



PRIJEDLOG SMJERNICA U RAZVOJU JAVNIH POLITIKA

smjernica 1

**Uspostava novih veza i suradnje među mladima u domovini i
dijaspori: *cirkulacija mozgova***

**HUMANITARNA UDRUGA
FRA MLADEN HRKAĆ**

Zagreb, srpanj 2023.

Uvod

Humanitarna udruga „fra Mladen Hrkać“ provodi projekt ZA-JEDNO.HR – zaJEDNO srce, jedna duša, jedna HRVATSKA (br. ugovora UP.04.2.1.06.0051), koji sufinancira Europska unija iz Europskog socijalnog fonda (ESF), u okviru Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020. Projekt razvija tematsku mrežu „ZA-JEDNO.HR“ koja dionike okuplja oko tematskog područja *Iseljništvo kao pokretač razvoja u RH*. Kroz projekt se organizacije civilnoga društva iz Hrvatske i iz iseljništva osnažuju za ravnopravan dijalog s donositeljima politika na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini, gospodarskim sektorom i znanstveno-obrazovnim institucijama. Projekt potiče znanstvenoistraživački rad i međusektorsku suradnju koji poticajno djeluju na doprinos hrvatskog iseljništva društveno-ekonomskom razvoju u Republici Hrvatskoj.

Dio aktivnosti navedenog projekta je i projektni element 4. - Izrada smjernica za razvoj javnih politika utemeljenih na dokazima. *Policy* cilj je bio – **osigurati i unaprijediti uvjete za povratak pripadnika druge i treće generacije dijaspore u Hrvatsku i(li) iskoristiti njihov potencijal za gospodarski, društveni i kulturni razvoj Hrvatske.**

U sklopu dionice, tijekom lipanja i srpnja 2023. održane su tri debatne radionice sa minimalno 16 predstavnika organizacija hrvatskih iseljenika iz cijeloga svijeta. Cilj radionica je bio definirati minimalno 6 smjernica za unapređenje i razvoj novih javnih politika usmjerenih na hrvatsko iseljništvo na temelju provedenih znanstvenih istraživanja.

Tema debatne radionice 1. bila je analiza postojećih *policy* dokumenata i potreba hrvatskih iseljenika s posebnim naglaskom na mlade.

Naime, kako bi se definirala prioritetna područja izrade novih javnih politika, na prvoj debatnoj radionici bio je cilj analizirati i raspraviti postojeće *policy* dokumente, kao što su Zakon o odnosima Republike Hrvatske s Hrvatima izvan Republike Hrvatske te Nacionalni plan razvoja odnosa Republike Hrvatske s Hrvatima izvan Republike Hrvatske do 2027. kako bi se utvrdile mogućnosti unapređenja javnih politika te otkrile potrebe i područja koja nisu dovoljno pokrivena. Također su raspravljani rezultati provedenih istraživanja među hrvatskim iseljenicima kako se otkrile potrebe i mogućnosti u definiranju novih javnih politika. Sudionici debate su se složili kako ne postoji dovoljno javnih politika usmjerenih prema mladima u hrvatskom iseljstvu (u prvom redu prema potomcima hrvatskih iseljenika, a potom mladima koji su se iselili protekla dva

desetljeća). Također su ukazali na njihovu zainteresiranost za zbivanja u domovini i razinu ponosa na svoj identitet – s jedne strane, te globaliziranost, mobilnost i spremnost na nove prilike i mogućnosti u pogledu posla, preseljena i sl. – s druge, što predstavlja dobre temelje za razvijanje novih odnosa, projekata, jačanja motivacije za povratak i useljavanje, poslovanje s Hrvatskom, lobiranje za njezine interese i promociju. U tom kontekstu ključni zaključak je bio kako bi nove javne politike trebale biti fokusirane na mlade.

Temeljem prve debatne radionice napravljen je prijedlog smjernica za izradu javnih politika za jačanje odnosa domovinske i iseljene Hrvatske, te stimuliranje povratka i useljavanja pripadnika dijaspore u Hrvatsku te su kroz javnu raspravu vrednovane. Također je ukazano na postojeće prepreke u njihovu ostvarenju i ograničenja, ali i dodatne mogućnosti povezivanja s postojećim projektima, inicijativama i sl.

Ukupno je raspravljeno osam smjernica, odnosno područja. Kroz finalnu raspravu (zbog preklapanja pojedinih inicijativa) sistematizirano je njih šest. To su sljedeće inicijative: Cirkuliranje mozгова (Projektna suradnja organizacija mladih i za mlade u Hrvatskoj i hrvatskih iseljeničkih zajednica / Uspostava i razvoj programa mentorstva); Osiguranje uvjeta za podršku poduzetništvu mladih povratnika i useljenika; Osnaživanje integracije iskustva povratnika u studentski život u RH; Iskorištavanje potencijala društvenih mreža za brendiranje Hrvatske kao pull faktora za privlačenje mladih; Korištenje potencijala umjetnosti za privlačenje i integraciju mladih iseljenika u Hrvatsku te Organiziranje zajedničkih sportskih aktivnosti i susreta mladih Hrvata iz cijelog svijeta.

U trećoj debatnoj radionici, raspravljene su predložene smjernice s različitih aspekata, a prvenstveno s razine njihovih učinaka, izvedivosti, opravdanosti, prihvatljivosti među ciljnim javnostima te društvenog utjecaja. Svi su sudionici radionice pozitivno predložili iznesene smjernice te posebno naglasili važnost angažmana i uključivanja lokalnog stanovništva u njihovu provedbu, smanjenje birokracije i administracije u njihovoj izvedbi te nužnosti digitalizacije pojedinih procesa.

Koordinator provedbe ovog projektnog zadatka bio je prof.dr.sc. Božo Skoko, redoviti profesor na Odsjeku za strateško komuniciranje Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu. A u ovom dokumentu prezentiramo smjernicu br. 1. - *Uspostava novih veza i suradnje među mladima u domovini i dijaspori: cirkulacija mozgov.*

Istraživanja na kojima su temeljene smjernice

U okviru projekta tematske mreže „ZA-JEDNO.HR – zaJEDNO srce, jedna duša, jedna HRVATSKA“ proveden je niz istraživanja, odnosno istraživačkih dionica, čije smo rezultate koristili za izradu prijedloga smjernica. Najrelevantnije istraživanje za smjernicu kojom se bavi ovaj dokument, bilo je ono u sklopu dionice "Promocija gospodarskih interesa i kulturnog identiteta Republike Hrvatske u svijetu putem umreženog djelovanja hrvatskih iseljeničkih zajednica i udruga", koje je – među ostalim – imalo za cilj istražiti trendove i prakse u djelovanju iseljeničkih organizacija država s uspješnim praksama iseljeničkog organiziranja i djelovanja; istražiti i analizirati ulogu i utjecaj globalizacije i razvoja informacijskih i komunikacijskih tehnologija na djelovanje organizacija civilnog društva u interkulturalnom okruženju; analizirati komunikacijski i promotivni potencijal hrvatskih iseljeničkih organizacija u smislu promocije Hrvatske u svijetu, njezinih gospodarskih i političkih interesa te identiteta; upoznati se s problemima i izazovima s kojima se susreću organizacije civilnog društva u svome djelovanju u iseljeništvu, te u odnosima s domovinskim institucijama i organizacijama civilnog društva te analizirati mogućnosti jačanja suradnje između organizacija civilnog društva u hrvatskom iseljeništvu te između iseljeničkih organizacija i domovinskih institucija.

U prvoj fazi tog istraživanja (proljeće 2021.) provedeno je anketno istraživanje među Hrvatima koji žive u inozemstvu, na uzorku od 1.600 ispitanika. Anketnim istraživanjem su obuhvaćeni hrvatski iseljenici i njihovi potomci u SAD-u, Kanadi, Australiji i Novom Zelandu, Njemačkoj, Austriji, Švicarskoj, Skandinaviji te Južnoj Americi, a kako bi se utvrdila razina povezanosti s domovinom, percepcija Hrvatske i njezinih potencijala, načini angažmana u dosadašnjem radu za Hrvatsku te razina spremnosti za nove promotivne, gospodarske i lobističke iskorake...

Anketno istraživanje je provedeno u razdoblju od 8. ožujka do 30. travnja 2021. godine.

Preliminarni rezultati anketnog istraživanja prvi put u javnosti su predstavljani na konferenciji „Iseljeništvu i domovina“ u Mariji Bistrici, 11. i 12. lipnja 2021. na panelu/okruglom stolu „Projekt ZA-JEDNO.hr: Hrvatski iseljenici kao promotori Hrvatske“. Ključni nalazi istraživanja objavljeni su u radu: Skoko, B.; Ježovita, J.; Plenković, M. (2022.): Imidž Hrvatske iz perspektive hrvatskih iseljenika i njihovih potomaka u različitim dijelovima svijeta, Kroatologija, Vol. 13. br. 1., str. 167 – 187. te su predstavljani na Iseljeničkom kongresu 2022. u Mostaru kroz izlaganje „Biti Hrvat u

globaliziranom svijetu – poimanje hrvatskog identiteta među iseljenicima u Europi, Sjevernoj i Južnoj Americi te Australiji (Skoko, B.; Ježovita, J.; Plenković, M.).

Ono što je ključno za prijedlog ove smjernice jest nalaz istraživanja, odnosno ovog izlaganja, kako je hrvatskim iseljenicima i njihovim potomcima iznimno stalo do domovine, odnosno da imaju pozitivan osjećaj prema Hrvatskoj i njezinim ostvarenjima. Na temelju rezultata istraživanja navedeni su sljedeći zaključci:

- (1) većina hrvatskih iseljenika Hrvatsku percipira kao domovinu svojih predaka, a odrednicu „biti Hrvat“ promatra kao važan dio svojeg identiteta;
- (2) većina hrvatskih iseljenika smatra svoje hrvatsko podrijetlo, kao i svoje hrvatsko državljanstvo, osobno izrazito važnim;
- (3) većina hrvatskih iseljenika osjeća ponos zbog napretka Hrvatske, ali istodobno ne iskazuje zadovoljstvo njezinim međunarodnim ugledom;
- (4) suprotno očekivanom, nije potvrđena značajna uloga pozitivnog vrednovanja hrvatskog podrijetla i državljanstva u iskazivanju ponosa zbog napretka Hrvatske i zadovoljstva njezinim međunarodnim ugledom.

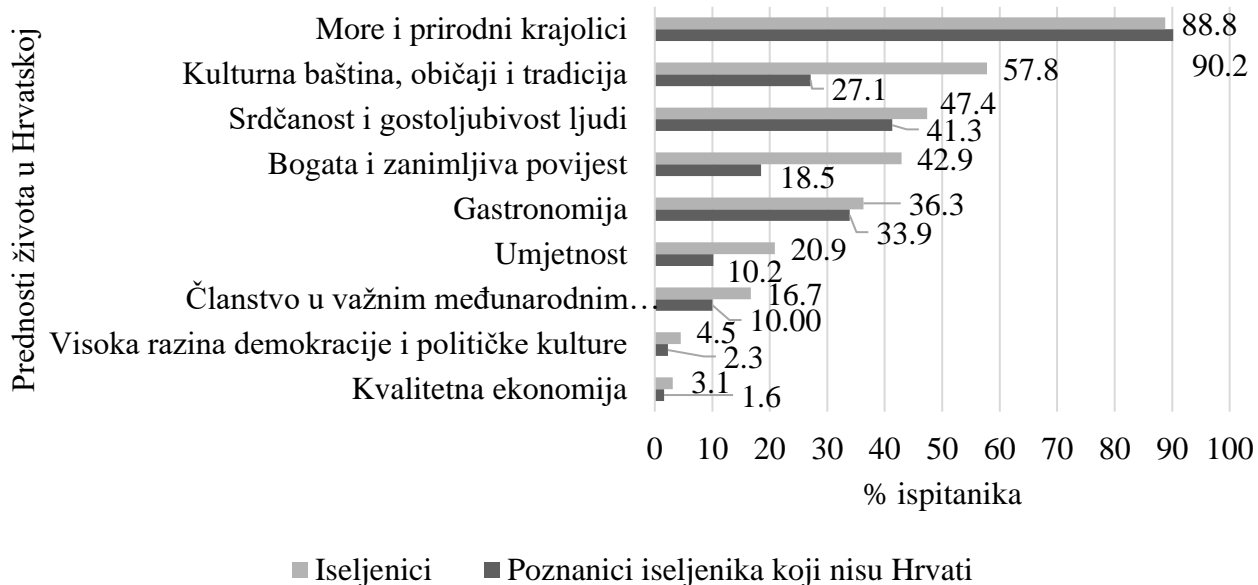
Dakle, ohrabrujuće je što većina ispitanika na različitim kontinentima pozitivno doživljava odrednicu „biti Hrvat“, odnosno tu činjenicu smatra važnim dijelom vlastitog identiteta. Stasanjem novih generacija ne pada važnost hrvatskog podrijetla i državljanstva, odnosno možemo zaključiti kao ona raste s jačanjem hrvatske države te njezinim međunarodnim iskoracima u smislu članstva u Europskoj uniji i NATO savezu. No, ovo istraživanje nam ukazuje na jednu zanimljivu činjenicu – dok hrvatski iseljenici osjećaju ponos prema domovini, dovoljno su kritični u percepciji njezina međunarodnog ugleda te smatraju kako Hrvatska može i mora biti još snažniji gospodarski i politički subjekt u međunarodnim odnosima. S jedne strane, riječ je o objektivnim promatračima iz svijeta koji mogu sagledati mogućnosti zemlje, a s druge strane riječ je i o subjektivnim očekivanjima od države, koju su desetljećima iščekivali, koju su sanjali i za koju su se borili.

Iz dijela istraživanja objavljenog u radu (Skoko, Ježovita i Plenković, 2022.) za potrebe izrade prijedloga smjernica važni su nam bili pokazatelji vezani uz percepciju hrvatskih iseljenika i njihovih potomaka u pogledu prednosti i nedostataka života u Hrvatskoj.

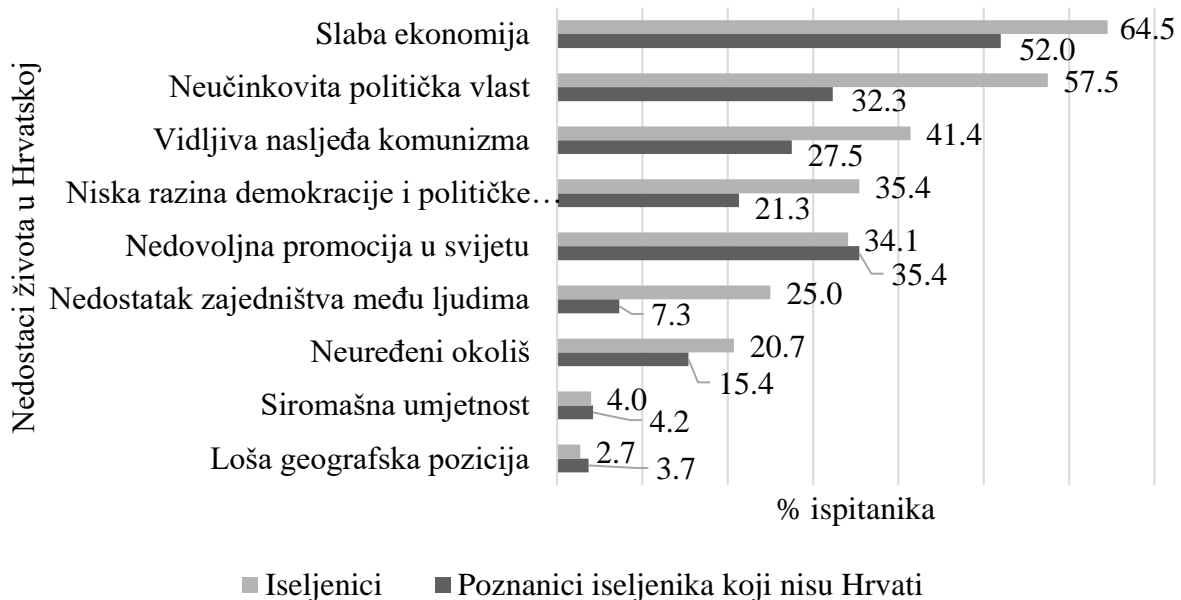
Koje su to točno prednosti i nedostaci života u Hrvatskoj prema mišljenju iseljenika, te kakva je njihova struktura u odnosu na ovu problematiku, prikazano je u grafikonima. Najvećim

prednostima se smatraju more i prirodni krajolici (oko 90% iseljenika), dok se najvećim nedostatkom smatraju slaba ekonomija i neučinkovita politička vlast (preko 50% iseljenika).

Grafikon 1. Dominantne prednosti života u Hrvatskoj prema percepciji iseljenika i njihovih potomaka



Grafikon 2. Dominantni nedostaci života u Hrvatskoj prema percepciji iseljenika i njihovih potomaka



Dakle, prema ovom istraživanju, Hrvatska je prvenstveno percipirana kao lijepa i uspješna turistička destinacija. Postoji visoka svijest o važnosti članstva u Europskoj uniji, kao odrednici suvremenog hrvatskog položaja u međunarodnoj zajednici, dok lagano blijedi socijalistička prošlost i jugoslavensko nasljeđe, što je bilo za očekivati s obzirom na protok vremena. Nažalost, hrvatska kulturna baština i kulturni doprinosi općenito nedostatno su percipirani. Zanimljivo je kako ispitanici izvan Europe, pored mediteranskog identiteta Hrvatske, značajnije Hrvatsku percipiraju i kao srednjoeuropsku državu, dok je to kod ispitanika iz europskih zemalja zanemariva kategorija, što jasno govori o važnosti dodatnog pozicioniranja srednjoeuropske komponente Hrvatske unutar EU. U vremenu globalizacije i digitalizacije, značajan broj ispitanika u dijaspori svakodnevno prati događanja u Hrvatskoj, naviješe putem Interneta, no razgovori s rodbinom i prijateljima ostaju važan dio izvora informacija. Kao što je bilo za očekivati, u Južnoj Americi je manja razina praćenja informacija iz Hrvatske. Istraživanje je pokazalo da postoji umjerena povezanost između čestog praćenja vijesti iz više domovinskih izvora i varijable o nedostacima života u Hrvatskoj, što upućuje s jedne strane na dominantan kritički ton hrvatskih medija, a s druge vrlo izvjesno i na bolju upućenost u zbivanja. U svakom slučaju, istraživanje je pokazalo

relativno dobar imidž Hrvatske. No činjenica, kako ispitanici najvećim prednostima smatraju more i prirodne krajolike (oko 90% iseljenika), dok se najvećim nedostatkom smatraju slaba ekonomija i neučinkovita politička vlast (preko 50% iseljenika) jasno govori kako je Hrvatska protekla tri desetljeća uspjela izgraditi snažan imidž popularne turističke destinacije i lijepe zemlje, no imidž Hrvatske kao političkog i gospodarskog brenda još je relativno slab, što iziskuje angažman kako domovinske, tako i iseljene Hrvatske.

