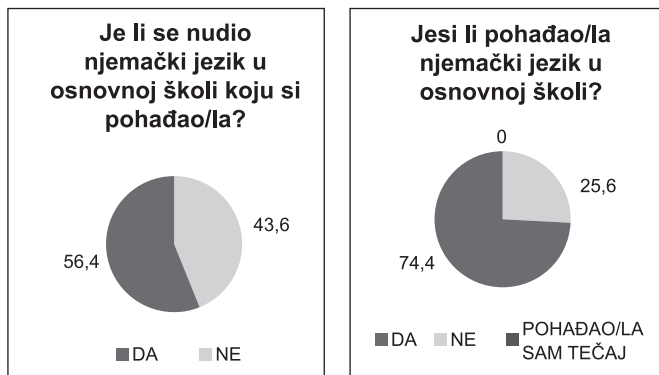
Kada govorimo o hrvatskoj obali, ne možemo ne primijetiti utjecaj talijanskog jezika na govor lokalnog stanovništva koje se proteže od Istre pa sve do Dubrovnika, a čija se povijest veže za Rimsko Carstvo, Mlečane i kasnije Talijane. U Istri je i danas snažno prisutan talijanski jezik u svakodnevnom govoru, što nam dokazuje i tzv. istrovenetski ili istromletački govor (Filipi, Brušić Giudici 2012), upravo zbog velikog utjecaja povijesnih osvajanja koja sežu od antike pa sve do suvremene povijesti kada zbog poteškoća vezanih uz veliku prisutnost talijanskog jezika u Istri u vrijeme Jugoslavije dolazi do masovnog gašenja talijanskih škola i želje za odbacivanjem i neprižnavanjem talijanske manjine (D'Alessio 2017). Uzmemo li i u obzir dijalekte koji se govore na ostalim područjima uz obalu, primjećujemo veliki broj posuđenica iz talijanskog jezika (Turk 1998: 208). Najizraženije korištenje tih posuđenica nalazimo upravo u Istri i na Kvarneru. Iz toga možemo zaključiti kako trgovačke veze, migracije, promjena političke vlasti i mnogo drugih faktora iz povijesti utječu na jezik stanovništva određene države ili pokrajine. No zašto spominjemo ovo? Učenje stranog jezika u većini slučajeva proizlazi iz škole, međutim učenje talijanskog jezika kao stranog jezika u školama vrlo je dominantan i slijedi odmah nakon engleskog jezika što će nam pokazati rezultati u idućem poglavlju. Stoga nas ne čudi da je na priobalju vrlo slaba potreba i motivacija za učenjem njemačkog jezika što će nam potvrditi pojedini rezultati provedenih anketa u nastavku rada.

Statistički podaci zastupljenosti njemačkog jezika u osnovnim i srednjim školama Primorsko-goranske županije

Osnovne škole

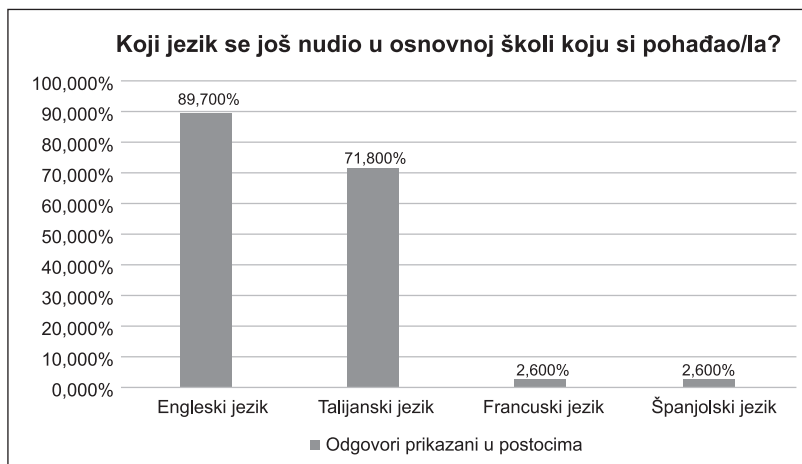
Ovaj rad se, nažalost, neće baviti cijelom hrvatskom obalom, već će se fokusirati na područje Kvarnera, koje se nalazi na trećem mjestu po ostvarenim noćenjima. Kako bi se prikazala (ne)prisutnost njemačkog jezika u osnovnim i srednjim školama, provedena je anonimna online anketa u kojoj su učenici ukratko odgovarali na nekoliko pitanja. Prikupljanjem rezultata iz provedene online ankete, dobiven je uvid (ne)prisutnosti i (ne)pohađanja njemačkog jezika kao predmeta u 15 osnovnih i 18 srednjih škola na području Rijeke, Opatije i okolice. Postavljena pitanja su jednaka za osnovnu i za srednju školu