Problem i moguće rješenje

Iako prema popisu stanovništva, u Hrvatskoj živi manje od 4 milijuna stanovnika, Hrvatska se zapravo može podičiti sa 8 milijuna „svojih“ ljudi. Izuzmemo li Hrvate u Bosni i Hercegovini i hrvatske manjine u susjednim zemljama, činjenice govore kako još više od 4 milijuna hrvatskih iseljenika i njihovih potomaka živi na raznim svjetskim meridijanima i paralelama. Među njima su najbrojniji potomci onih, koji su željni kruha i slobode, odlazili iz domovine još od kraja 19. i početka 20. stoljeća. Uglavnom su dobro integrirani i poštovani u novim zajednicama, od Kanade i Sjedinjenih Američkih Država, preko Argentine i Čilea, do Australije i Novog Zelanda. Predstavljaju snažan potencijal političke, društvene i gospodarske moći. Međutim, pitanje je u kojoj mjeri oni „osjećaju“ Hrvatsku, što im znači hrvatski identitet i što bi ih moglo privući da više posjećuju domovinu svojih predaka, ulažu, promoviraju i lobiraju za njezine političke interese. U iseljenoj Hrvatskoj su i djeca političkih emigranata nakon Drugoga svjetskog rata, koji su prilično integrirani, ali iznimno osjetljivi na ideološke teme u domovini, pa često unose žar u društvene aktivnosti svojih zajednica. Tu drugu, izvan-domovinsku Hrvatsku čine i vrhunski znanstvenici, humanisti, stručnjaci i gospodarstvenici, koji se nisu zadovoljavali stanjem u bivšoj Jugoslaviji te su u potrazi za slobodom i demokracijom te boljim uvjetima života i rada gradili svoje karijere na Zapadu i danas čine elite tamošnjih društava. Njima su se pridružili oni koji su Hrvatsku napuštali posljednjih trideset godina – od profesionalaca, koji su zahvaljujući svojim talentima, znanjima i kreativnosti brzo se integrirali u nova društva do onih koji su u potrazi za bolje plaćenim poslovima i pravednijim društvima postali privlačna i još uvijek jeftina radna snaga brzo rastućim zapadnim gospodarstvima. Ne smijemo zaboraviti ni naše gastarbajtere, koji su od šezdesetih godina prošlog stoljeća trbuhom za kruhom odlazili u Njemačku, Austriju, Švicarsku i druge zapadne zemlje. Dok su oni jednom nogom stalno u domovini, njihova su djeca obrazovani i dobro stojeći građani

svijeta, koji rado ljetuju u Hrvatskoj, slušaju hrvatsku glazbu i radije navijaju za Hrvatsku nego za reprezentacije zemlje u kojoj su rođeni.

Bez obzira na raznolikost te hrvatske dijasporu, moramo priznati da je to golema snaga, koje počesto nismo niti svjesni. Ili pak odlazimo u krajnost pa od tih ljudi imamo potpuno kriva očekivanja i doživljavamo ih više kao stereotip, a manje kao dio velikog hrvatskog bića, koje bi valjalo čuti, istražiti, privući... U presudnim trenucima za stvaranje, obranu, a kasnije i izgradnju Hrvatske, osjetili smo jedinstvo dijasporu i domovine. Bez obzira je li riječ o prvoj, drugoj ili trećoj generaciji, skupljala se pomoć za Hrvatsku, lobiralo za njezino priznanje, nabavljalo oružje, sudjelovalo u obrani. Kasnije smo to jedinstvo vidjeli tek tijekom bodrenja Vatrenih na velikim sportskim natjecanjima, kad su svoje hrvatske korijene isticali i oni koji ih donedavno nisu bili svjesni.

Bilo je devedesetih i velikih planova kako će doći do masovnijeg povratka i ulaganja naših iseljenika, međutim to se nije ostvarilo, jer naviknuti na uređena društva, učinkovitu administraciju, pošteno, pravedno i brzo pravosuđe, nisu se baš usudili riskirati ili biti prevareni, unatoč domoljubnom zanosu. Neki su se čak vratili pa su razočarani ponovno odlazili u tuđinu. Posljednja tri desetljeća bilo je pokušaja jačeg povezivanja domovine i dijasporu, ali i nerazumijevanja, pa i otuđenja. No, posljednjih godina Hrvatska je pokušala graditi niz novih mostova prema dijaspori na institucionalnoj razini. Važnu ulogu igraju Državni ured za Hrvate izvan Hrvatske i vladin Savjet za Hrvate izvan Hrvatske, koji okuplja utjecajne pojedince diljem svijeta. A Hrvatsku počinju ponovno otkrivati djeca i unuci naših iseljenika. U njoj, kao članici Europske unije i NATO saveza, popularnom turističkom odredištu i zemlji koju različiti indeksi ističu po kvaliteti života, sigurnosti, razini ljudskih prava i gostoljubivosti, vide potencijal koje njihovi stariji nisu vidjeli. Značajan dio mladih useljenika odlučili su se preseliti u Hrvatsku, zbog kvalitete života. A tijekom pandemijske godine iskusili su prednosti Hrvatske, ne samo mladi hrvatskog podrijetla, već i potpuni stranci, kao digitalni nomadi.

Budući da Hrvatska godinama demografski nazaduje; željna je pravih investicija, koje se neće voditi brzom zaradom i uništavanjem hrvatskih resursa; a u međunarodnim odnosima oči su ponovno uprte prema hrvatskoj dijaspori. Sve češće čujemo pitanje – može li nam dijaspora ojačati demografski potencijal useljavanjem? Spominju se mladi koji su fleksibilniji od svojih roditelja i djedova u ovo digitalno i globalizacijsko doba, ali i ljudi hrvatskog podrijetla u onim zemljama Južne Amerike, u kojima su standard i sigurnost počeli padati pa im je Europa sve privlačnija...

Mnogi se pitaju možemo li jače angažirati utjecajne pojedince među hrvatskim iseljenicima u radu za Hrvatsku ili njihov društveni i financijski kapital u jačanju gospodarskoj položaja Hrvatske? Na koncu nameće se ključno pitanje - kako privući menadžere i poduzetnike koji su se dokazali na konkurentnim tržištima svijeta da svojim umijećima pomognu razvoju Hrvatske?

Ako vjerujemo da bi dobro došli u jačanju Hrvatske, ne treba otkrivati toplu vodu već vidjeti što su radile druge države s velikom dijasporom, poput Izraela, Irske ili Italije. David McWilliams u svojoj knjizi Papina djeca – nova irska elita koja se bavila irskim gospodarskim čudom iznio je podatak da se u desetak godina u Irsku vratilo oko 200 tisuća irskih iseljenika, te da su bili ključni pokretač promjena. Utjecali su na veliku promjenu društvene klime u zemlji, budući da su donijeli kozmopolitska shvaćanja, globalna poslovna iskustva, ali i jačanje irskog identiteta i domoljublja na moderan način. Prije desetak godina, čak 20 posto irske radne snage u dobi između tridesete i pedesete činili su Irci i njihovi potomci, koji su živjeli u inozemstvu te su sa sobom donijeli znanja, iskustva i kontakte. Oni su bili istinski pokretači promjena u gospodarstvu, dovlačenju velikih globalnih korporacija (u kojima su radili dok su živjeli u inozemstvu), ali i promjeni ulagačke klime. Dakle, Irska je najprije privukla svoje iseljenike i njihove potomke, koji su imali osjećaja prema svojoj zemlji, ali i razumijevanja za njezina nesnalaženja, koji su vidjeli kako funkcionira globalni business i kojima je bilo stalo da pokrenu Irsku. A onda su zajedno privukli i svijet. To se pak pokazalo dobitnom kombinacijom za razvoj. Godine 2020. irski BDP bio je šest puta veći nego 1990. U samo dvadeset godina dosegli su razinu susjedne Britanije, a Irska danas ima najveću razinu stranih ulaganja po stanovniku u Europi. Umjesto iseljeničke postali su useljenička zemlja, o čemu smo svojedobno pisali i u Obzoru.

Hrvatska je ovisna o svojoj dijaspori, ali nažalost ne o njezinom znanju, vezama i kontaktima, već financijskim doznakama. Treba li podsjećati kako je Hrvatska u 2020. godini, prema Eurostatu, zabilježila najveći udio inozemnih doznaka u BDP-u na razini EU, te se svrstala na čelo skupine zemalja najovisnijih o pomoći svojih ljudi iz inozemstva. Udio doznaka u hrvatskom BDP-u iznosio je u 2020. čak 7.3 posto. Zanimljivo je kako je istu godinu najmanje ovisila o inozemnim doznakama baš Irska, čiji je udio u BDP-u iznosio samo 0.1 posto. Doznake koje hrvatski državljani širom svijeta šalju formalnim i neformalnim kanalima svojim obiteljima, rodbini i prijateljima porasle su u prvom polugodištu 2021. Analiziramo li podatke HNB-a, vidimo kako su novci koje su hrvatski iseljenici slali svojim nadmašili prihod od turizma u tom razdoblju. Naime, u prvom polugodištu iz dijaspore je pristiglo gotovo milijardu i 800 milijuna eura, dok je u isto

vreme prihod ostvaren od stranih turista bio milijardu i 500 milijuna eura. Srpanj i kolovoz su jasno promijenili tu statistiku, ali ove brojke jasno govore kome bi Vlada trebala dati na važnosti, odmah pored stranih turista. Od Hrvatske je o svojoj dijaspori još ovisnija Bosna i Hercegovina, u koju njezini iseljenici godišnje pošalju oko 2,5 milijardi eura. Novčane doznake i ostali osobni transferi iseljenika iz Bosne i Hercegovine čine oko 8% bruto domaćeg proizvoda (BDP) te zemlje i po tome je na vrhu ljestvice zemalja Europe. Ukoliko se tome dodaju i ostali prihodi koji dolaze iz inozemstva, kao što su socijalna primanja poput mirovina i privremeni prihodi radnika koji stalno žive u BiH, a zarađuju radeći, primjerice preko interneta u inozemstvu, njihov doprinos BDP-u premašuje 14% - pokazala je studija koju je provela zaklada Westminster Foundation for Democracy – WFD.

Dakle, umjesto doznaka fokus treba staviti na znanje, iskustva, kontakte i mreže pripadnika hrvatske dijaspore u pomaganju domovini.

Poznato je kako dijaspore predstavljaju promotivni i lobistički, ali i gospodarski, socijalni i financijski potencijal matičnih zemalja. „Nacije koje nemaju strategiju za aktiviranje mreže dijaspore rasipaju jedinstveni i dragocjeni resurs.“ – piše Keith Dinnie (2008.) te naglašava kako postojanje dijaspore širom svijeta predstavlja potencijalno golemu imovinu za naciju, ne samo u smislu doznaka koje mogu mijenjati standard građana, već i kroz mogućnosti izravnih stranih ulaganja, budući da mnogi pripadnici dijaspore zauzimaju menadžerske funkcije u multinacionalnim korporacijama. Važnost uloge dijaspore ogleda se i u njihovim znanjima i sposobnostima izgradnje institucija. Pritom dijaspora, za razliku od drugih aktera ima jaku unutarnju motivaciju i interes pomaganja domovini (uz globalna iskustva, znanja i kontakte) te mogućnost mijenjanja unutarnjih prilika u domovini. A to su potvrdila i spomenuta istraživanja.

Hrvatska, osim na načelnoj razini, čini se da nije prepoznala snagu svoje dijaspore, posebice druge i treće generacije koju interesno sve više zanima Hrvatska, kao i važnost onih koji su iselili proteklih godina, kako bi ih nakon što se materijalno osiguraju i poslovno umreže jednog dana vratili. Stoga u ovoj smjernici fokus stavljamo na umrežavanje te razmjenu znanja i iskustava, što nužno ne ovisi o kompleksnoj odluci o povratku već se može operacionalizirati u kraćem roku.

Inicijativa i smjernica za kreiranje novih javnih politika - *Uspostava novih veza i suradnje među mladima u domovini i dijaspori: cirkulacija mozgova*

Budući da mladi pripadnici hrvatske dijaspori i njihovi potomci, rođeni i odrasli u svijetu, posjeduju određena znanja, iskustva i kontakte te su umreženi u domicilnim društvima, a posjeduju ljubav prema matičnoj domovini, osjećaj nacionalnog identiteta i nacionalni ponos te su svojim znanjem spremni pomoći razvoju domovine (svjesni su njezinih prednosti i nedostataka), fokus ovog dokumenta je na njihovu umrežavanju s mladima u Hrvatskoj, kao budućim nositeljima razvoja. Sukladno tome predložimo tzv. inicijativu „Cirkulacije mozgova“, koja podrazumijeva:

- Provedbe inicijativa koje olakšavaju prijenos znanja i suradnju između mladih, uspješnih i utjecajnih pripadnika hrvatske dijaspori i hrvatskih obrazovnih institucija (sveučilišta, veleučilišta), istraživačkih centara i industrija. To može uključivati gostujuća predavanja, istraživačka partnerstva, stručne projekte, edukativne radionice i stažiranja, kako bi se stručnost i iskustva hrvatske dijaspori iskoristili za dobrobit mladih u Hrvatskoj.
 - Aktivnosti:
 - Uspostaviti nove i funkcionalne programe razmjene između mladih iz dijaspori i mladih u Hrvatskoj (primjerice mladih znanstvenika, stručnjaka, poduzetnika, umjetnika i sl.) kroz gostovanja u inozemstvu i Hrvatskoj;
 - Pokrenuti nove oblike stručnih potpora (radionice, gostovanja, predavanja i sl.) uspješnih pojedinaca i organizacija iz dijaspori na korist institucija i organizacija u domovini.
- Potaknuti projektnu suradnju organizacija mladih i za mlade u Hrvatskoj i hrvatskih iseljeničkih zajednica. Cilj te mjere je razvoj projektnih ideja, stvaranje veza i rješavanje zajedničkih problema između mladih iz Hrvatske i pripadnika druge i-ili treće generacije hrvatske dijaspori na korist Hrvatske.

- Aktivnosti:
 - Razviti posebnu programsku shemu financiranja projekata usmjerenih na partnerstva udruga mladih i za mlade u Hrvatskoj te iseljeničkih zajednica koja bi omogućila zajedničku prijavu projekata organizacija mladih i za mlade i iseljeničkih zajednica, a u cilju doprinosa nekome od ključnih nacionalnih ciljeva ili interesa Republike Hrvatske.
- Uspostava i razvoj programa mentorstva, koji bi omogućio mentoriranje uspješnih mladih pojedinaca iz Hrvatske u inozemstvu, kod uglednih pripadnika hrvatskih iseljeničkih zajednica, ali i u obrnutom smjeru – mladi iz dijaspori bi mogli izabrati mentore u domovini – u korporacijama, organizacijama, znanstvenim središtima i sl. Cilj je kreiranje novih mostova suradnje, novih projekata, razmjena ideja i iskustava...
- Aktivnosti:
 - Razviti posebnu programsku shemu financiranja projekata usmjerenih razvoju mentorstva za mlade iz Hrvatske u dijaspori, te mlade iz dijaspori u Hrvatskoj.

Kao dobra referenca za kreiranje iznesenih prijedloga poslužila nam je i konferencija G2 Meeting, koju čini multidisciplinarna grupa Hrvata iz iseljeničtva i domovine, a čiji je cilj umrežiti poslovnu domovinsku i iseljenu Hrvatsku, te pomoći u jačanju ulaganja dijaspori u domovinu. Oni već godinama uspješno pokazuju što bi i kako bi trebalo raditi, a na svojim konferencijama su ugostili niz utjecajnih političara, poduzetnika i svjetski priznatih stručnjaka hrvatskog podrijetla. Njihova misija je kroz umrežavanje poslovnih ljudi hrvatskog podrijetla iz svijeta povećati ulaganja iseljeničtva i izvoz hrvatskih proizvoda.

Također kao primjer dobre prakse poslužila nam je godišnja konferencija Udruge Hrvatsko-američkih profesionalaca (ACAP), koja je po prvi put svoju godišnju konferenciju organizirala u Zagrebu od 6. - 8. srpnja 2023. Tom prigodom, u Zagrebu su boravili vodeći poduzetnici i menadžeri hrvatskog podrijetla s američkog kontinenta kako bi se upoznali s ulagačkim mogućnostima koje pruža Hrvatska te se bolje povezali s hrvatskom poslovnom zajednicom. Naime, nakon šest uspješnih konferencija održanih u Sjedinjenim Američkim Državama, moćna

Ovogodišnja konferencija, koja se održala pod optimističnim nazivom "Connecting the Doers: Taking Croatia to the Next Level" okupila je predstavnike hrvatsko-američke poslovne scene, kojima je cilj međusobno povezivanje te razgovor o konkretnim koracima, koji im mogu pomoći u razvoju poslovanja, stjecanju globalnog uspjeha ili povezivanju s potencijalnim partnerima, ulagačima i klijentima. Cilj konferencije je bio potaknuti novu razinu suradnje između hrvatskih i američkih kompanija. Organizatori su svjesni kako hrvatski poduzetnici kontinuirano stavljaju Hrvatsku u središte svjetske pozornosti i jačaju njezin ugled kao nacije koja potiče ideje, inovacije i poduzetništvo. Stoga im ACAP u tome želi pomoći stavljajući im na raspolaganju svoja znanja i iskustva te ih povezujući s najboljima diljem svijeta. Inače, ACAP je utemeljen 2014. godine, a okuplja inspirativne poduzetnike, inovatore, znanstvenike, akademike, vodeće lidere hrvatske i američke poslovne scene. Među njima je bilo posebno zanimljivo vidjeti veliki broj mladih ljudi iz dijaspore, koji ne govore hrvatski, ali su spremni pomoći svojoj zemlji. Na tom novom entuzijazmu se mogu učinkovito primijeniti i navedene inicijative.

Dakle, inicijative i programi već postoje i odvijaju se u okviru privatnog sektora. Na tragu predloženih smjernica kreirale bi se nove, trajnije i učinkovitije javne politike, koje bi mogle polučiti konkretne rezultate.

Zaključak

Kad govorimo o domovini i dijaspori definitivno moramo poraditi na boljem upoznavanju i razumijevanju. A potom je ključna riječ umrežavanje jer se uspješni ljudi hrvatskog podrijetla nalaze na vodećim pozicijama banaka, tvornica, investicijskih fondova, hotelskih lanaca, znanstvenih institucija, bolnica... I spremni su pomoći Hrvatskoj. Ali uz neki oblik patriotske dužnosti mora biti zastupljen i interes, jer se emocije brzo istope ako nemaju svoje opravdanje na realnom tržištu. No za početak bi se barem otvorenije i bolje trebali poznavati i shvatili realne mogućnosti s obje strane. Činjenica je da se premalo poznajemo, a zbog toga teško možemo realizirati i kakvu ozbiljniju strategiju. S jedne strane, mnogi mladi u hrvatskoj dijaspori nisu svjesni mogućnosti koje su se otvorile posljednjih godina, a građani Hrvatske nažalost nisu dovoljno osvijestili mogućnosti koje nam može pružiti hrvatska dijaspora. Stavimo li težište na mlade, koji su daleko više globalizirani i mobilniji od svojih roditelja, otvaraju se nove mogućnosti suradnje među mladima domovinske i iseljene Hrvatske.

U prilog predloženim smjernicama idu i rezultati ranije predstavljenih istraživanja, iz kojih vidimo da hrvatski iseljenici i njihovi potomci jesu kritični prema Hrvatskoj, ali su istodobno i ponosni na svaki njezin iskorak - od samostalnosti i slobode do članstva u EU i ulaska u euro-zonu. Njihova kritika je ujedno i besplatan savjet što bi trebalo popraviti ili izmijeniti, jer znaju da zemlja s ovakvim potencijalima može više i bolje. Dio istraživanja koje je prezentirano na Iseljeničkom kongresu, koji je održan u Mostaru, je pokazalo kako nema razlike u odnosu prema Hrvatskoj i hrvatskom identitetu između onih koji su više ili manje kritični prema Hrvatskoj. Svima njima je „biti Hrvat“ iznimno važna sastavnica njihova identiteta i razlog za ponos. Prema tom istraživanju, većina hrvatskih iseljenika smatra svoje hrvatsko podrijetlo, kao i svoje hrvatsko državljanstvo, osobno izrazito važnim. Također, većina hrvatskih iseljenika osjeća ponos zbog svoje stare domovine, posebno kad su u pitanju turizam i sport, ali i politički uspjesi koji su samo prije trideset godina bili san. Ali istodobno ne iskazuje zadovoljstvo njezinim međunarodnim ugledom. Oni smatraju da se Hrvatska zadovoljava prosječnošću i da može daleko više i bolje. Svjesni su da nije dovoljno biti samo poželjna turistička destinacija. Znaju da Hrvatska mora postati gospodarski, politički i kulturni brend, kako mlade generacije više ne bi poput njih morale iseljavati. A ono što je najvažnije spremni su pomoći na tom putu. No, taj angažman ima i neke preduvjete, odnosno stvari koje moramo riješiti doma i na koje oni i ne mogu baš utjecati. To prije svega podrazumijeva kvalitetnije upravljanje državom (Hrvatska kao poželjniji i samosvjesniji politički i gospodarski subjekt, uspješna zemlja zadovoljnih i ponosnih građana, koja čuva i štiti prirodne potencijale, kulturnu baštinu i nacionalni identitet). Nužna nam je i jasnija vizija hrvatske budućnosti i postizanje nacionalnog konsenzusa oko temeljnih odrednica hrvatske prošlosti, sadašnjosti i budućnosti. Treba nam stvaranje kvalitetnijih, atraktivnijih i konkurentnijih proizvoda za globalno tržište s prepoznatljivom nacionalnom pripadnošću... Konkretnije, Hrvatska će svojim uspjehom najviše motivirati svoju dijasporu. Naša zemlja mora postati magnet koji ne privlači samo turiste, već i talentirane stanovnike. A puno je onih u dijaspori koji bi se vratili ili uselili u Hrvatsku zbog kvalitete života, samo kad bi ih manje smetala učinkovitost institucija, uvjeti za poslovanje, sporost pravosuđa te mentalitet koji ne podnosi uspjeh i sposobnost. A do značajnijeg vala useljavanja, odnosno povratka naglasak treba staviti na međusobno umrežavanje mladih, razmjenu znanja i iskustava te zajedničke projekte.

Literatura

- Dinnie, K. (2008). Nation Branding – Concepts, Issues, Practice. VB: BH Elsevier.
- Skoko, Božo (2022.): (Re)definiranje suvremenog hrvatskog identiteta kao motivacijski element u smislu poticanja povratka iseljenika, ulaganja i jačanja veza s domovinom. (Hebrang Grgić, I.; Lemić, V.; Sopta, M. i Trošelj Miočević, T., ur.), *Hrvatska izvan domovine IV – Zbornik radova predstavljenih na 4. Iseljeničkom kongresu*. Centar za istraživanje hrvatskog iseljeničtva, Zagreb, str. 27-35.
- Skoko, Božo; Ježovita, Josip; Plenković, Mateja (2022.): *Imidž Hrvatske iz perspektive hrvatskih iseljenika i njihovih potomaka u različitim dijelovima svijeta*, Kroatologija, Vol. 13. br. 1., str. 167 – 187.
- Skoko, Božo i Bešlić, Božana (2022.): Istraživački projekt ZA-JEDNO.hr: hrvatski iseljenici kao promotori Hrvatske (Hebrang Grgić, I.; Lemić, V.; Sopta, M. i Trošelj Miočević, T., ur.). *Hrvatska izvan domovine IV – Zbornik radova predstavljenih na 4. Iseljeničkom kongresu*. Centar za istraživanje hrvatskog iseljeničtva, Zagreb, str. 301-312.



PRIJEDLOG SMJERNICA U RAZVOJU JAVNIH POLITIKA

smjernica 2

**Osigurati uvjete za potporu razvoju poduzetništva mladih
povratnika i useljenika**

**HUMANITARNA UDRUGA
FRA MLADEN HRKAĆ**

Zagreb, srpanj 2023.

Uvod

Humanitarna udruga „fra Mladen Hrkać“ provodi projekt ZA-JEDNO.HR – zaJEDNO srce, jedna duša, jedna HRVATSKA (br. ugovora UP.04.2.1.06.0051), koji sufinancira Europska unija iz Europskog socijalnog fonda (ESF), u okviru Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020. Projekt razvija tematsku mrežu „ZA-JEDNO.HR“ koja dionike okuplja oko tematskog područja *Iseljništvo kao pokretač razvoja u RH*. Kroz projekt se organizacije civilnoga društva iz Hrvatske i iz iseljništva osnažuju za ravnopravan dijalog s donositeljima politika na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini, gospodarskim sektorom i znanstveno-obrazovnim institucijama. Projekt potiče znanstvenoistraživački rad i međusektorsku suradnju koji poticajno djeluju na doprinos hrvatskog iseljništva društveno-ekonomskom razvoju u Republici Hrvatskoj.

Dio aktivnosti navedenog projekta je i projektni element 4. - Izrada smjernica za razvoj javnih politika utemeljenih na dokazima. *Policy* cilj je bio – **osigurati i unaprijediti uvjete za povratak pripadnika druge i treće generacije dijaspore u Hrvatsku i(li) iskoristiti njihov potencijal za gospodarski, društveni i kulturni razvoj Hrvatske.**

U sklopu dionice, tijekom lipanja i srpnja 2023. održane su tri debatne radionice sa minimalno 16 predstavnika organizacija hrvatskih iseljenika iz cijeloga svijeta. Cilj radionica je bio definirati minimalno 6 smjernica za unapređenje i razvoj novih javnih politika usmjerenih na hrvatsko iseljništvo na temelju provedenih znanstvenih istraživanja.

Tema debatne radionice 1. bila je analiza postojećih *policy* dokumenata i potreba hrvatskih iseljenika s posebnim naglaskom na mlade.

Naime, kako bi se definirala prioritetna područja izrade novih javnih politika, na prvoj debatnoj radionici bio je cilj analizirati i raspraviti postojeće *policy* dokumente, kao što su Zakon o odnosima Republike Hrvatske s Hrvatima izvan Republike Hrvatske te Nacionalni plan razvoja odnosa Republike Hrvatske s Hrvatima izvan Republike Hrvatske do 2027. kako bi se utvrdile mogućnosti unapređenja javnih politika te otkrile potrebe i područja koja nisu dovoljno pokrivena. Također su raspravljani rezultati provedenih istraživanja među hrvatskim iseljenicima kako se otkrile potrebe i mogućnosti u definiranju novih javnih politika. Sudionici debate su se složili kako ne postoji dovoljno javnih politika usmjerenih prema mladima u hrvatskom iseljstvu (u prvom redu prema potomcima hrvatskih iseljenika, a potom mladima koji su se iselili protekla dva

desetljeća). Također su ukazali na njihovu zainteresiranost za zbivanja u domovini i razinu ponosa na svoj identitet – s jedne strane, te globaliziranost, mobilnost i spremnost na nove prilike i mogućnosti u pogledu posla, preseljena i sl. – s druge, što predstavlja dobre temelje za razvijanje novih odnosa, projekata, jačanja motivacije za povratak i useljavanje, poslovanje s Hrvatskom, lobiranje za njezine interese i promociju. U tom kontekstu ključni zaključak je bio kako bi nove javne politike trebale biti fokusirane na mlade.

Temeljem prve debatne radionice napravljen je prijedlog smjernica za izradu javnih politika za jačanje odnosa domovinske i iseljene Hrvatske, te stimuliranje povratka i useljavanja pripadnika dijaspore u Hrvatsku te su kroz javnu raspravu vrednovane. Također je ukazano na postojeće prepreke u njihovu ostvarenju i ograničenja, ali i dodatne mogućnosti povezivanja s postojećim projektima, inicijativama i sl.

Ukupno je raspravljeno osam smjernica, odnosno područja. Kroz finalnu raspravu (zbog preklapanja pojedinih inicijativa) sistematizirano je njih šest. To su sljedeće inicijative: Cirkuliranje mozгова (Projektna suradnja organizacija mladih i za mlade u Hrvatskoj i hrvatskih iseljeničkih zajednica / Uspostava i razvoj programa mentorstva); Osiguranje uvjeta za podršku poduzetništvu mladih povratnika i useljenika; Osnaživanje integracije iskustva povratnika u studentski život u RH; Iskorištavanje potencijala društvenih mreža za brendiranje Hrvatske kao pull faktora za privlačenje mladih; Korištenje potencijala umjetnosti za privlačenje i integraciju mladih iseljenika u Hrvatsku te Organiziranje zajedničkih sportskih aktivnosti i susreta mladih Hrvata iz cijelog svijeta.

U trećoj debatnoj radionici, raspravljene su predložene smjernice s različitih aspekata, a prvenstveno s razine njihovih učinaka, izvedivosti, opravdanosti, prihvatljivosti među ciljnim javnostima te društvenog utjecaja. Svi su sudionici radionice pozitivno predložili iznesene smjernice te posebno naglasili važnost angažmana i uključivanja lokalnog stanovništva u njihovu provedbu, smanjenje birokracije i administracije u njihovoj izvedbi te nužnosti digitalizacije pojedinih procesa.

Koordinator provedbe ovog projektnog zadatka bio je prof.dr.sc. Božo Skoko, redoviti profesor na Odsjeku za strateško komuniciranje Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu. A u ovom dokumentu prezentiramo smjernicu br. 2. - *Osigurati uvjete za potporu razvoju poduzetništva mladih povratnika i useljenika.*

Istraživanja na kojima su temeljene smjernice

U okviru projekta tematske mreže „ZA-JEDNO.HR – zaJEDNO srce, jedna duša, jedna HRVATSKA“ proveden je niz istraživanja, odnosno istraživačkih dionica, čije smo rezultate koristili za izradu prijedloga smjernica. Najrelevantnije istraživanje za smjernicu kojom se bavi ovaj dokument, bilo je ono u sklopu dionice "Promocija gospodarskih interesa i kulturnog identiteta Republike Hrvatske u svijetu putem umreženog djelovanja hrvatskih iseljeničkih zajednica i udruga", koje je – među ostalim – imalo za cilj istražiti trendove i prakse u djelovanju iseljeničkih organizacija država s uspješnim praksama iseljeničkog organiziranja i djelovanja; istražiti i analizirati ulogu i utjecaj globalizacije i razvoja informacijskih i komunikacijskih tehnologija na djelovanje organizacija civilnog društva u interkulturnom okruženju; analizirati komunikacijski i promotivni potencijal hrvatskih iseljeničkih organizacija u smislu promocije Hrvatske u svijetu, njezinih gospodarskih i političkih interesa te identiteta; upoznati se s problemima i izazovima s kojima se susreću organizacije civilnog društva u svome djelovanju u iseljeništvu, te u odnosima s domovinskim institucijama i organizacijama civilnog društva te analizirati mogućnosti jačanja suradnje između organizacija civilnog društva u hrvatskom iseljeništvu te između iseljeničkih organizacija i domovinskih institucija.

U prvoj fazi tog istraživanja (u razdoblju od 8. ožujka do 30. travnja 2021. godine) provedeno je anketno istraživanje među Hrvatima koji žive u inozemstvu, na uzorku od 1.600 ispitanika. Anketnim istraživanjem su obuhvaćeni hrvatski iseljenici i njihovi potomci u SAD-u, Kanadi, Australiji i Novom Zelandu, Njemačkoj, Austriji, Švicarskoj, Skandinaviji te Južnoj Americi, a kako bi se utvrdila razina povezanosti s domovinom, percepcija Hrvatske i njezinih potencijala, načini angažmana u dosadašnjem radu za Hrvatsku te razina spremnosti za nove promotivne, gospodarske i lobističke iskorake...

Dio rezultata tog istraživanja je objavljen u znanstvenim člancima te prezentiran na konferencijama, dok je značajan dio rezultata još neobjavljen ili je u priprema za objavljivanje. Unutar tih neobjavljenih rezultata anketnog istraživanja, nekoliko je ključnih nalaza, važnih i za razvoj ovog segmenta javnih politika, a donosimo ih u nastavku.

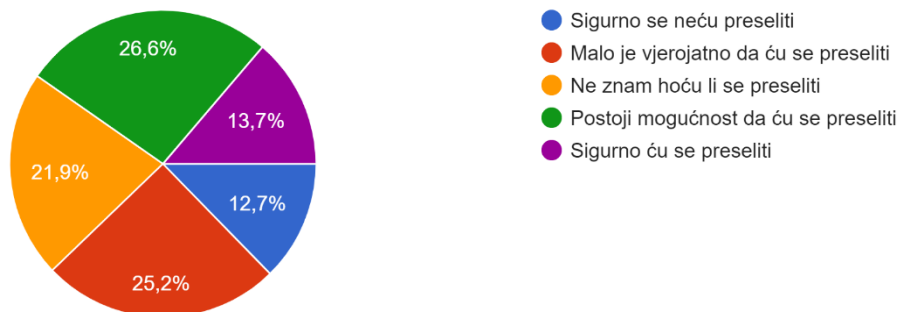
Pritom je važno napomenuti, kako je među ispitanicima bilo 17% mladih od 18 do 29 godina, te 33 % ispitanika u dobi između 30 i 44 godine, dakle relevantnih ciljnih skupina za pripremu smjernica i razvoj javnih politika. 61% ispitanika imalo je završeno srednjoškolsko ili više obrazovanje, 26% sveučilišne studije, 9% doktorate ili magisterije.

U prvom grafikonu prikazani su rezultati istraživanja vezani uz namjere ispitanika da se trajno presele u Hrvatsku. Njih 14,7 % izjasnilo se kako će se sigurno preseliti u Hrvatsku, a 26,6% navelo je kako postoji mogućnost da će se preseliti u Hrvatsku. Dakle, oko 40 % ispitanika predstavlja ciljnu skupinu koja bi se trebala naći u fokusu javnih politika. Među njima je natprosječan broj mladih.

Grafikon 1.

Koliko je vjerojatno da ćete se u budućnosti trajno preseliti u Hrvatsku?

1.121 odgovor



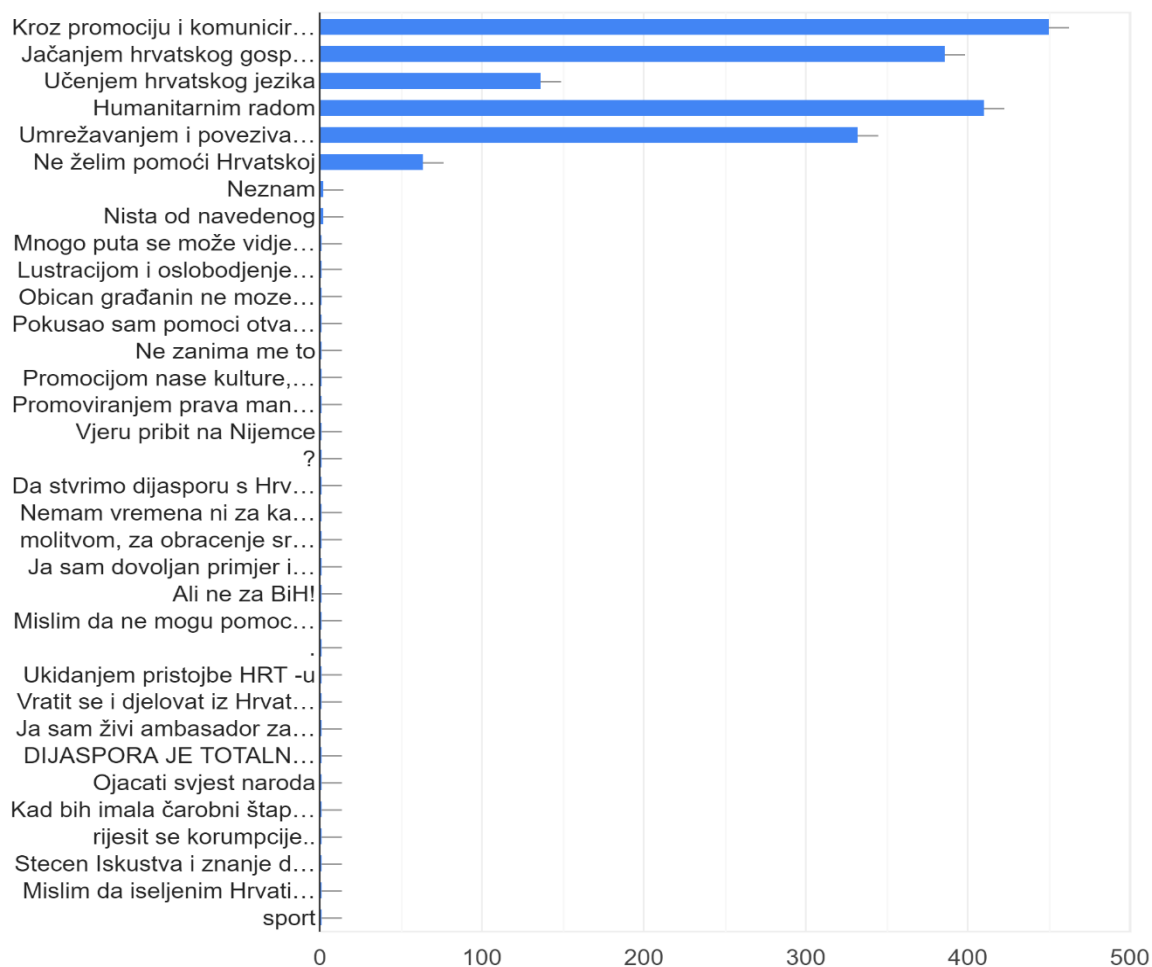
U grafikonu 2. ispitanicima je postavljeno pitanje na koji način bi u budućnosti htjeli pomoći Hrvatskoj. Najzastupljenija kategorija je – kroz promociju i komunikacijske aktivnosti, a odmah potom je nama važna kategorija – jačanjem hrvatskog gospodarstva. Unutar te kategorije ispitanici su podrazumijevali ulaganja, otvaranje posla u Hrvatskoj, pomaganje oko izvoza hrvatskih proizvoda, lobiranje za hrvatske gospodarske interese, kupnju hrvatskih proizvoda i sl. Dakle, segment gospodarstva je izrazito osviješten među našim ciljnim javnostima. Dok su pojedini segmenti poput ulaganja u Hrvatsku ili plasman hrvatskih proizvoda na inozemna tržišta već

„pokriveni“ postojećim politikama, utvrdili smo kako je nedovoljno iskorištena mogućnost potpore mladim povratnicima i useljenicima koji bi pokrenuli posao u Hrvatskoj.