a ona su sljedeća: *Je li se nudio njemački jezik u osnovnoj/srednjoj školi koju si pohađao/la? Jesi li pohađao/la njemački jeziku osnovnoj/srednjoj školi? i Koji jezik se još nudio u osnovnoj/srednjoj školi koju si pohađao/la?* Rezultati za osnovnu školu su prikazani na idućim grafikonima:



GRAFIKON 2. I 3.
Prikaz rezultata prisutnosti i pohađanja njemačkog jezika kao predmeta u osnovnim školama.

Rezultati pokazuju da se u pojedinim osnovnim školama nudio njemački jezik kao predmet, bilo kao glavni ili izborni. Međutim, bez obzira na mogućnost pohađanja sata njemačkog jezika i učenje istoga, 74,4% ispitanika ipak nije odlazilo na sate njemačkog jezika. S druge strane, idući grafikon prikazuje koji strani jezici su se još nudili u osnovnoj školi koju su pohađali:

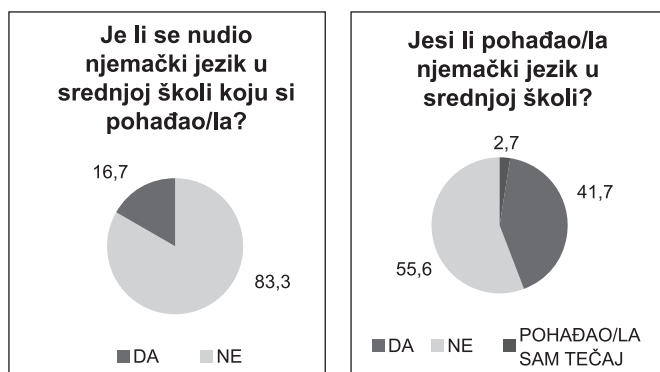


GRAFIKON 4. Prikaz rezultata ostalih ponuđenih stranih jezika kao predmeta u osnovnim školama

Ono što je bilo i za očekivati je visok rezultat engleskog jezika nakon kojeg slijedi talijanski jezik. Kao odgovor postojala je i opcija *drugo* gdje su ispitanici samostalno mogli dodati jezik koji se nudio, pa tako u manjoj mjeri imamo španjolski ili francuski jezik.

Srednje škole

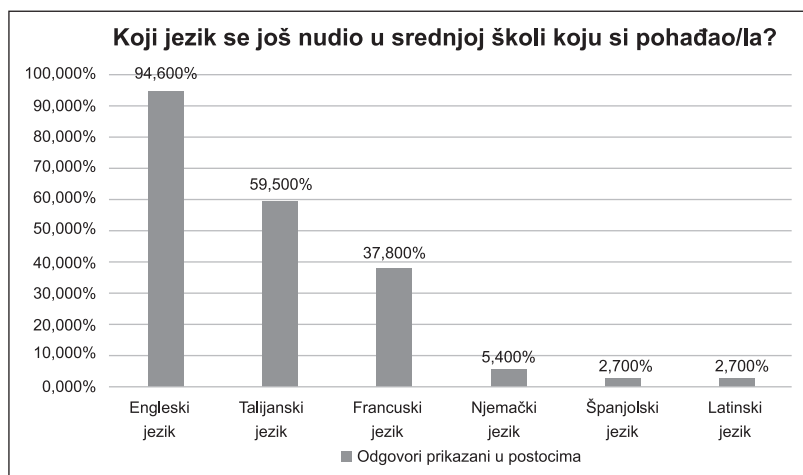
Da situacija u srednjoj školi nije nimalo drugačija, pokazat će idući rezultati koji su ispitali (ne)prisutnost njemačkog jezika u srednjim školama. Postavljena su ista pitanja kao i za osnovnu školu i rezultati su sljedeći:



GRAFIKON 5. I 6.
Prikaz rezultata prisutnosti i pohađanja njemačkog jezika kao predmeta u srednjim školama

Grafikon 5 i 6 potvrđuju učenikovu nezainteresiranost za njemački jezik. Naime, na lijevom grafikonu rezultat prisutnosti njemačkog jezika kao predmeta u srednjim školama izrazito je visok, no desni grafikon prikazuje nepohađanje istoga. Pogledamo li idući grafikon, vidimo ponovnu dominantnost engleskog jezika iza kojeg slijedi talijanski, a zatim francuski jezik.

Iz ovoga se može zaključiti da je engleski kao svjetski jezik najpopularniji i, uglavnom, uvijek prvi ponuđeni strani jezik u osnovnim i srednjim školama. Zbog već pojašnjene prisutnosti talijanizma i talijanskog jezika na kvarnerskom području, talijanski se jezik nalazi neposredno nakon engleskog i uglavnom se nudi kao drugi strani jezik ili kao izborni. U osnovnim je školama talijanski taj koji se nudi kao izborni predmet i koji učenici prije pohađaju nego njemački jezik, ako se on nudi. U srednjoj školi postoji u većini slučajeva „fiksna“ struktura ponuđenih jezika, gdje se engleski uči kao prvi strani jezik, talijanski kao drugi, a treći jezik postaje njemački, francuski ili neki



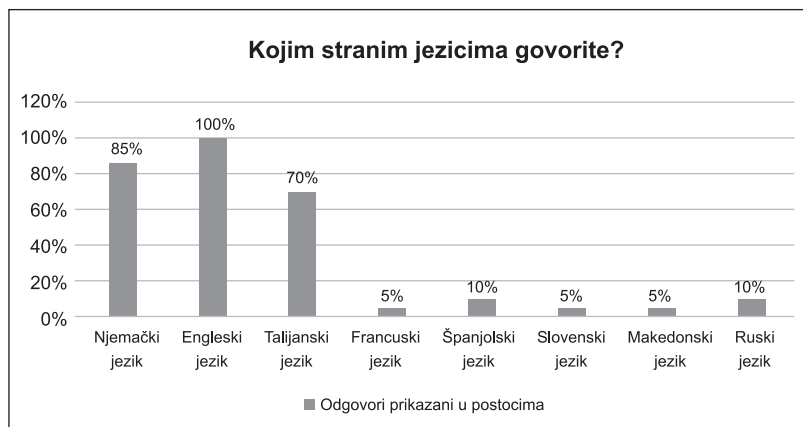
GRAFIKON 7. Prikaz rezultata ostalih ponuđenih stranih jezika kao predmeta u srednjim školama