Grafikon

Na koji biste način u budućnosti htjeli pomoći Hrvatskoj (odaberite jedan ili više odgovora):

1.087 odgovora

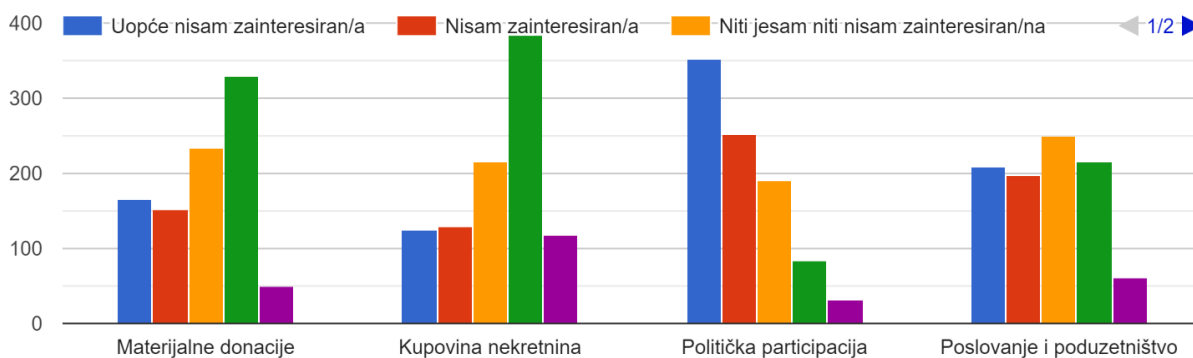


U trećem grafikonu izravnije smo istražili mogućnost iseljeničkih ulaganja u Hrvatsku, odnosno zainteresiranost za vlastita ulaganja u razvoj Hrvatske, s mogućnošću višestrukog izbora. Najmanje iseljenika je zainteresirano za bilo kakvo sudjelovanje u političkom životu Hrvatske, dok najveće zanimanje postoji (zeleni i ljubičasti stupci) za materijalne donacije rodbini i za javne potrebe, kupnju nekretnina te poslovanje i poduzetništvo. Kategorija poslovanje i poduzetništvo

nalazi se na drugom mjestu među ispitanicima, koji su najsigurniji u svoje odluke, te na trećem mjestu kod onih ispitanika koji to smatraju velikom mogućnošću. Dakle, rezultati pokazuju značajnu spremnost iseljenika da posluju s Hrvatskom i(li) posluju u Hrvatskoj, što je važan argument pri razvoju ove smjernice vezane uz potpore mladim povratnicima i useljenicima u poslovanju.

Grafikon 3.

U kojoj ste mjeri zainteresirani za vlastito ulaganje u razvoj Hrvatske (odaberite odgovor uz pojedinu vrstu aktivnosti):



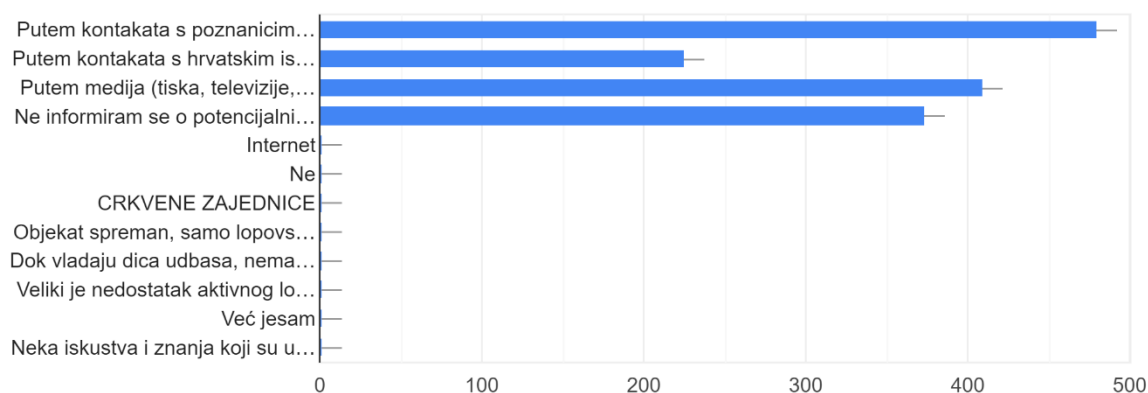
U četvrtom grafikonu prikazani su rezultati istraživanja vezanog uz informiranje iseljenika o mogućnostima ulaganjima u Hrvatsku. Kao što vidimo na prvom mjestu – kao najrelevantniji izvor nalaze se poznanici, rodbina i prijatelji, na drugom mjestu su drugi iseljenici, a na trećem hrvatski mediji. Značajan dio se uopće ne informira o mogućnostima ulaganja. Porazna je činjenica, koju nam otkriva ovo istraživanje, da nama važne ciljne javnosti ne dobivaju relevantne informacije o mogućnostima ulaganja od državnih institucija. Za pretpostaviti je kako do njih ne dopiru takve relevantne informacije, odnosno nema dovoljno strateške komunikacije na državnoj razini po tom pitanju ili se državnim institucijama manje vjeruje kad su u pitanju takve teme. U svakom slučaju informacije koje dobivaju o mogućnostima ulaganja se češće šire „od usta do usta“ nego institucionalnim kanalima, što svakako valja promijeniti ako želimo da iseljenici dobiju pravodobnu i korisnu informaciju te ih motiviramo za takav iskorak. Također je prisutan dojam kod iseljenika, a to smo utvrdili i kroz radionice, kako u Hrvatskoj vlada snažna birokracija te

nepotizam te kako nije moguće sasvim poslovati na tržišnim osnovama te riješiti učinkovito potrebne dozvole i ostvariti prava, bez političke potpore.

Grafikon 4.

Na koji način se informirate o potencijalnim osobnim ulaganjima u Hrvatsku (odaberite jedan ili više odgovora):

1.095 odgovora



Potpore Europske unije mladim poduzetnicima

U okviru Višegodišnjeg financijskog razdoblja 2021-2027., za Republiku Hrvatsku je na raspolaganju nešto više od 9 milijardi eura bespovratnih sredstava za promicanje gospodarske, socijalne i teritorijalne kohezije te zelene i digitalne tranzicije. Od devet milijardi eura, 2,56 milijardi eura namijenjeno je ublažavanju klimatskih promjena, 2,5 milijardi za radna mjesta i jednakost, 1,74 milijarde za ulaganja u inovativno i pametno gospodarstvo, a 1,34 milijarde eura je za ulaganja u razvoj prometa. Ova sredstva raspodijeljena su između četiri programa u okviru Kohezijske politike, od kojih su program Konkurentnost i kohezija (PKK) te Integrirani teritorijalni program (ITP) od najvećeg značaja za privatni sektor.

Program Konkurentnost i kohezija ima šest prioriteta, a ulaganja privatnog sektora će se u najvećoj mjeri podržati kroz prvi prioritet vrijednosti 1,2 milijardi eura čiji je cilj jačanje gospodarstva ulaganjem u istraživanje i inovacije te treći prioritet od 2 milijarde eura kojim će se poticati

energetska učinkovitost i obnovljivi izvori energije, prilagodba na klimatske promjene, zaštita okoliša i održivost resursa.

Integrirani teritorijalni program ima četiri prioriteta, a najviše prilika za poduzetnike bit će unutar prvog prioriteta koji promiče industrijsku tranziciju hrvatskih regija, a između ostalog podržava inovacijske klastere, strateška partnerstva za inovacije, kao i ulaganja u rast i razvoj start-upova te malih i srednjih poduzeća. Za sufinanciranje u sklopu prvog prioriteta bit će dostupno 536 milijuna eura. Iz drugog prioriteta će 142 milijuna eura biti namijenjeno za jačanje zelenog, čistog, pametnog i održivog gradskog prometa. Kroz treći prioritet „težak“ 660 milijuna eura promicat će se razvoj urbanih područja i održivih i zelenih otoka te će se sufinancirati ulaganja u turizam, zelenu infrastrukturu, kulturnu baštinu, poduzetničke inkubatore, energetska učinkovitost te čisti i pametni gradski promet. Četvrtim prioritetom vrijednosti 179 milijuna eura poticat će se pravedna energetska tranzicija, ulaganja u zelenu i digitalnu ekonomiju te u ljudski kapital. Pozivi za dodjelu bespovratnih sredstava bit će namijenjeni poduzetnicima s područja Panonske, Sjeverne i Jadranske Hrvatske.

Natječaji iz programa Konkurentnost i kohezija su usmjereni prema sufinanciranju investicija mikro, malih i srednjih poduzeća u segmentu istraživanja, razvoja i inovacija, uključivanja u globalne lance vrijednosti, poticanja ženskog poduzetništva i poduzetništva mladih, uvođenja normi i standarda u poduzeća, certifikacije proizvoda te internacionalizacije poslovanja i širenja tržišta. Planirani natječaji za privatni sektor iz Integriranog teritorijalnog programa usmjereni su prema jačanju strateških partnerstva za inovacije u procesu industrijske tranzicije te poticanju industrijske tranzicije startup tvrtki i MSP-ova prema prioritetnim nišama regionalnih gospodarstava. Ukupno je u najavi pet poziva za poduzetnike iz PKK i dva poziva iz ITP-a.

(prema: Mazars, 2023.)¹

Inače, u proračunu EU-a predviđeni su konkretni programi za pomaganje mladima u stjecanju radnog iskustva i studiranju u inozemstvu. Postoje i programi za rješavanje problema nezaposlenosti mladih. Općenito, u tim programima mogu sudjelovati: mladi (u dobi od 13 do 31 godine); udruge mladih; ostali dionici koji rade s mladima.. U pojedinačnim pozivima na financiranje projekata navedeni su detaljniji kriteriji.²

¹ <https://www.mazars.hr/Naslovna/Uvidi/Novosti/Financijske-novosti/Bespovratna-sredstva-za-poduzetnike-u-2023.-godini> (preuzeto: 1. srpnja 2023.)

² https://commission.europa.eu/funding-tenders/how-apply/eligibility-who-can-get-funding_hr#mladi (pristupljeno: 10. srpnja 2023.)

Iznimno koristan za mlade poduzetnike je *Erasmus program za mlade poduzetnike*, koji je pokrenula godine Europska unija 2009. sa ciljem pomaganja mladim poduzetnicima kako bi razvili svoje vještine i znanja provodeći vrijeme i učeći od iskusnijih poduzetnika iz drugih zemalja EU-a. Svrha je programa unaprijediti znanja koja su ključna za daljnji razvoj njihovog poslovanja. Uz samo stjecanje znanja mladim se poduzetnicima pruža mogućnost za razvoj poslovnih suradnji s već uhodanim i iskusnim poduzetnicima. Program Erasmus provodi se u 21 zemlji Europske unije i u 37 zemalja korisnica Okvirnog programa za konkurentnost i inovacije (Europska poduzetnička mreža). (Lupić i Bujan, 2017: 69) Autori dodaju kako su u program uključeni mladi poduzetnici čija je ideja tek u nastanku ili mladi poduzetnici čija je ideja već pokrenuta, no ne traje duže od 3 godine, dok se s druge strane uključuju takozvani domaći ili iskusni poduzetnici koji su vlasnici poduzeća starijih od 3 godine ili poduzetnici koji su uključeni u uprave malih i srednjih poduzeća. Osim samih mladih i iskusnih poduzetnika u program su još uključene i organizacije koje su nadležne za provođenje programa, a to su Gospodarske komore, Razvojne agencije i Poslovni inkubatori. U Hrvatskoj je za razmjene unutar Erasmus programa zadužena Hrvatska gospodarska komora, a program se provodi tako da mladi poduzetnici provode od 1 do 9 mjeseci kod iskusnog poduzetnika i od njega uče o pokretanju i vođenju poslovanja što pridonosi poslovanju jedne i druge strane. U Hrvatskoj ne postoji veliki interes iskusnih poduzetnika jer nisu upoznati s koristima koje mogu imati od ovog programa. (Lupić i Bujan, 2017: 69)

Pored potpora kroz institucije EU, Vlada Republike Hrvatske također ima niz mjera kojima podupire razvoj poduzetništva, te brojne institucije, među kojima se ističe HBOR (Hrvatska banka za obnovu i razvoj), koji ima programe potpore mladim poduzetnicima, a niz je tijela lokalne uprave i samouprave koje imaju dodatne mjere za poticanje razvoja poduzetništva, osobito na područjima deficitarnih zanimanja, područjima posebne državne skrbi.

Iako dio povratnika i useljenika dijelom participira u navedenim potporama, najvećem dijelu njih su zbog raznih prepreka nedostupne. Stoga je prijedlog da se kreiraju posebne mjere usmjerene prema mladim poduzetnicima useljenicima i povratnicima. Posebno im treba omogućiti izravniji pristup poduzetničkim inkubatorima te poslovnim zonama, koje su otvorene diljem Hrvatske, a značajan dio njih nije popunjen.

Inicijativa i smjernica za kreiranje novih javnih politika - *Osigurati uvjete za potporu razvoju poduzetništva mladih povratnika i useljenika*

Zbog nepostojanja adekvatnih nacionalnih i europskih potpora usmjerenih na razvoj poduzetništva među mladim povratnicima i useljenicima iz hrvatske dijaspore predlažemo kreiranje posebnih programa potpore poduzetništvu koji nudi resurse, mentorstvo i financijske poticaje za mlade iz dijaspore zainteresirane za pokretanje poslovanja u Hrvatskoj.

Poseban fokus bi trebao biti, sukladno europskih praksama, na zelenim i digitalnim poslovima te društvenom poduzetništvu.

Aktivnosti:

- Potaknuti co-working prostore, inkubatore i akcelerate na razvoje posebnih programa usmjerenih mladim povratnicima i useljenicima.
- Osigurati financijske poticaje za mlade poduzetnike iz hrvatske dijaspore.
- Učinkovitije informirati hrvatsku dijasporu o mogućnostima ulaganja u Hrvatsku i poslovanja u Hrvatskoj.
- Omogućiti jednostavnije procedure registracije tvrtke, otvaranja poslovanja i sl. kroz posebne savjetodavne urede, koji ubrzavaju i olakšavaju administrativne procedure mladim useljenicima i povratnicima.

Obrazloženje

Malo i srednje poduzetništvo je obično motor razvoja uspješnih gospodarstava. Stoga ga države ne prepuštaju isključivo tržištu, već nacionalne institucije nalaze načine, mogućnosti i poticaje kako bi se taj segment razvijao što učinkovitije.

Poticanje malih i srednjih poduzeća, kao temelj razvoja cjelokupnog gospodarstva, trebao bi biti osnovni cilj Republike Hrvatske. Osim samog poticanja cjelokupnog gospodarstva osiguralo bi se slobodnije samozapošljavanje kreativnih i inovativnih ljudi, što bi rezultiralo ravnomjernim regionalnim razvojem, poboljšanjem poduzetničke infrastrukture, smanjenjem administrativnih problema te povećanjem konkurentnosti. (Lupić i Bujan, 2017: 73)

Država je dužna izraditi strategiju razvoja kojom se donose odluke vezane uz sam napredak Hrvatske. Taj napredak uključuje i poticanje malog i srednjeg poduzetništva, promjenu strukture djelatnosti, povećanje financijske stabilnosti i omogućavanje lakšeg financiranja, povećanje tehnološkog razvoja te zapošljavanje što većeg broja ljudi (Škrtić, 2006).

Hrvatska kao članica Europske unije u razvoju poduzetništva na raspolaganju ima europske fondove, koje u značajnoj mjeri koriste hrvatski poduzetnici. Također je poznato kako u Hrvatskoj postoji nekoliko institucija čiji je fokus usmjeren na poticanje i razvoj gospodarstva, ponajprije Ministarstvo rada, gospodarstva i poduzetništva (MINGORP), Hrvatska banka za obnovu i razvoj (HBOR), te Hrvatska agencija za malo gospodarstvo (HAMAG) i Poslovno-informacijski centar Hrvatske (BICRO), koji djeluju kao cjelina.

Državni poticaji služe za olakšavanje ulaska u poduzetništvo i prikupljanje potrebnih financijskih sredstava. Oni mogu biti u obliku nepovratnih potpora, subvencioniranja kamata na kredite, davanje kamata, zajednički garancijski programi i slično. Državni poticaji mogu se izdvajati iz dva dijela, iz centralnog proračuna ili iz proračuna lokalnih samouprava. Na međunarodnoj razini poticaji se odnose na sredstva koja se dodjeljuju iz proračuna Europske unije. Većina poticaja usmjerena je na mala i srednja poduzeća zbog toga što ona teže prikupljaju financijska sredstva, a većina je ljudi i Hrvatskoj i u Europi zaposlena u malim i srednjim poduzećima. (Lupić i Bujan, 2017: 74)

Važno je napomenuti kako prilikom prijave za neki od programa poticaja poduzetnik mora biti registriran kao pravna osoba, a stjecanje statusa pravne osobe nosi određene administrativne procedure, koje su uglavnom malo poznate ili čak nedostupne hrvatskim povratnicima i useljenicima iz dijaspore.