drugi poput španjolskog jezika. U strukovnim se školama, vezanim za turizam poput Hotelijersko-turističke škole i Ugostiteljske škole u Opatiji, ali i u jezičnim gimnazijama, nudi mogućnost svojevolsnog biranja prvog, drugog i trećeg jezika, ali uz predočenje određene dokumentacije koja potvrđuje poznavanje jezika pojedinca na određenom nivou ako se neki drugi jezik, umjesto engleskog, želi odabrati kao prvi strani jezik. Međutim, usprkos tome, spomenuta „fiksna“ struktura ponuđenih jezika i dalje je vrlo prisutna zato što engleski jezik uvelike dominira na svjetskom tržištu ne samo u poslovnom okviru nego i u okviru svakodnevne komunikacije. Stoga je motivacija učenja njemačkog jezika vrlo niska te je upitno je li uopće prisutna. Talijanski jezik je, s druge strane, učen još u osnovnoj školi te je logičan slijed da ga se nastavi učiti i u srednjoj školi. No postoji li potreba za učenjem njemačkog jezika? Je li dovoljno poznavati samo engleski i talijanski jezik kada govorimo o turizmu? Pridodaju li osnovne, pogotovo srednje strukovne škole vezane za turizam i ugostiteljstvo, dovoljno pažnje i važnosti njemačkom jeziku? Iduće poglavlje dat će uvid u svakodnevni rad hotela u Opatiji i okolici te će pokušati dati odgovore na ova pitanja.

Provedena anketa pod naslovom „Važnost njemačkog jezika u hrvatskome turizmu“

Iduća anketa provedena je sa svrhom da odgovori na sva prijašnja postavljena pitanja te da potvrdi važnost poznavanja njemačkog jezika u turizmu. Anonimnim kratkim upitnikom ispitano je ukupno devet hotela u Opatiji čiji su zaposlenici odgovorili na iduća pitanja: *Kojim se poslom bavite?*, *Imate li izravan kontakt s gostima?*, zatim *Kojim stranim jezicima govorite?*, *Koliko dobro, po Vama, poznajete jezike kojim govorite?*, *Koji jezik je, po Vama, najdominantniji u komunikaciji između Vas i gosta?* Ispitanici su bili recepcionisti (koji su činili 60 % svih ispitanika), konobari (25 %), šefovi recepcije (10 %) i jedan *Bell captain*. Budući da se željela ispitati prisutnost i korištenje stranih jezika u hotelima, izabrani su ispitanici koji imaju izravan kontakt sa stranim gostima.

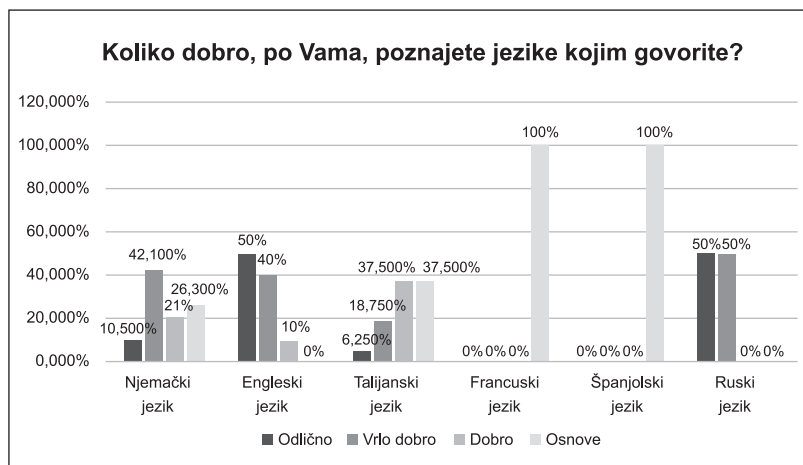
Iduća dva pitanja odnose se na samog zaposlenika i njegovo poznavanje određenog stranog jezika. Na pitanje kojim stranim jezicima govore, odgovorili su sljedeće:



GRAFIKON 8. Rezultati pitanja *Kojim stranim jezicima govorite?* u postocima

Uz glavne jezike poput njemačkoga, engleskoga i talijanskoga, ponuđena je opcija *drugo* gdje su ispitanici ankete mogli zabilježiti svoje odgovore. Tu možemo naći francuski (5 %), španjolski (10 %), slovenski (5 %), makedonski (5 %) i ruski jezik (10 %). Osim očekivanog visokog rezultata za engleski, vrlo

iznenađujući rezultati vezuju se za njemački jezik koji drži drugo mjesto, s visokih 85 %. Nadalje, u idućem se pitanju ispituje razina poznavanja pojedinog navedenog jezika vlastitom procjenom:



GRAFIKON 9. Rezultati pitanja *Koliko dobro, po Vama, poznajete jezike kojim govorite?* u postotcima

Ono što je problematično kod ovog pitanja, a okolnosti nisu dopuštale drukčiju opciju, jest samoevaluacija vezana za poznavanje određenog jezika. Ponuđene su, dakle, opcije *odlično*, *vrlo dobro*, *dobro* i *osnove*. Fokusiramo li se trenutno na njemački jezik koji je središte ovog rada, primjećujemo da dominira opcija *vrlo dobro*. Međutim, svaka osoba individualno percipira ove odgovore te individualno procjenjuje svoje, odnosno tuđe poznavanje nekog jezika (u ovom slučaju njemačkog). Što to konkretno znači? Budući da nije bilo moguće ispitati njihovo poznavanje stranog jezika kvalitetnom, za to predviđenom procedurom, ne možemo se u potpunosti osloniti na njihove odgovore. Znači li to da osoba zaista govori njemačkim jezikom vrlo dobro, na nekoj B2 razini po europskim standardima? Ili govori vrlo dobro uspoređujući se s ostalim kolegama? Upravo je to razlog kompleksnosti ovog pitanja, a još više odgovora. Kada govorimo o odličnom poznavanju nekog jezika, pomislimo na visoku C1/C2 razinu europskog referentnog okvira za strane jezike koji opširno propisuje određene aspekte poznavanja pojedinih elemenata stranog jezika u govoru, čitanju, slušanju i pisanju. No, izostavimo li ovaj problem, možemo primijetiti da

su rezultati za njemački jezik zadovoljavajući. Ono što anketa Nevenke Blažević i Brigitte Bosnar Valković (2002: 153) sadrži, a od velike je važnosti, jest izvor učenja jezika gdje su ponuđene opcije *škola, posao, tečaj, privatno* i *inozemstvo*. Rezultati njihove ankete pokazuju da je čak 80 % ispitanika njemački jezik učilo u školi.

Vratimo li se na prijašnju anketu koja ispituje zastupljenost njemačkog jezika kao predmeta u školama i njegovo pohađanje i analizirajući odgovore povezivanjem srednje škole s (ne)pohađanjem spomenutog predmeta, da se primijetiti da su osobe, koje su potvrdno odgovorile na pitanje jesu li pohađale njemački jezik u srednjoj školi, pohađale Hotelijsko-turističku i Ugoštiteljsku školu u Opatiji ili, u manjoj mjeri, gimnaziju. U ostalim srednjim školama uglavnom se nije odlazilo na njemački jezik. Iz toga se da zaključiti da se u školama vezanim za ugostiteljstvo i turizam u velikoj većini odlazi na njemački jezik zbog svjesnosti potrebe njegova poznavanja. Stoga se može pretpostaviti da je i u ovom slučaju škola jedan od glavnih izvora učenja njemačkoga kao stranog jezika.

U nastavku ankete preispituje se komunikacija osoblja s gostom. Odabrani su djelatnici koji imaju izvorni kontakt s gostima zato što je cilj ove ankete bio dokazati da je njemački jezik od velike važnosti kada govorimo o komunikaciji između djelatnika hotela i gosta. Iduće pitanje također je individualnog karaktera i bazira se na osobnom mišljenju o tome koji je jezik najzastupljeniji, odnosno najkorišteniji u komunikaciji sa stranim gostima.