S druge strane vidjeli smo kako među njima postoji značajan interes, ne samo za povratak i useljavanje, već i poslovanje u Hrvatskoj i s hrvatskim organizacija, pa i pokretanje vlastitog posla.

Kako bi se njihove želje i planovi i ostvarili potrebno je stvoriti određene preduvjete, a prije svega olakšavanje poslovanja u Hrvatskoj, smanjenje administracije te pružanje određenih materijalnih preduvjeta – od prostora i infrastrukture do konkretnih financijskih potpora.

U tom smislu je kreirana i ova inicijativa, utemeljena na dokazima, istraživanjima i iskustvima sudionika provedenih radionica. Uvjereni smo kako bi se razvojem nove javne politike dodatno stimulirao proces povratka i useljavanja u Hrvatsku, posebice kod mlađih ciljnih skupina.

Literatura

- Lupić, M. i Bujan, I. (2017). **PODUZETNIŠTVO MLADIH – PRILIKE I PREPREKE.** Obrazovanje za poduzetništvo - E4E, 7 (1), str. 63-80.
- Škrtić, M. (2006). Poduzetništvo, Sinergija-nakladništvo d.o.o., Zagreb
- Mazars (2003.) <https://www.mazars.hr/Naslovna/Uvidi/Novosti/Financijske-novosti/Bespovratna-sredstva-za-poduzetnike-u-2023.-godini> (preuzeto: 1. srpnja 2023.)
- Europska komisija (2023.), https://commission.europa.eu/funding-tenders/how-apply/eligibility-who-can-get-funding_hr#mladi (pristupljeno: 10. srpnja 2023.)



PRIJEDLOG SMJERNICA U RAZVOJU JAVNIH POLITIKA

smjernica 3

Osnaživanje integracije povratnika i useljenika u studentski život u Hrvatskoj

**HUMANITARNA UDRUGA
FRA MLADEN HRKAĆ**

Zagreb, srpanj 2023.

Uvod

Humanitarna udruga „fra Mladen Hrkać“ provodi projekt ZA-JEDNO.HR – zaJEDNO srce, jedna duša, jedna HRVATSKA (br. ugovora UP.04.2.1.06.0051), koji sufinancira Europska unija iz Europskog socijalnog fonda (ESF), u okviru Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020. Projekt razvija tematsku mrežu „ZA-JEDNO.HR“ koja dionike okuplja oko tematskog područja *Iseljništvo kao pokretač razvoja u RH*. Kroz projekt se organizacije civilnoga društva iz Hrvatske i iz iseljništva osnažuju za ravnopravan dijalog s donositeljima politika na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini, gospodarskim sektorom i znanstveno-obrazovnim institucijama. Projekt potiče znanstvenoistraživački rad i međusektorsku suradnju koji poticajno djeluju na doprinos hrvatskog iseljništva društveno-ekonomskom razvoju u Republici Hrvatskoj.

Dio aktivnosti navedenog projekta je i projektni element 4. - Izrada smjernica za razvoj javnih politika utemeljenih na dokazima. *Policy* cilj je bio – **osigurati i unaprijediti uvjete za povratak pripadnika druge i treće generacije dijaspore u Hrvatsku i(li) iskoristiti njihov potencijal za gospodarski, društveni i kulturni razvoj Hrvatske.**

U sklopu dionice, tijekom lipanja i srpnja 2023. održane su tri debatne radionice sa minimalno 16 predstavnika organizacija hrvatskih iseljenika iz cijeloga svijeta. Cilj radionica je bio definirati minimalno 6 smjernica za unapređenje i razvoj novih javnih politika usmjerenih na hrvatsko iseljništvo na temelju provedenih znanstvenih istraživanja.

Tema debatne radionice 1. bila je analiza postojećih *policy* dokumenata i potreba hrvatskih iseljenika s posebnim naglaskom na mlade. Naime, kako bi se definirala prioritetna područja izrade novih javnih politika, na prvoj debatnoj radionici bio je cilj analizirati i raspraviti postojeće *policy* dokumente, kao što su Zakon o odnosima Republike Hrvatske s Hrvatima izvan Republike Hrvatske te Nacionalni plan razvoja odnosa Republike Hrvatske s Hrvatima izvan Republike Hrvatske do 2027. kako bi se utvrdile mogućnosti unapređenja javnih politika te otkrile potrebe i područja koja nisu dovoljno pokrivena. Također su raspravljani rezultati provedenih istraživanja među hrvatskim iseljenicima kako se otkrile potrebe i mogućnosti u definiranju novih javnih politika. Sudionici debate su se složili kako ne postoji dovoljno javnih politika usmjerenih prema mladima u hrvatskom iseljništvu (u prvom redu prema potomcima hrvatskih iseljenika, a potom mladima koji su se iselili protekla dva desetljeća). Također su ukazali na njihovu zainteresiranost za zbivanja u domovini i razinu ponosa na svoj identitet – s jedne strane, te globaliziranost,

mobilnost i spremnost na nove prilike i mogućnosti u pogledu posla, preseljena i sl. – s druge, što predstavlja dobre temelje za razvijanje novih odnosa, projekata, jačanja motivacije za povratak i useljavanje, poslovanje s Hrvatskom, lobiranje za njezine interese i promociju. U tom kontekstu ključni zaključak je bio kako bi nove javne politike trebale biti fokusirane na mlade.

Temeljem prve debatne radionice napravljen je prijedlog smjernica za izradu javnih politika za jačanje odnosa domovinske i iseljene Hrvatske, te stimuliranje povratka i useljavanja pripadnika dijaspore u Hrvatsku te su kroz javnu raspravu vrednovane. Također je ukazano na postojeće prepreke u njihovu ostvarenju i ograničenja, ali i dodatne mogućnosti povezivanja s postojećim projektima, inicijativama i sl.

Ukupno je raspravljeno osam smjernica, odnosno područja. Kroz finalnu raspravu (zbog preklapanja pojedinih inicijativa) sistematizirano je njih šest. To su sljedeće inicijative: Cirkuliranje mozgova (Projektna suradnja organizacija mladih i za mlade u Hrvatskoj i hrvatskih iseljeničkih zajednica / Uspostava i razvoj programa mentorstva); Osiguranje uvjeta za podršku poduzetništvu mladih povratnika i useljenika; Osnaživanje integracije iskustva povratnika u studentski život u RH; Iskorištavanje potencijala društvenih mreža za brendiranje Hrvatske kao pull faktora za privlačenje mladih; Korištenje potencijala umjetnosti za privlačenje i integraciju mladih iseljenika u Hrvatsku te Organiziranje zajedničkih sportskih aktivnosti i susreta mladih Hrvata iz cijelog svijeta.

U trećoj debatnoj radionici, raspravljene su predložene smjernice s različitih aspekata, a prvenstveno s razine njihovih učinaka, izvedivosti, opravdanosti, prihvatljivosti među ciljnim javnostima te društvenog utjecaja. Svi su sudionici radionice pozitivno predložili iznesene smjernice te posebno naglasili važnost angažmana i uključivanja lokalnog stanovništva u njihovu provedbu, smanjenje birokracije i administracije u njihovoj izvedbi te nužnosti digitalizacije pojedinih procesa.

Koordinator provedbe ovog projektnog zadatka bio je prof.dr.sc. Božo Skoko, redoviti profesor na Odsjeku za strateško komuniciranje Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu. A u ovom dokumentu prezentiramo smjernicu br. 3 - *Osnaživanje integracije povratnika i useljenika u studentski život u Hrvatskoj.*

Strani studenti u Hrvatskoj

Prema podacima SRCE-a broj stranih studenata, koji su upisali fakultete na hrvatskim sveučilištima ili veleučilištima 2022. bilo je 1.715. U odnosu na godinu ranije, zabilježili smo porast od 20 posto. Prema tumačenju Ministarstva znanosti i obrazovanja, ta brojka obuhvaća isključivo studente stranog državljanstva, koji redovno upisuju i pohađaju fakultet u Hrvatskoj. Prethodne akademske godine, 2021./2022., bilo je 1427 takvih studenata, od kojih je 1311 imalo samo strano državljanstvo, dok ih je 116 imalo dvojno državljanstvo - uglavnom hrvatsko i još jedno. Inače, ukupan broj studenata u Hrvatskoj u akademskoj godini 2020./2021. iznosio je, prema podacima Državnog zavoda za statistiku, 161.077. Usporedbe radi, 2013. godine bilo ih je nešto više od 166.000, što jasno govori o tome da se broj studenata u Hrvatskom tijekom tih sedam godina smanjio za oko tri posto.

Inače, stranim studentima je dostupno više od 120 studijskih programa na engleskom jeziku u Hrvatskoj. U Zagrebu ih je dostupno najviše – više od 70 takvih programa na državnim i privatnim visokoobrazovnim institucijama, u Splitu oko 20, u Rijeci 14, te u Dubrovniku i Osijeku manje od deset. Najviše stranih studenata navodno privlače medicinski fakulteti, ponajprije onaj u Splitu, potom Rijeci i Zagrebu. Slijede Veterinarski i Stomatološki fakulteti Sveučilišta u Zagrebu, potom RIT Croatia, Medicinski fakultet Sveučilišta u Osijeku, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Splitu, Sveučilište VERN u Zagrebu, i veleučilište Algebra te Zagrebačku škola ekonomije i managementa.

Prema statistikama, među stranim studentima najbrojniji su državljani Njemačke (oko 500 studenata), potom državljani Francuske i Slovenije, slijede državljani Bosne i Hercegovine, Izraela, Crne Gore, Italije, Španjolske, Norveške, SAD-a, Velike Britanije, Srbije, Mađarske, Ukrajine te Rusije.

Uz strane studente koji pohađaju cjelokupni studij u Hrvatskoj, puno stranih studenata dolazi na hrvatska sveučilišta i veleučilišta kroz programe razmjene. Najviše ih je iz zemalja Europske unije, koja ima najbolje organiziranu razmjenu. Primjerice, ERASMUS program bio je najveći program Europske unije za obrazovanje, osposobljavanje, mlade i sport u razdoblju od 2014. do 2020. godine. Obuhvaćao je sve europske i međunarodne programe i inicijative Europske unije u

području obrazovanja. Bio je usmjeren na jačanje znanja i vještina te zapošljivosti europskih građana, kao i na unaprjeđivanje obrazovanja, osposobljavanja te rada u području mladih i sporta. Posebno je usmjeren na povezivanje obrazovanja, osposobljavanja i sektora mladih s poslovnim sektorom, te je otvoren za njihove zajedničke projekte. (www.ec.europa.eu)

Erasmus+ je program studentske mobilnosti Europske unije, kojemu je cilj pridonositi strategiji Europa2020 za rast, radna mjesta, socijalnu pravednost i uključenost. Erasmus program za cilj ima i promicanje održivog razvoja svojih partnera u području visokog obrazovanja te doprinos postizanju ciljeva EU Strategije za mlade. Ovi su programi nedvojbeno pridonijeli većoj mobilnosti mladih unutar Europe, ali i međusobnom upoznavanju i povezivanju.

U tehničkom pogledu, studenti za vrijeme trajanja međunarodne razmjene ostaju upisani na svojoj matičnoj fakultet/akademiji. Studenti koji se nalaze u kategoriji onih koji imaju obavezu participacije u troškovima studija, za vrijeme trajanja razmjene dužni su nastaviti plaćati participaciju. Erasmus+ studentima se omogućuje mobilnost u ukupnom trajanju od 12 mjeseci za svaku razinu studija (preddiplomski, diplomski, poslijediplomski). Mobilnost je tijekom studija moguće ostvariti više puta - važno je poštivati uvjet od najviše 12 mjeseci po svakoj razini studija - u zbroj mjeseci ulazi i mobilnost studijskog boravka (SMS) i stručne prakse (SMP) npr. na istoj razini studija 6 mj. SMS + 6 mj. SMP =12 mjeseci. Studenti integriranih preddiplomskih i diplomskih studija mogu ostvariti mobilnost u ukupnom trajanju do 24 mjeseci za tu razinu studija. Od projektne godine 2021. mobilnost u okviru Erasmus+ programa i u okviru programa Erasmus Mundus računa se u zbroj 12 mjeseci po razini studija. Ako je student već dosegao granicu za jednu razinu studija, moći će se prijaviti za novu mobilnost studijskog boravka ili stručne prakse na drugoj razini studija. Ograničenje ukupnog trajanja mobilnosti se primjenjuje i na studente koji ostvaruju mobilnost u statusu zero-grant studenta. Erasmus+ studenti oslobođeni su plaćanja školarine na inozemnom visokom učilištu.¹

Važno je naglasiti da redoviti studenti državljani država članica Europske unije (EU studenti) od pristupanja Republike Hrvatske Europskoj uniji imaju jednaka prava na pristup obrazovanju kao i studenti državljani Republike Hrvatske. Između ostaloga, pravo na pristup obrazovanju podrazumijeva pravo na plaćanje istog iznosa školarine koji plaćaju studenti državljani Republike

¹ <http://www.unizg.hr/suradnja/medunarodna-razmjena/razmjena-studenata/studijski-boravak/erasmus/> (pristupljeno: 1. lipnja 2023.)

Hrvatske. Slijedom navedenoga, ako studenti državljani Republike Hrvatske imaju pravo na subvenciju školarine, isto pravo ostvaruju i EU studenti. Redoviti EU studenti također imaju pravo na subvencioniranu prehranu kao i studenti državljani RH. Studenti iz trećih zemalja upisuju se na visoka učilišta u sklopu kvota za strance i plaćaju iznose školarina koje propisuju sama visoka učilišta.

Strani studenti mogu u Republici Hrvatskoj studirati i u okviru bilateralnih međudržavnih programa te provesti razdoblje studija u Hrvatskoj u okviru programa Europske unije za obrazovanje, osposobljavanje, mlade i sport pod nazivom ERASMUS+ i u okviru regionalnog programa CEEPUS (Srednjoeuropski program razmjene za sveučilišne studije). Provedba ovih programa je u nadležnosti Agencije za mobilnost i programe Europske unije. Podaci o studijskim programima u RH koji se izvode na stranim jezicima dostupni su u Upisniku studijskih programa pretragom prema jeziku izvođenja, a podaci o sustavu visokog obrazovanja u RH i informacije organizaciji dolaska i boravka u RH dostupne su na portalu „Study in Croatia“²

Mogućnosti studiranja hrvatskih državljana, koji žive izvan Hrvatske na hrvatskim sveučilištima i veleučilištima

Na trećoj Plenarnoj sjednici Savjeta Vlade RH za Hrvate izvan RH, koja je održana 10. prosinca 2016. u Vukovaru jedan od zaključaka je bio kako je potrebno osiguravati posebne upisne kvote za mlađe naraštaje Hrvata izvan RH radi njihova upisa na sveučilišta u RH te osiguravati stipendije za studij, za pripadnike hrvatske manjine i iseljeničtva. Predviđene posebne upisne kvote definirane su člankom 2. Zakona o odnosima Republike Hrvatske s Hrvatima izvan Republike Hrvatske (NN 124/11, 16/12) odnose se:

- na pripadnike hrvatske manjine u europskim državama (u Republici Austriji, Republici Srbiji, Republici Sloveniji, Slovačkoj Republici, Rumunjskoj, Republici Makedoniji, Mađarskoj, Talijanskoj Republici, Crnoj Gori, Češkoj Republici, Republici Kosovo i Republici Bugarskoj)
- na Hrvate iseljenike u prekomorskim i europskim državama i njihove potomke.

² <https://gov.hr/hr/studiranje-za-strance-drzavljanu-rh/1078> (pristupljeno: 1. srpnja 2023.)

Proteklih godina praksu upisa mladih Hrvata iz dijaspore počeo je provoditi niz hrvatskih sveučilišta i veleučilišta.

Primjerice, Sveučilište u Zagrebu je sa Središnjim državnim uredom za Hrvate izvan RH potpisalo Sporazum kojim je predviđeno poticanje donošenja upisnih kvota za Hrvate izvan Republike Hrvatske s ciljem povratka Hrvata i potomaka Hrvata u Hrvatsku te pozitivnog djelovanja na ostanak mladih u hrvatskome društvu, čime se dugoročno jača demografski, gospodarski i opći napredak hrvatskoga društva. Senat Sveučilišta u Zagrebu potom je potvrdio posebnu kvotu za ove kandidate te sastavnice provode razredbene postupke za njih po posebno utvrđenim uvjetima upisa.³ Najveći broj upisnih mjesta osigurano je na Fakultetu hrvatskih studija Sveučilišta u Zagrebu (ukupno – 33 na dvopredmetnim studijima te 20 na jednopredmetnim studijima).

Upise omogućuju i Hrvatsko katoličko sveučilište te sveučilišta u Osijeku, Zadru, Splitu, Sveučilište Sjever, veleučilište Edward Bernays i dr.

Za upis studijskih programa u posebnoj kvoti namijenjenoj pripadnicima hrvatske nacionalne manjine i hrvatskog iseljništva, kandidati se prijavljuju izravno na fakultete, a fakulteti samostalno, prema prethodno objavljenim kriterijima, provode rangiranje kandidata te zadržavaju mogućnost provođenja razredbenog postupka. Važno je napomenuti da kandidati ne trebaju pristupati Državnoj maturi u Republici Hrvatskoj, nego trebaju dostaviti dokaz o završenom srednjoškolskom obrazovanju u državi u kojoj žive. Priznavanje inozemne srednjoškolske kvalifikacije provodi Agencija za odgoj i obrazovanje (inozemne srednjoškolske kvalifikacije o završenom srednjem obrazovanju u općim, gimnazijskim i umjetničkim programima) ili Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih (priznavanja inozemne srednjoškolske kvalifikacije o završenom srednjem obrazovanju u strukovnim programima).⁴

³ https://www.hrstud.unizg.hr/hrvati_izvan_rh (pristupljeno: 15. lipnja 2023.)

⁴ <https://www.dijaspora.hr/zelite-li-studirati-u-hrvatskoj-odobrena-je-posebna-upisna-kvota-za-hrvate-izvan-rh/3233> (pristupljeno: 16. Lipnja 2023.)

Problem i prijedlog rješenja

Kao što smo vidjeli, postoje politike vezane uz mogućnost studiranja u Hrvatskoj za hrvatske državljane rođene i odrasle izvan Hrvatske. Uz osigurane upisne kvote, Središnji državni ured osigurao je i određeni broj stipendija. A proteklih godina bilježimo u porast zanimanja na studiranje na hrvatskim sveučilištima i veleučilištima.