GRAFIKON 10. Rezultati pitanja *Koji jezik je, po Vama, najdominantniji u komunikaciji između Vas i gosta?* u postotcima

Po rezultatima je vidljivo da njemački jezik zauzima prvo mjesto s visokih 70 % što je s jedne strane izuzetno iznenađujuće, no prisjetimo li se tko čini većinu stranih gostiju u našoj zemlji, nije neočekivano. Da ova anketa zadovoljava naša očekivanja i odgovara na prijašnja postavljena pitanja, potvrđuje upravo ovaj posljednji grafikon. Konačno, njemački jezik zaista je najkorišteniji strani jezik u komunikaciji između gosta i djelatnika hotela. Stoga je neupitno trebamo li se posvetiti poboljšanju kvalitete podučavanja njemačkog jezika i ponuditi djelatnicima mogućnost dodatnog poboljšanja kroz tečajeve ili slično. Želimo li stvoriti kvalitetnu komunikaciju između gosta i djelatnika, trebamo ulagati i u samog djelatnika. Prvi dojam hotela ostavlja najjači trag, a on se steže prvenstveno na recepciji jezikom i ljubaznošću osoblja.

Zaključak

Zahvaljujući svježim statističkim podacima koje je objavila Hrvatska turistička zajednica na svojoj stranici, dobili smo jasan uvid u kretanje stranih i domaćih gostiju u rujnu 2018. godine unutar naše zemlje. Isto tako, podatci pokazuju da gosti iz zemalja njemačkog govornog područja čine najveći broj stranih gostiju unutar Hrvatske (Njemačka 26,1 % i Austrija 8,7 %). Nadalje, provedena anketa, čiji je cilj bio prikazati (ne)prisutnost i (ne)pohađanje njemačkog jezika kao predmeta u školama, potvrđuje razmišljanje da je dovoljno poznavati engleski jezik kako bi komunikacija s gostima bila uspješna. Talijanski jezik, koji je dominantan na drugom mjestu, postaje samo logičan slijed nastavljanja njegova učenja nakon osnovne škole. No, jedan od ciljeva ovoga rada jest razbiti upravo te predrasude te pokazati činjenicu da je za hrvatski turizam bitan njemački jezik, bitniji od talijanskoga (pogledamo li grafikon 10) koji je daleko prisutniji u osnovnim i srednjim školama na priobalju (grafikon 4 i 7). Grafikon pod brojem 10 jasno prikazuje veliku potrebu za poznavanjem njemačkog jezika i upravo posljednja anketa odgovara na sva postavljena pitanja: pokazalo se i dokazalo da je njemački jezik uvelike prisutan u hrvatskom turizmu te da je, što se tiče opatijskog područja, najkorišteniji u komunikaciji između hotelskog osoblja i samog gosta što je sasvim logično i razumno s obzirom na to da najveći postotak stranih gostiju čine upravo gosti iz zemalja njemačkog govornog područja. Ovim radom i ovim

jasnim podacima želi se motivirati učenike srednjih turističkih i ugostiteljskih strukovnih škola te gimnazija na učenje njemačkoga kao stranog jezika s obzirom na to da su grafikoni 5 i 6 prikazali prisutnost njemačkog jezika u školi, no slab odaziv učenika. Kako bismo kvalitetno pripremili učenike za rad u turizmu, dovoljno je pohađanje njemačkog jezika i kao drugog stranog jezika uz intenzivniji fokus na kvalitetu komunikacije između djelatnika (u ovom slučaju učenika) i gosta te na potreban vokabular. Gledano iz nastavno-metodičke perspektive, učenici će učiti i pamtiti ono što im zaista treba u budućnosti, stoga bi zadatak odgojno-obrazovnih ustanova trebao biti da se fokusiraju na bitne sadržaje poput učenja, razvijanja i prakticiranja spomenutog dijaloga između djelatnika i gosta koristeći za to primjerenu terminologiju uz smanjivanje nepotrebnih sadržaja u udžbenicima, kao i u nastavnom planu i programu, kako bi se učenicima i nastavnicima olakšao spomenuti fokus na relevantne točke sadržaja, a učenicima omogućio lakši pristup učenju stranog jezika. Uz sve spomenute faktore, učenicima treba što češće pružiti mogućnost da se tim stečenim znanjem koriste i u praktičnom dijelu, usmenim i pismenim izražavanjem pomoću inscenacije realne situacije, kako bi efekt stjecanja znanja bio što uspješniji.

LITERATURA

- BAN, Ivo, Vesna BORKOVIĆ-VRTIPRAH (1997). Položaj Hrvatske na europskom turističkom tržištu. *Tourism and hospitality management* 2: 209–224.
- BLAŽEVIĆ, Nevenka (2001). Mehrsprachigkeit im Tourismus. *Tourism and hospitality management* 1–2: 37–45.
- BLAŽEVIĆ, Nevenka, Brigita BOSNAR VALKOVIĆ (2002). Die Bedeutung der Deutschkenntnisse im kroatischen Tourismus. *Tourism and hospitality management* 1–2: 149–158.
- D’ALESSIO, Vanni (2017). Politika obrazovanja i nacionalno pitanje u socijalističkoj Jugoslaviji: škole s talijanskim nastavnim jezikom u Istri i Rijeci. *Časopis za suvremenu povijest* 2: 219–271.
- DUKOVSKI, Darko (2005). *Povijest srednje i jugoistočne Europe 19. i 20. stoljeća*. Zagreb: Alineja.

- FILIP, Goran, Barbara BRUŠIĆ GIUDICI, Irene PRIBAZ (2012). *Istromletački lingvistički atlas: kazala (ImLAK)*. Zagreb: Dominović d.o.o.
- TURK, Marija (1998). Semantičke posuđenice u hrvatskome jeziku. *Croatica: časopis za hrvatski jezik, književnost i kulturu* 45–46: 203–213.

OSTALI IZVORI

- Hrvatska turistička zajednica. *Informacija o statističkim pokazateljima turističkog prometa – rujan 2018*. Hrvatska turistička zajednica.
https://htz.hr/sites/default/files/2018-10/Informacija%20o%20statističkim%20pokazateljima%20-%20rujan%202018_0.pdf (9. listopada 2018.)

Sažetak

Neosporno je da njemački jezik dobiva na važnosti kada je riječ o turizmu u Hrvatskoj koji svake godine sve više raste. Isto tako, brojke pokazuju da najveći broj gostiju u Hrvatskoj čine gosti iz zemalja njemačkog govornog područja. Stoga se trebamo pitati sljedeće: koliko mi uistinu pridajemo važnosti i pažnje njemačkom jeziku kada govorimo o turizmu? Ovaj rad fokusirat će se na podatke i činjenice koje će pokušati odgovoriti upravo na ovo pitanje. Naime, iako je u Hrvatskoj zastupljenost njemačkih gostiju najviša, škole, institucije i ugostiteljski objekti ne pridonose dovoljno učenju njemačkoga jezika, pogotovo u priobalju gdje je uglavnom, uz engleski, najzastupljeniji talijanski kada je riječ o učenju stranih jezika. Provedena anketa pokazuje na primjeru 15 osnovnih i 18 srednjih škola u Rijeci i okolici (ne)zastupljenost njemačkoga kao stranog jezika. To će se prikazati kako bi se djelomično odgovorilo na istraživačko pitanje te će se napraviti usporedba s postotcima odsjelih gostiju iz njemačkih govornih područja na području Rijeke i Opatije te s rezultatima ankete koja je provedena u nekoliko hotela na području Opatije. Konačno, kratko će se dotaknuti i budućnost njemačkog jezika u hrvatskom turizmu te će biti iznesenavizija rješenja problema nepohađanja njemačkog jezika u strukovnim školama i gimnazijama.

KLJUČNE RIJEČI: njemački jezik, školstvo, turizam, globalizacija, strani jezici, Hrvatska

Tisak
Tiskara Denona d.o.o.

Naklada
50 primjeraka