Uz emotivnu komponentu, kad je u pitanju studij u Hrvatskoj, studenti se prilikom upisa vode i drugim kriterijima kao što su:

- globalni rejting sveučilišta i veleučilišta u Hrvatskoj;
- kvaliteta konkretnog studijskog programa;
- konkretni uvjeti upisa (razredbeni postupak i sl.);
- dostupnog studijskih programa na engleskom i drugim jezicima;
- kvaliteta života u gradu, u kojem je smještena visoko obrazovna institucija, mogućnosti smještaja i drugih tehničkih aspekata studentskog života;
- umreženost s drugim studentima iz zemlje dolaska, koji su ranije upisali sličan ili isti studij (razmjena iskustava);

Nakon razgovora s mladima iz hrvatske dijaspore, koji studiraju u Hrvatskoj te održanih radionica, kao neki od ključnih problema iskristaliziralo se sljedeće:

- najveći dio kvalitetnih studijskih programa odvija se na hrvatskom jeziku, a studenti iz dijaspore slabo i nedovoljno poznaju jezik kako bi mogli pratiti nastavu;
- većina studenata iz dijaspore koji ne govore ili slabo govore hrvatski jezik, tijekom studija žele usavršiti znanje hrvatskog jezika, a to im uglavnom nije moguće paralelno zbog niza ograničenja (dostupnost škola, fleksibilnost učenja, studentske obveze i sl.);
- zbog navedenih ograničenja teže se uspijevaju integrirati i umrežiti s drugim domaćim studentima (stoga, uglavnom ostaju zatvoreni u krugove stranih studenata).

Sukladno navedenim problemima predlažemo sljedeća rješenja:

- povećanje studijskih programa i pojedinih kolegija na engleskom i drugim globalnim jezicima;

- omogućavanje fleksibilnijeg učenja hrvatskog jezika tijekom studiranja, kako bi mogli paralelno pratiti nastavu na hrvatskom i na engleskom, odnosno drugim jezicima;
- omogućavanje učenja engleskog jezika za studente koji dolaze s drugih govornih područja, npr, španjolskog te zainteresirane studente u Hrvatskoj;
- stvaranje svojevrsnih partnerstava između dolaznih (gostujućih) studenata iz dijaspore i domaćih studenata, kroz zajedničko svladavanje izazova studiranja, učenje, učenje jezika i sl.

U kontekstu prijedloga navodimo kao primjer dobre prakse iskustvo veleučilišta Edward Bernays iz Zagreba. Naime, oni imaju program *Be Ready To Return* kojim pozivaju hrvatske iseljenike i njihove potomke, odnosno mlade ljude iz dijaspore da dođu studirati u Hrvatsku. Nude im posebne školarine, ali i poseban sustav partnerstava, odnosno povezivanja s domaćim studentima, koji im omogućavaju snalaženje na studiju, ali i u Zagrebu te Hrvatskoj, koji im pomažu oko prevođenja, tumačenja i sl. Domaći studenti na taj način jačaju svoj engleski jezik, a dolazni studenti hrvatski, na neformalan način, što pridonosi učinkovitosti učenja te razumijevanju kultura. Njihovi studenti u ljetnom semestru također mogu upisati i poseban kolegij *Language tandems*, koji se izvodi u suradnji s Erasmus studentima i koji nudi osnove poslovno-akademske komunikacije na engleskom jeziku, tako se domaći studenti lakše odlučuju ići na razmjenu i praksu u inozemstvo. Na taj način domaći studenti jačaju svoje strane jezike, a gostujući svoj hrvatski jezik. Studenti koji su uključeni u partnerski program nagrađuju se kroz studijski obveze, odnosno ECTS bodove.

Inicijativa i smjernica za kreiranje novih javnih politika - *Osnaživanje integracije povratnika i useljenika u studentski život u Hrvatskoj*

Opis

Studiranje u Hrvatskoj može biti snažna motivacija za uspostavljanje novih kontakata s domovinom za potomke hrvatskih iseljenika, ali i prvi korak prema useljavanju i integraciji. Dok s jedne strane na taj način rješavaju jedno od važnih životnih pitanja, obrazuju se i planiraju svoju karijeru, istodobno pomažu Hrvatskoj, donoseći svoje znanje, kontakte i iskustva, te otvaraju potencijal trajnog nastanjenja u Hrvatskoj. Mladi povratnici

i useljenici iz dijaspore imaju nekoliko komparativnih prednosti, od kojih se posebno ističe poznavanje kulture i jezika zemlje iz koje su se vratili ili uselili u Hrvatsku. Te prednosti su potencijal za njihovu integraciju u studentski život u Hrvatskoj, kao i povezivanje s domaćim studentima. Upoznavanje hrvatskog jezika i kulture te integracija u hrvatskom društvo može biti kreativna, a ne opterećujuća! – upravo je to poruka koja može motivirati veći broj studenata iz dijaspore na studij u hrvatskoj, a potom i povratak, odnosno useljavanje.

Aktivnosti

- Potaknuti visoka učilišta na stvaranje prostora za vršnjačko učenje jezika i kulture zemlje iz koje su se mladi povratnici vratili u Hrvatsku (poticajan primjer je: Language tandems na Veleučilištu Bernays);
- Omogućiti domaćim studentima zainteresiranima za programe partnerstava određene benefite u smislu studiranja, kako bi program postao motivacijski element;
- Snažnije promovirati, ne samo mogućnost studiranja u Hrvatskoj, već paralelnog učenja hrvatskog jezika i upoznavanja hrvatske kulture, odnosno programe kreativne integracije u hrvatsko društvo.

Zaključak

Broj stranih studenata koji studiraju u Hrvatskoj iz godine u godinu raste. Također je značajan broj studenata koji dolazi na studij u Hrvatskoj kroz programe razmjene, prvenstveno Erasmus +. Od 2016. godine, zahvaljujući angažmanu Središnjeg državnog ureda za Hrvate izvan Hrvatske, otvorene su mogućnosti dolaska većeg broja studenata iz hrvatske dijaspore, odnosno hrvatskih državljana iz europskih i prekomorskih zemalja. Naime, najveći dio hrvatskih sveučilišta i veleučilišta objavljuje posebne kvote za upise mladih iz dijaspore, omogućivši im studije na engleskom (tamo gdje su dostupni) i hrvatskom jeziku.

Početni odaziv je pokazao zainteresiranost mladih iz dijaspore, ali i konkretne poteškoće s kojima se susreću prilikom dolaska i studiranja u Hrvatskoj. Za razliku od stranih studenata, koji se vode prvenstveno rejtingom i kvalitetom studija te uvjetima studiranja na pojedinim studijima i gradovima, mladi iz dijaspore se vode i emotivnim razlozima. No i uz ljubav prema domovini, jedna od ključnih prepreka je činjenica što se najveći dio kvalitetnih studijskih programa odvija na hrvatskom jeziku, a studenti iz dijaspore slabo i nedovoljno poznaju jezik kako bi mogli pratiti nastavu. Uz to većina studenata iz dijaspore koji ne govore ili slabo govore hrvatski jezik, tijekom studija žele usavršiti znanje hrvatskog jezika, a to im uglavnom nije moguće paralelno zbog niza ograničenja (dostupnost škola, fleksibilnost učenja, studentske obveze i sl.). Zbog navedenih ograničenja teže se uspijevaju integrirati i umrežiti s drugim domaćim studentima (stoga, uglavnom ostaju zatvoreni u krugove stranih studenata).

Već postoje pokušaji jačanja mogućnosti integracije i lakšeg učenja hrvatskog jezika, primjerice kroz programe partnerstava između domaćih i inozemnih studenata, koje provode samoinicijativno pojedini fakulteti. Međutim, kako bismo povećali broj studenata iz dijaspore te im omogućili lakšu integraciju potrebno je kreirati nove politike, odnosno potaknuti sveučilišta i veleučilišta da se kvalitetnije posvete tom problemu te to postane redoviti dio ponude. Stvaranje svojevrsnih partnerstava između dolaznih (gostujućih) studenata iz dijaspore i domaćih studenata, kroz zajedničko svladavanje izazova studiranja, učenje, učenje jezika i sl. može biti snažan motivacijski faktor te omogućiti kreativnu integraciju mladih useljenika i povratnika u hrvatsko društvo.

Također preporučamo povećanje ponude studijskih programa i pojedinih kolegija na engleskom i drugim globalnim jezicima; omogućavanje fleksibilnijeg učenja hrvatskog jezika tijekom studiranja, kako bi mogli paralelno pratiti nastavu na hrvatskom i na engleskom, odnosno drugim jezicima; omogućavanje učenja engleskog jezika za studente koji dolaze s drugih govornih područja, npr, španjolskog za studente iz Južne Amerike.

Uz to, studiranje u Hrvatskoj može biti snažna motivacija za uspostavljanje novih kontakata s domovinom za potomke hrvatskih iseljenika, ali i prvi korak prema useljavanju i integraciji. Dok s jedne strane na taj način rješavaju jedno od važnih životnih pitanja, obrazuju se i planiraju svoju karijeru, istodobno pomažu Hrvatskoj, donoseći svoje znanje, kontakte i iskustva, te otvaraju potencijal trajnog nastanjenja u Hrvatskoj.

Izvori

- Sveučilište u Zagrebu, <http://www.unizg.hr/suradnja/medunarodna-razmjena/razmjena-studenata/studijski-boravak/erasmus/> (pristupljeno: 1. lipnja 2023.)
- Fakultet hrvatskih studiji Sveučilišta u Zagrebu, https://www.hrstud.unizg.hr/hrvati_izvan_rh (pristupljeno: 15. lipnja 2023.)
- Dijaspورا.hr, <https://www.dijaspورا.hr/zelite-li-studirati-u-hrvatskoj-odobrena-je-posebna-upisna-kvota-za-hrvate-izvan-rh/3233> (pristupljeno: 16. Lipnja 2023.)
- Vlada Republike Hrvatske, <https://gov.hr/hr/studiranje-za-strane-drzavljanu-u-rh/1078> (pristupljeno: 1. srpnja 2023.)
- Veleučilište Edward Bernays, www.bernays.hr



PRIJEDLOG SMJERNICA U RAZVOJU JAVNIH POLITIKA

smjernica 4

Iskoristiti potencijal društvenih mreža te kredibilitet mladih povratnika i useljenika za brendiranje Hrvatske kao *pull faktora* za privlačenje mladih iz dijaspore

HUMANITARNA UDRUGA
FRA MLADEN HRKAĆ

Zagreb, srpanj 2023.

Uvod

Humanitarna udruga „fra Mladen Hrkać“ provodi projekt ZA-JEDNO.HR – zaJEDNO srce, jedna duša, jedna HRVATSKA (br. ugovora UP.04.2.1.06.0051), koji sufinancira Europska unija iz Europskog socijalnog fonda (ESF), u okviru Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020. Projekt razvija tematsku mrežu „ZA-JEDNO.HR“ koja dionike okuplja oko tematskog područja *Iseljništvo kao pokretač razvoja u RH*. Kroz projekt se organizacije civilnoga društva iz Hrvatske i iz iseljništva osnažuju za ravnopravan dijalog s donositeljima politika na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini, gospodarskim sektorom i znanstveno-obrazovnim institucijama. Projekt potiče znanstvenoistraživački rad i međusektorsku suradnju koji poticajno djeluju na doprinos hrvatskog iseljništva društveno-ekonomskom razvoju u Republici Hrvatskoj.

Dio aktivnosti navedenog projekta je i projektni element 4. - Izrada smjernica za razvoj javnih politika utemeljenih na dokazima. *Policy* cilj je bio – **osigurati i unaprijediti uvjete za povratak pripadnika druge i treće generacije dijaspore u Hrvatsku i(li) iskoristiti njihov potencijal za gospodarski, društveni i kulturni razvoj Hrvatske.**

U sklopu dionice, tijekom lipanja i srpnja 2023. održane su tri debatne radionice sa minimalno 16 predstavnika organizacija hrvatskih iseljenika iz cijeloga svijeta. Cilj radionica je bio definirati minimalno 6 smjernica za unapređenje i razvoj novih javnih politika usmjerenih na hrvatsko iseljništvo na temelju provedenih znanstvenih istraživanja.

Tema debatne radionice 1. bila je analiza postojećih *policy* dokumenata i potreba hrvatskih iseljenika s posebnim naglaskom na mlade. Naime, kako bi se definirala prioritetna područja izrade novih javnih politika, na prvoj debatnoj radionici bio je cilj analizirati i raspraviti postojeće *policy* dokumente, kao što su Zakon o odnosima Republike Hrvatske s Hrvatima izvan Republike Hrvatske te Nacionalni plan razvoja odnosa Republike Hrvatske s Hrvatima izvan Republike Hrvatske do 2027. kako bi se utvrdile mogućnosti unapređenja javnih politika te otkrile potrebe i područja koja nisu dovoljno pokrivena. Također su raspravljani rezultati provedenih istraživanja među hrvatskim iseljenicima kako se otkrile potrebe i mogućnosti u definiranju novih javnih politika. Sudionici debate su se složili kako ne postoji dovoljno javnih politika usmjerenih prema mladima u hrvatskom iseljništvu (u prvom redu prema potomcima hrvatskih iseljenika, a potom mladima koji su se iselili protekla dva desetljeća). Također su ukazali na njihovu zainteresiranost za zbivanja u domovini i razinu ponosa na svoj identitet – s jedne strane, te globaliziranost,

mobilnost i spremnost na nove prilike i mogućnosti u pogledu posla, preseljena i sl. – s druge, što predstavlja dobre temelje za razvijanje novih odnosa, projekata, jačanja motivacije za povratak i useljavanje, poslovanje s Hrvatskom, lobiranje za njezine interese i promociju. U tom kontekstu ključni zaključak je bio kako bi nove javne politike trebale biti fokusirane na mlade.

Temeljem prve debatne radionice napravljen je prijedlog smjernica za izradu javnih politika za jačanje odnosa domovinske i iseljene Hrvatske, te stimuliranje povratka i useljavanja pripadnika dijaspore u Hrvatsku te su kroz javnu raspravu vrednovane. Također je ukazano na postojeće prepreke u njihovu ostvarenju i ograničenja, ali i dodatne mogućnosti povezivanja s postojećim projektima, inicijativama i sl.

Ukupno je raspravljeno osam smjernica, odnosno područja. Kroz finalnu raspravu (zbog preklapanja pojedinih inicijativa) sistematizirano je njih šest. To su sljedeće inicijative: Cirkuliranje mozgova (Projektna suradnja organizacija mladih i za mlade u Hrvatskoj i hrvatskih iseljeničkih zajednica / Uspostava i razvoj programa mentorstva); Osiguranje uvjeta za podršku poduzetništvu mladih povratnika i useljenika; Osnaživanje integracije iskustva povratnika u studentski život u RH; Iskorištavanje potencijala društvenih mreža za brendiranje Hrvatske kao pull faktora za privlačenje mladih; Korištenje potencijala umjetnosti za privlačenje i integraciju mladih iseljenika u Hrvatsku te Organiziranje zajedničkih sportskih aktivnosti i susreta mladih Hrvata iz cijelog svijeta.

U trećoj debatnoj radionici, raspravljene su predložene smjernice s različitih aspekata, a prvenstveno s razine njihovih učinaka, izvedivosti, opravdanosti, prihvatljivosti među ciljnim javnostima te društvenog utjecaja. Svi su sudionici radionice pozitivno predložili iznesene smjernice te posebno naglasili važnost angažmana i uključivanja lokalnog stanovništva u njihovu provedbu, smanjenje birokracije i administracije u njihovoj izvedbi te nužnosti digitalizacije pojedinih procesa.

Koordinator provedbe ovog projektnog zadatka bio je prof.dr.sc. Božo Skoko, redoviti profesor na Odsjeku za strateško komuniciranje Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu. A u ovom dokumentu prezentiramo smjernicu br. 4. - *Iskoristiti potencijal društvenih mreža te kredibilitet mladih povratnika i useljenika za brendiranje Hrvatske kao „pull faktora“ za privlačenje mladih iz dijaspore.*

Teorijski koncept na kojem počiva prijedlog smjernice i prethodna istraživanja

Imidž države igra značajnu ulogu u međunarodnim odnosima jer se izravno odražava na njezin gospodarski i vanjskopolitički položaj, te izravno utječe na turističku posjećenost, ulaganja, privlačenje stanovnika, kupnju proizvoda iz te zemlje, kao i utjecaj u međunarodnim asocijacijama i institucijama. To potvrđuju mnogobrojna istraživanja i autori kao što su: Anholt (2007), Dinnie (2008), Jaffe i Nebenzahl (2006), Kunczik (1997), Martin i Eroglu (1993), Papadopoulos i Heslop (1993) i drugi te potkrjepljuju dva teorijska koncepta – Koncept zemlje podrijetla (The country-of-origin effect) i koncept Meke moći (Soft power). Godine 1993. objavljeno je istraživanje Papadopoulosa i Heslopa vezano uz učinak zemlje podrijetla. Godine 1994. Peterson i Jolibert pronašli su 184 članka objavljena u akademskim časopisima koji su se odnosili na učinak imidža zemlje. (Kotler i Gertner, 2005: 43) Nalazi su konstantno potvrđivali činjenicu da potrošači koriste imidž zemlje podrijetla nekog proizvoda kao indikator njegove kvalitete. Promatrano je na koji način jednostavna manipulacija zemljom podrijetla ili oznakom “Made in” utječe na stavove ljudi čak i kada mogu vidjeti, opipati, probati i kušati sam fizički proizvod. Fenomen meke moći prvi je analizirao Joseph Nye (1990, 2002, 2004), pišući o dominaciji SAD-a u svijetu, koja se ne temelji samo na vojnoj i ekonomskoj sili, već i na tzv. trećoj dimenziji koju je Nye nazvao soft power. Nye meku moć definira kao sposobnost uvjeravanja drugih da žele što vi želite. „Država može postići rezultate koje želi u svjetskoj politici zato što je druge države žele slijediti, diviti se njezinim vrijednostima, oponašati njezin primjer, težiti njezinoj razini napretka i otvorenosti“ (Nye, 2003: 8). Dakle, oba koncepta jasno govore o snazi imidža u međunarodnim odnosima. Kotler i Gertner (2005: 43) drže kako imidži mogu biti dugotrajni i teško ih je mijenjati, ali, dodaju, kako se mogu vrednovati i izmjeriti, a marketinški stručnjaci ipak mogu njima upravljati i na njih utjecati. To se čini logičnim kad se zna kako su imidži umjetno stvoreni, a ljudi djeluju prema onome što vjeruju da je istina a ne na temelju istine pa "objektivna stvarnost" u ljudskom životu igra manju ulogu od "percepcije stvarnosti" (Papadopoulos, 1993). Upravo zbog toga posljednjih godina iznimna se važnost pridaje „kreiranju“ imidža, odnosno stvaranju poželjne slike u javnosti, koja često uopće ne odgovara realnosti, ali ljudi u nju vjeruju. Prema Boorstinu (2000) imidž se može više ili manje uspješno proizvesti, popraviti, doraditi, obnoviti, osvježiti... Međutim, nacionalni imidži nastaju prilično kompleksno i dugotrajno te na njihov nastanak utječu

mnogobrojni elementi, a ponajviše postojeći stereotipi, predrasude pa i manjak relevantnih informacija. U suvremenoj literaturi ovom problematikom se najiscrpnije bavio britanski teoretičar Simon Anholt (2007). On tvrdi kako se država može ponašati besprijeekorno desetljećima, ali i dalje biti opterećena lošim ugledom koji je stvoren davno prije, a možda čak ni onda to nije bilo pošteno. U takvim slučajevima jasno je da se besprijeekorno ponašanje države ne primjećuje i na njega se ne može osloniti da će otkloniti negativnu percepciju. Zato je sasvim opravdano kad vlada takve države pokušava izravno utjecati na svoj ugled. Pojednostavljeno rečeno, percepcija države, prema Anholtu (2000) se stvara: kroz stvari koje se rade u državi i način na koji se rade, kroz stvari koje se proizvode u državi i način na koji se proizvode, kroz način na koji drugi ljudi govore o državi, te kroz način na koji država govori o sebi. Drukčijim riječima kazano, šest prirodnih kanala u kreiranju imidža, prema istom autoru su: turistička promocija i iskustva ljudi iz prve ruke; izvozni proizvodi (kroz koje je iskazana zemlja podrijetla); političke odluke državne vlade; način na koji država dolazi do stranih ulaganja, regrutiranja stranih talenata i studenata te prisutnost stranih tvrtki u državi; kulturna razmjena i kulturne aktivnosti te izvozni kulturni proizvodi; državljani određene države (istaknuti državnici, medijske i sportske zvijezde, obični ljudi...).

Listi Simona Anholta, u hrvatskom slučaju i slučaju sličnih iseljeničkih zemalja, nedvojbeno treba pribrojiti i način kako se iseljenici određene zemlje predstavljaju u zemlji primateljici, te općenito kako govore o svojoj domovini i kako se ponašaju. Naime, nema dvojbe kako iseljenici predstavljaju značajan izvor percepcije o državama sa značajnijom dijasporom. Prva informacija, odnosno dojam o Hrvatskoj i Hrvatima značajnom broju građana u pojedinim stranim državama stigla je upravo od hrvatskih iseljenika. (opširnije: Skoko, 2015: 129) Važnu ulogu dijaspore u stvaranju imidža zemlje njihova podrijetla potvrđuje i niz znanstvenika koji su izučavali taj fenomen. „Pripadnici dijaspore su označeni kao „veleposlanici“ matične države u zemlji u kojoj žive, te djeluju kao sredstvo javne diplomacije matične države“ (Bravo, 2015: 285).

Bravo (2015: 287) smatra da dijaspora mogu pridonijeti promotivnim naporima svoje zemlje, odnosno javnoj diplomaciji matične države u državi u kojoj žive te istodobno javnoj diplomaciji države u kojoj žive u njihovoj matičnoj državi. Jasno kako bi bili produžena ruka javne diplomacije svoje države jako je važno uskladiti napore s matičnom državom, a alati koji su im na raspolaganju su kulturne aktivnosti, obrazovne razmjene, ali i dnevne interakcije... Dijaspore dijele baštinu država podrijetla putem umjetnosti, glazbe, filma, književnosti, fotografije, kuhinje, i drugih

kulturnih elemenata. Njihovo aktivno promicanje te, ponekad njihovo korištenje kao sredstva prosvjeda, oblik je kulturne diplomacije i zagovaranja. Izloženost kulturi neke države putem dijaspore može služiti kao portal kroz koji ljudi u državi domaćinu razvijaju širi interes za domovinu te dijaspore – uključujući njene političke i gospodarske okolnosti. (Newland, 2010, prema Bravo, 2015: 286) Zahvaljujući dvojnog državljanstvu pripadnici dijaspore imaju mogućnost i uspostavljanja dvosmjernog protoka političkog utjecaja, i kod kuće i u zemlji domaćina (Yun, 2012, prema Bravo, 2015: 286). Proces izgradnje odnosa koji se uspostavlja između nacionalnih država i njihovih dijaspora u državama domaćinima može se bolje razumjeti kroz prizmu pristupa integriranoj javnoj diplomaciji, koji uzima u obzir, ne jedan nego tri sloja javne diplomacije: relacijska javna diplomacija (na primjer, programi meke moći), posredovana javna diplomacija (uporaba globalnih medija i društvenih medija) i brendiranje država (kao strateški pristup stvaranja reputacije država). (Golan, 2013, prema Bravo, 2013: 289)

Unatoč brojnosti hrvatske dijaspore i njezinim kontinuiranim naporima u pogledu promocije Hrvatske u svijetu, moramo priznati kako je strateški pristup Republike Hrvatske u pogledu „iskorištavanja“ tog potencijala prilično neiskorišten. U stoljeću u kojem živimo rijetke su države koje nisu fokusirane na upravljanje svojim identitetom i imidžom, odnosno koje svoj ugled u svijetu prepuštaju slučajnosti. A strateško upravljanje imidžom stalni je proces istraživanja imidža zemlje među njezinom publikom, raslojavanje i ciljanje njezina specifičnog imidža i njezine demografske publike, pozicioniranje njezinih pogodnosti tako da podržavaju postojeći imidž ili da stvore novi imidž, te prenošenje tih prednosti ciljanoj publici (Kotler i dr., 1993: 142). A kako bi se moglo upravljati imidžom države, prvi je korak istražiti kakav je imidž zemlje u svijetu, odnosno kako ju percipiraju različite društvene skupine.

Mladi useljenici i povratnici kao *influenceri*

U izradi ove smjernice smo se fokusirali na važnu ulogu pripadnika drugog i trećeg naraštaja hrvatskih iseljenika, koji su nakon rođenja i(li) školovanja u inozemstvu doselili u domovinu svojih očeva i(li) majki, odnosno baka i(li) djedova. Poznato je da su njihovi roditelji, odnosno iseljenici i povratnici te njihov pogled na Hrvatsku do sada bili češći objekt znanstvenog interesa. Međutim, prilično je ostala neistražena ta interakcija između prve i druge generacije u pogledu percepcije Hrvatske te uopće imidž Hrvatske kod mlađih naraštaja. Naime, poznato je kako za

prvu generaciju pojmovi „dom“ ili „domovina“ ostaju fiksni. San o mogućem povratku u domovinu je glavna tema, pa su iz tog razloga njihove priče o "domu" prve referentne točke za izgradnju pripadnosti druge generacije. Međutim druga generacija ima složeniji odnos prema roditeljskoj domovini. (Kilinc, 2014:14) Naime, na njihovu percepciju su utjecali i mnogobrojni drugi čimbenici izvan tog kruga, pa su pored te „naslijeđene“ ili subjektivne slike stvorili i racionalniju percepciju. Tim fenomenom se bavi jedan od ključnih radova, kojim smo se vodili –

- Skoko, Božo; Beljo, Adrian (2017.) Imidž Hrvatske iz perspektive drugog i trećeg naraštaja hrvatskih iseljenika – povratnika i useljenika u Hrvatsku, *Hrvatska izvan domovine II – Zbornik radova predstavljenih na Drugom hrvatskom iseljeničkom kongresu u Šibeniku 1.-3- srpnja 2016.* (Sopta, Marin; Lemić, Vlatka; Korade, Mijo; Rogić, Ivan i Perić Kaselj, Marina, ur.), Centar za istraživanje hrvatskog iseljeničtva, Zagreb, str. 401. – 408.

Imidž Hrvatske iz perspektive drugog i trećeg naraštaja smo istraživali na temelju polustrukturiranih intervju. Ukupno je intervjuiran 21 ispitanik - 15 mladih useljenika, hrvatskoga podrijetla (SAD, Kanada, Australija, Argentina, Njemačka, Velika Britanija; Švedska, Južnoafrička Republika) te 6 useljenika, stranaca (SAD, Velika Britanija, Austrija). Istraživanje je pokazalo kako su mladi u dijaspori svoju prvu percepciju o Hrvatskoj stvorili u obitelji. Često je ona bila opterećena slikom i emocionalnim odnosom njihovih roditelja prema tadašnjoj jugoslavenskoj državi. Naime, iz nje su najčešće odlazili zbog političkih razloga i(li) teške socijalne situacije te su bili svjesni kršenja ljudskih prava i jednonumlja koje je promovirala. Istodobno je to bio i svojevrsni žal za rodnom grudom i zavičajem, te stalna nada i iščekivanje u pogledu stvaranja samostalne i suverene hrvatske države, koja je mnogima od njih bila preduvjet za život u domovini. Međutim, nakon demokratskih promjena i raspada Jugoslavije, dio iseljenika se odlučio za povratak bez zadržke, dok je drugi dio (koji je idealizirao samostalnu hrvatsku državu) postao razočaran ili je zadržao svojevrsnu skeptičnost i prema državnim institucijama i stanju u zemlji i nakon stvaranja hrvatske države. Treći dio je nastavio živjeti u nadi povratka, ali to nije bilo moguće zbog posla, obiteljskih veza i sl. U odnosu na njih mladi su mogli bez opterećenja i puno slobodnije birati svoju budućnost te su često pokazivali više odlučnosti pa i avanturizma u pogledu povratka i(li) useljenja. Neki od njih su učinili čak i ono što se njihovi roditelji nisu usudili. Pritom su itekako bile važne veze s domovinom koje su razvijali od rođenja u obiteljskom ozračju, te su dvojni identitet pretvorili u prednost života u globalizaciji. Nekima su baš roditelji usadili ljubav prema domovini i želju za povratkom (useljenjem), a neki su kroz stalne kontakte s domovinom, na temelju interesa, se odlučili za život u Hrvatskoj.

Danas sami istražuju i otkrivaju domovinu svojih roditelja. U tom odnosu dakako ima i emocionalnog pristupa, ali ipak prevladavaju racionalne prosudbe prednosti i nedostataka u odnosu na zemlju rođenja ili odrastanja. Ako analiziramo razloge života u Hrvatskoj, onda vidimo kako je mladima posebno važna kvaliteta života i često su za nju spremni žrtvovati i zaradu. Imidž Hrvatske iz njihove perspektive govori o lijepoj zemlji po mjeri čovjeka, koja je odlično pozicionirana u Europi i čije tržište se tek razvija i nije zasićeno, ali i čija je državna administracija obilježena socijalističkim mentalitetom i ima mnogobrojne prepreke za poslovanje. Mladi druge i treće generacije po svojim razmišljanjima i stajalištima o Hrvatskoj prilično su slični useljenicima strancima. Oni su optimisti koji navedene poteškoće smatraju privremenima i otklonjivima. Za razliku od svojih roditelja oni su spremniji na rizik, avanturu, pa i davanje dodatne šanse Hrvatskoj. Čak su realniji u sagledavanju prilika, mogućnosti i nedostataka, te nisu opterećeni ideološkim podjelama iz prošlosti, iako su itekako svjesni teškog bremena socijalističkog nasljeđa. Možemo pretpostaviti kako je među njihovim roditeljima bilo više idealiziranja Hrvatske pa su time i razočaranja veća. Imajući u vidu kako su doselili iz razvijenijih dijelova svijeta, kojemu teže mnogobrojni naši mladi u potrazi za boljim životnim standardom, te da su globalno umreženi, s pravom možemo reći kako mladi useljenici mogu biti idealni promotori Hrvatske i njezina nova veza sa svijetom budući da odašilju sasvim novu sliku Hrvatske, lišenu bilo kakvih pretjerivanja, ali činjenično točnu. Nažalost, vrlo često prednosti koje navode, mi u domovini smo kadri omalovažavati ili nedovoljno isticati, vjerujući kako je uvijek negdje drugdje bolje.

Dakle, riječ je o idealnim influencerima u njihovim zemljama rođenja i odrastanja. A njima možemo pribrojiti kao dodatnu ciljnu skupinu mlade, koji i dalje žive u dijaspori, a koji su povezani s Hrvatskom (kao turisti, posjetitelji, sportski navijači i sl.). Oni iz prve ruke mogu svjedočiti o Hrvatskoj, promovirati njezin novi identitet i imidž te tako predstavljati „pull faktor“ svima koji razmišljaju o useljavanju ili povratku.

Inicijativa i smjernica za kreiranje novih javnih politika - Iskoristiti potencijal društvenih mreža te kredibilitet mladih povratnika i useljenika za brendiranje Hrvatske kao *pull faktora* za privlačenje mladih iz dijaspore

Budući da su društvene mreže postale ključni alat u promoviranju i komuniciranju ideja, vrijednosti, inicijativa pa i mogućnosti povratka i useljavanja, osobito kod mladih (kako u Hrvatskoj, tako i u inozemstvu), smatramo kako je moguće iskoristiti potencijal društvenih mreža u brendiranju Hrvatske kao *pull faktora* za privlačenje mladih iz dijaspore.

Dakle, imajući u vidu, kako brisanjem granica između online i offline svijeta, influenceri imaju sve veću ulogu u životima mladih, moguće je iskoristiti njihov utjecaj za promoviranje pozitivnih aspekata života i rada u Hrvatskoj među mladima u dijaspori. Kako bismo dobili na autentičnosti influenceri mogu biti oni koji imaju kredibilitet u prosudbi životnih uvjeta u Hrvatskoj, a to su povratnici i useljenici.

Stoga predlažemo sljedeću **aktivnost**:

- Organizacija i edukacija influencera iz Hrvatske (useljenici i povratnici) i inozemstva (mladi u hrvatskoj dijaspori koji su značajnije povezani s domovinom) o mogućnostima života i rada u Hrvatskoj, s posebnim naglaskom na mlade, kao poticaj povratku i useljavanju mladih iz dijaspore.

Kao što smo vidjeli oni prilično motivirana ciljna skupina, koja objektivno prosuđuje prednosti i nedostatke života u Hrvatskoj te čija prosudba može biti relevantna za njihove vršnjake u pojedinim zemljama iz kojih dolaze.

Pritom, imidž Hrvatske iz perspektive mladih druge i treće generacije hrvatskih iseljenika se u dobroj mjeri preklapa sa suvremenim identitetom Hrvatske, kakav želimo predstaviti svijetu i koji bi mogao biti motivirajući za useljavanje i(li) povratak. Kao podlogu u tom promišljanju uzimamo nalaze *Radne skupine za razvoj identiteta i brenda Republike Hrvatske*, koju je utemeljila bivša hrvatska predsjednica Kolinda Grabar Kitarović 2018.

Cilj radne skupine, u koju je imenovano 45 stručnjaka s različitih područja djelovanja, bio je ponuditi smjernice razvoja Hrvatske kao brenda, utemeljene na nacionalnom identitetu. Radna

skupina je djelovala od studenoga 2018. do veljače 2020. te je postigla konsenzus oko ključnih elemenata suvremenog hrvatskog identiteta i poželjnog brenda, a Vladi je isporučila strateški dokument s preporukama.

Imajući u vidu potrebu da moderni identitet Hrvatske bude poželjan, motivirajući i prilagodljiv različitim kontekstima i ciljnim javnostima, tijekom rada radne skupine inzistiralo se na širenju perspektiva i postizanju zajedničkih rješenja. Rezultati radne skupine, dakle, predstavljaju konsenzus nastao temeljem zajedničkog rada heterogene skupine stručnjaka, predstavnika različitih dijelova društva.

Radna skupina izdvojila je sedam odrednica identiteta po kojima se Hrvatska može razlikovati od konkurentskih zemalja. To su odrednice identiteta koje nas mogu snažno pozicionirati u svijesti ciljnih javnosti:

- karakteristike naših ljudi,
- životni stil u Hrvatskoj,
- naše prirodne ljepote i raznolikost,
- naša očuvanost i inovativnost kao osnova za nova ulaganja i gospodarski uspjeh,
- društvena odgovornost države prema njezinim građanima,
- naše kulturno bogatstvo te hrvatska hrana i gastronomija.

Sve odrednice su testirali na reprezentativnom uzorku građana Hrvatske i dobili potvrdu da većina naših sugrađana percipira ove odrednice kao naše jedinstvene karakteristike:

1. Ljudi u Hrvatskoj su neotuđeni, srčani, ponosni, snalažljivi, vrijedni i gostoljubivi, snažnog karaktera, uvijek spremni pomoći jedni drugima (od Domovinskog rata do humanitarnih akcija, poput prikupljanja sredstava za pomoć liječenju), uspješni u sportu, znanosti, kulturi i gospodarstvu.
2. Hrvatska je sigurna zemlja, nudi mogućnost uravnoteženog i opuštenog stila života, u kojem ljudi uspješno balansiraju između ambicija i užitka, posla i vremena s obitelji i prijateljima.
3. Hrvatska ima prekrasnu i bioraznoliku prirodu, more i rijeke, nizine i planine, pitomo i divlje, nacionalne parkove i rezervate... na malom prostoru pruža velika iskustva. Da je Hrvatska prekrasna zemlja, osim visokim stupnjem slaganja kojeg iskazuju građani

- Hrvatske, svjedoče i međunarodna istraživanja koja kao jednu od prvih asocijacija na Hrvatsku ističu upravo njezinu ljepotu prirode (beautiful). Kada prirodnim ljepotama pridodamo raznolikost, koju je moguće iskusiti na malom zemljopisnom području, ova se odrednica definitivno potvrđuje kao naša diferencijacijska prednost.
4. Hrvatska je očuvana i inovativna, nudi prilike za ulaganje u nove tehnologije i obnovljive izvore energije, ima bogate prirodne resurse i kreativne, vrijedne i talentirane ljude, kao osnovu za ekonomski uspjeh. Hrvatski inovatori, poduzetnici i znanstvenici godinama pridonose pozitivnoj percepciji Hrvatske. Kroz povijest su poznati naši vizionari, inovatori i lideri koji su mijenjali svijet. Jednako tako, Hrvatska i danas ima ljude koji „pomiču granice“ tradicionalnih pristupa industriji, poslovanju, znanosti i istraživanju. Građani Hrvatske, kao što je vidljivo iz strukturnog kruga na grafičkom prikazu, u većoj mjeri prepoznaju inovativnost i očuvanost Hrvatske kao osnovu za nova ulaganja i razvoj.
 5. Hrvatska osigurava zdravstvenu skrb i obrazovanje dostupno svima. Hrvatska je u kontekstu javnih politika zdravstva i obrazovanja zemlja koja osigurava zdravstvenu skrb i obrazovanje visoke kvalitete i dostupno svim njezinim građanima. Kao što sugeriraju postotci na grafičkom prikazu, većina naših stanovnika ima istu percepciju. Nedavna kriza uzrokovana pandemijom COVID-19 virusa potvrdila je da je društvena odgovornost u ova oba segmenta bila na vrlo visokoj razini. Upravljanje krizom i spremnost zdravstvenog sustava su nas istakli među mnogim (razvijenijim) zemljama, pa možemo reći da je (potpuno neplanski) ova situacija pridonijela i hrvatskom brendiranju.
 6. Hrvatska je kulturni dragulj, kulturološki povezuje istok i zapad, mediteransku i kontinentalnu Europu i tradicionalnu i suvremenu umjetnost i nudi očuvanu i globalno prepoznatu jedinstvenu kulturnu baštinu. Slijedom povijesnih okolnosti, koje su dovele do toga da su na prostoru današnje Republike Hrvatske živjeli različiti narodi, koji su ostavili dio svoje kulture i povijesti, Hrvatska ima nevjerojatno kulturno bogatstvo istoka i zapada, tradicionalnog, povijesnog i modernog, suvremenog. Naša materijalna i nematerijalna baština, prepoznata od strane uglednim svjetskih institucija, već danas nam jamči odličnu prepoznatljivost Hrvatske u međunarodnom kontekstu. Kao što je vidljivo iz grafičkog prikaza, stanovnici Hrvatske prepoznaju kulturno bogatstvo kao

nešto „specifično naše“, što potvrđuje da je to jedna od značajnih odrednica po kojoj možemo nastaviti brendirati našu zemlju.

7. Hrvatska je slana i slatka, nudi ‘hranu s okusom’, izvorne namirnice i domaće delicije. Hrvatska se može pohvaliti kvalitetom svoje hrane. Zbog deindustrijalizacije i velikih prirodnih bogatstava, hrvatska je hrana „hrana s okusom“. Pri tome ne mislimo samo na gastronomsku ponudu, koja je, kao što ukazuje grafikon zdesna, treći spontani razlog koji naši građani ističu kao razlog dolaska u Hrvatsku, nego i na to kako svakodnevno živimo i što svakodnevno serviramo na tanjuru u našim domovima. Očuvana priroda, kao i rastuća svijest od „zdravoj“ hrani, pridonosi tome da se upravo kvalitetom, različitim okusima, recepturama koje su utemeljene u povijesti naše zemlje, raznolikošću namirnica i njihovom izvornošću, Hrvatska pozicionira na vrhu poželjnih zemalja. (prema: Skoko, 2022.)

Uzimajući sve navedeno u obzir, nametnuo se logičan zaključak: Hrvatska ima sve predispozicije da postane zemlja po mjeri čovjeka, što je definirana srž brenda Hrvatske. A to bi mogao biti ključni adut u motivaciji za useljavanje, odnosno povratak iseljenika. Kad te vrijednosti komuniciraju povratnici i useljenici one zvuče vjerodostojno i motivirajuće.

Zaključak

Svijet je uistinu postao globalno selo, u kojem se informacije prenose u realnom vremenu. Digitalizacija i digitalna transformacija utjecali su na promjene u stvaranju, distribuciji i konzumiranju medijskih sadržaja, pa su se time promijenile i medijske navike publika. Tako u izvještaju Reutersovog instituta (Digital News Report) za 2022. stoji kako su „različiti šokovi u posljednjih nekoliko godina, uključujući pandemiju korona virusa, dodatno ubrzali strukturne pomake prema digitalnijem, mobilnijem medijskom okruženju kojim dominiraju platforme. Rezultati tog istraživanja koje uključuju 46 zemalja već nekoliko godina ukazuju na dominaciju pametnih mobilnih uređaja za pristupanje različitim sadržajima, uključujući i vijesti (Reuters Institute Digital News Report, 2022). Prema izvještaju Reutersovog instituta, najzastupljeniji izvor vijesti u Hrvatskoj su online mediji, uključujući društvene mreže (87 %), slijedi televizija sa 68 %, nakon nje društvene mreže sa 60 % i na kraju tiskani mediji s 29 % (Reuters Institute Digital News Report, 2022: 71). Dugogodišnju dominaciju televizije kao primarnog izvora vijesti u velikom

broju zemalja, zamijenili su online mediji, a pojavom društvenih mreža komunikacijsko okruženje postalo je još zahtjevnije i kompleksnije (Grbeša i dr., 2022).

Prema tome, želimo li ostvariti utjecaj na mlađe naraštaje u dijaspori, nužno je komunicirati digitalno te putem dostupnih platformi i iznimno utjecajnih društvenih mreža. A u vremenu jačanja utjecaja influencera, važno je osigurati kredibilne i motivirane komunikatore. U tom smislu – želimo li doprijeti do naših ciljnih javnosti i iskomunicirati im prednosti života i rada u Hrvatskoj, nužno je staviti fokus na povratnike i useljenike iz dijaspore, koji svojim osobnim iskustvima i viđenjem Hrvatske mogu motivirati svoje vršnjake u svijetu. Također je nužno osigurati im potrebna znanja kao i informacije. Smatramo da to može biti iznimno važna smjernica u jačanju motivacije za povratak i useljavanje.

S druge strane, imajući u vidu važnost nacionalnog identiteta u kreiranju brenda zemlje, te nove elemente koje je predložila *Radna skupina predsjednice Republike Hrvatske*, možemo zaključiti kako novi hrvatski nacionalni identitet može pridonijeti daljnjem jačanju imidža Hrvatske u svijetu. A istodobno može postati atraktivan motivacijski element među hrvatskim iseljenicima i njihovim potomcima u smislu stvaranja novog pogleda na domovinu, a time i poticanja povratka, jačanja ulaganja i kreiranja novih veza s Hrvatskom.

Literatura

- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity, The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. New York: Palgrave Macmillan.
- Bravo, V. (2014). *The Importance of Diaspora Communities as Key Publics for National Governments Around the World*. U: Golan, G., Yang, S., Kinsey, D. (ur.), *International Public Relations and Public Diplomacy (279-296)*. New York, NY: Peter Lang.
- Boorstin, D. J. (2000). *The Image*. New York: Vintage Books.
- Dinnie, K. (2008). *Nation Branding – Concepts, Issues, Practice*. Oxford: Butterworth-Heinemann – Elsevier.
- Jaffe, D. E.; Nebenzahl, D. I. (2006). *Nation Image & Competitive Advantage*. Copenhagen: Business School Press.
- Grbeša, M., Nenadić, I., Gjurković, M. i Karan, M. (2022) Jačanje otpornosti društva na dezinformacije: analiza stanja i smjernice za djelovanje. Zagreb: Agencija za elektroničke medije. Dostupno na https://www.aem.hr/wp-content/uploads/2022/05/STUDIJA_Jacanje-otpornosti-drustva-na-dezinfomacije.pdf (pristupljeno 10. 7. 2023.)
- Kotler, P., Gertner, D. (2005). *Country as brand, product and beyond: a place marketing and brand management perspective*. U: Morgan, N., Pritchard, A., Pride, R. (ur.), *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition (40-57)*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planing, Implementation and Control*, 9th ed., New York: Prentice Hall International.
- Kilinc, N. (2014). *Second-Generation Turkish-Germans Return ‘Home’: Gendered Narratives of (Re-)negotiated Identities*, Working Paper No. 78, Sussex: University of Sussex, Sussex Centre for Migration Research. Preuzeto s: <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=mwp78.pdf&site=252>, 20.8.2016.
- Kunczik, M. (1997). *Images Nations and International Public Relations*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Martin, I. i Eroglu, S. (1993). *Measuring a Multi-Dimensional Construct: Country Image*. *Journal of Business Research*, 28, 191-210.
- Nagashima, A. (1970). *A Comparasion of Japanese and U.S. Attitudes Toward Foreign Products*. *Journal of Marketing Research*, 34, 68-74.
- Nye, S. J. (2003). *Paradox of American Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Papadopoulos, N., Heslop, L. A. (ur.) (1993). *Product – Country Images – Impact and Role in International Marketing*. New York, London, Norwood: International Business Press.
- Papadopoulos, N. (1993). *What Product and Country Image Are and Are Not*. U: Papadopoulos, N., Heslop, L. A. (ur.), *Product-Country Images: Impact and Role in Interantional Marketing (3-38)*. New York, London, Norwood: International Business Press.
- Reuters Institute (2022) *Digital News Report*. Dostupno na <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022> (Pristupljeno: 19. 7. 2023.)
- Skoko, B. (2015). *Hrvatski iseljenici kao promotori Hrvatske u svijetu*. U: Sopta, M., Maletić, F., Bebić, J. (ur.), *Hrvatska izvan domovine*, (127-132). Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga.
- Skoko, Božo; Beljo, Adrian (2017.) *Imidž Hrvatske iz perspektive drugog i trećeg naraštaja hrvatskih iseljenika – povratnika i useljenika u Hrvatsku*, *Hrvatska izvan domovine II – Zbornik radova predstavljenih na Drugom hrvatskom iseljeničkom kongresu u Šibeniku 1.-3- srpnja 2016*. (Sopta, Marin; Lemić, Vlatka; Korade, Mijo; Rogić, Ivan i Perić Kaselj, Marina, ur.), Centar za istraživanje hrvatskog iseljeničtva, Zagreb, str. 401. – 408.
- Skoko, Božo (2022.): *(Re)definiranje suvremenog hrvatskog identiteta kao motivacijski element u smislu poticanja povratka iseljenika, ulaganja i jačanja veza s domovinom*. (Hebrang Grgić, I.; Lemić, V.; Sopta, M. i Trošelj Miočević, T., ur.), *Hrvatska izvan domovine IV – Zbornik radova predstavljenih na 4. Iseljeničkom kongresu*. Centar za istraživanje hrvatskog iseljeničtva, Zagreb, str. 27-35.



PRIJEDLOG SMJERNICA U RAZVOJU JAVNIH POLITIKA

smjernica 5

**Iskoristiti potencijal kulture i umjetnosti za privlačenje i integraciju
mladih iz iseljeništva u Hrvatsku**

**HUMANITARNA UDRUGA
FRA MLADEN HRKAĆ**

Zagreb, srpanj 2023.

Uvod

Humanitarna udruga „fra Mladen Hrkać“ provodi projekt ZA-JEDNO.HR – zaJEDNO srce, jedna duša, jedna HRVATSKA (br. ugovora UP.04.2.1.06.0051), koji sufinancira Europska unija iz Europskog socijalnog fonda (ESF), u okviru Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020. Projekt razvija tematsku mrežu „ZA-JEDNO.HR“ koja dionike okuplja oko tematskog područja *Iseljništvo kao pokretač razvoja u RH*. Kroz projekt se organizacije civilnoga društva iz Hrvatske i iz iseljništva osnažuju za ravnopravan dijalog s donositeljima politika na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini, gospodarskim sektorom i znanstveno-obrazovnim institucijama. Projekt potiče znanstvenoistraživački rad i međusektorsku suradnju koji poticajno djeluju na doprinos hrvatskog iseljništva društveno-ekonomskom razvoju u Republici Hrvatskoj.

Dio aktivnosti navedenog projekta je i projektni element 4. - Izrada smjernica za razvoj javnih politika utemeljenih na dokazima. *Policy* cilj je bio – **osigurati i unaprijediti uvjete za povratak pripadnika druge i treće generacije dijaspore u Hrvatsku i(li) iskoristiti njihov potencijal za gospodarski, društveni i kulturni razvoj Hrvatske.**

U sklopu dionice, tijekom lipanja i srpnja 2023. održane su tri debatne radionice sa minimalno 16 predstavnika organizacija hrvatskih iseljenika iz cijeloga svijeta. Cilj radionica je bio definirati minimalno 6 smjernica za unapređenje i razvoj novih javnih politika usmjerenih na hrvatsko iseljništvo na temelju provedenih znanstvenih istraživanja.

Tema debatne radionice 1. bila je analiza postojećih *policy* dokumenata i potreba hrvatskih iseljenika s posebnim naglaskom na mlade.

Naime, kako bi se definirala prioritetna područja izrade novih javnih politika, na prvoj debatnoj radionici bio je cilj analizirati i raspraviti postojeće *policy* dokumente, kao što su Zakon o odnosima Republike Hrvatske s Hrvatima izvan Republike Hrvatske te Nacionalni plan razvoja odnosa Republike Hrvatske s Hrvatima izvan Republike Hrvatske do 2027. kako bi se utvrdile mogućnosti unapređenja javnih politika te otkrile potrebe i područja koja nisu dovoljno pokrivena. Također su raspravljani rezultati provedenih istraživanja među hrvatskim iseljenicima kako se otkrile potrebe i mogućnosti u definiranju novih javnih politika. Sudionici debate su se složili kako ne postoji dovoljno javnih politika usmjerenih prema mladima u hrvatskom iseljstvu (u prvom redu prema potomcima hrvatskih iseljenika, a potom mladima koji su se iselili protekla dva

desetljeća). Također su ukazali na njihovu zainteresiranost za zbivanja u domovini i razinu ponosa na svoj identitet – s jedne strane, te globaliziranost, mobilnost i spremnost na nove prilike i mogućnosti u pogledu posla, preseljena i sl. – s druge, što predstavlja dobre temelje za razvijanje novih odnosa, projekata, jačanja motivacije za povratak i useljavanje, poslovanje s Hrvatskom, lobiranje za njezine interese i promociju. U tom kontekstu ključni zaključak je bio kako bi nove javne politike trebale biti fokusirane na mlade.

Temeljem prve debatne radionice napravljen je prijedlog smjernica za izradu javnih politika za jačanje odnosa domovinske i iseljene Hrvatske, te stimuliranje povratka i useljavanja pripadnika dijaspore u Hrvatsku te su kroz javnu raspravu vrednovane. Također je ukazano na postojeće prepreke u njihovu ostvarenju i ograničenja, ali i dodatne mogućnosti povezivanja s postojećim projektima, inicijativama i sl.

Ukupno je raspravljeno osam smjernica, odnosno područja. Kroz finalnu raspravu (zbog preklapanja pojedinih inicijativa) sistematizirano je njih šest. To su sljedeće inicijative: Cirkuliranje mozгова (Projektna suradnja organizacija mladih i za mlade u Hrvatskoj i hrvatskih iseljeničkih zajednica / Uspostava i razvoj programa mentorstva); Osiguranje uvjeta za podršku poduzetništvu mladih povratnika i useljenika; Osnaživanje integracije iskustva povratnika u studentski život u RH; Iskorištavanje potencijala društvenih mreža za brendiranje Hrvatske kao pull faktora za privlačenje mladih; Korištenje potencijala umjetnosti za privlačenje i integraciju mladih iseljenika u Hrvatsku te Organiziranje zajedničkih sportskih aktivnosti i susreta mladih Hrvata iz cijelog svijeta.

U trećoj debatnoj radionici, raspravljene su predložene smjernice s različitih aspekata, a prvenstveno s razine njihovih učinaka, izvedivosti, opravdanosti, prihvatljivosti među ciljnim javnostima te društvenog utjecaja. Svi su sudionici radionice pozitivno predložili iznesene smjernice te posebno naglasili važnost angažmana i uključivanja lokalnog stanovništva u njihovu provedbu, smanjenje birokracije i administracije u njihovoj izvedbi te nužnosti digitalizacije pojedinih procesa.

Koordinator provedbe ovog projektnog zadatka bio je prof.dr.sc. Božo Skoko, redoviti profesor na Odsjeku za strateško komuniciranje Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu. A u ovom dokumentu prezentiramo smjernicu br. 5. - *Iskoristiti potencijal kulture i umjetnosti za privlačenje i integraciju mladih iz iseljeničtva u Hrvatsku.*

Uloga kulture u umrežavanju i promociji zemlje – teorijski i istraživački pristup

Gotovo je opće suglasje među autorima kad je u pitanju kultura kao središnji dio meke moći država, odnosno kultura kao snažan alat javne diplomacije i međunarodnog komuniciranja država. Za razliku od nekih drugih nacionalnih aduta kultura najlakše prelazi državne granice i teško ju je bojkotirati, a istodobno na najbolji mogući način govori o duši nekog naroda, identitetu i vrijednostima države. Zbog toga je kulturna diplomacija zaživjela relativno rano, kao vrsta javne diplomacije i ujedno meke moći države, a odnosi se na međunarodnu promociju ideja, jezika, umjetnosti i drugih aspekata kulture, a sve sa svrhom postizanja razumijevanja među državama i narodima. Najčešće se ostvaruje kroz međudržavne kulturne razmjene, a igra važnu ulogu u stvaranju potpore gospodarskim i političkim ciljevima. (Skoko, 2021)

To potvrđuje i Melisen (2007: 147), koji piše kako je kulturna diplomacija izvrstan primjer meke moći ili sposobnosti uvjeravanja putem kulture, vrijednosti i ideja, kao suprotnost tvrdoj moći, koja osvaja ili prisiljava putem vojne sile. „Kultura je snažan instrument u rukama diplomata, kojim se ostvaruju nacionalni interesi na nenametljiv, inteligentan, uvjerljiv i isplativ način.“ (www.diplomacy.edu). Kulturna diplomacija smatra se razmjenom ideja, informacija, vrijednosnih sustava, tradicija, uvjerenja i drugih aspekata kulture – kao što su umjetnost, sport, znanost, književnost i glazba – radi uspostave međusobnog razumijevanja. (Tomić, 2016: 964)

Joseph Nye (2004: 107) smatra kako su tri izvora meke moći države – njezina kultura (ovisno o tome koliko je privlačna drugima), političke vrijednosti (kad se sukladno njima država ponaša i kod kuće, i u inozemstvu) te njezina vanjska politika (ukoliko ju drugi vide kao legitimnu i s moralnim autoritetom).

Inače, kulturu u širem smislu Vijeće Europe (2007) vidi kao „ono pojedinačno i kolektivno dobro na čijim se tekovinama u prošlosti utemeljuje identitet nacije i njezinih različitih dijelova, a na stvaralačkim izvorima u sadašnjosti grade mostovi prema budućnosti“. Dapače, Vijeće Europe (2020) kulturu doživljava kao „dušu demokracije“ te zagovara snažne kulturne politike. Iako je kultura često degradirana u ponašanju države te predstavlja svojevrsnu dobrotvornu obvezu, ona predstavlja istinski duh i bit države (Anholt, 2007: 97). Zapravo, kultura, baš poput zemljopisa

predstavlja jedinstvenu odliku države i njezin istinski identitet. Kultura igra vrlo važnu ulogu u obogaćivanju ugleda države, u poticanju javnih percepcija prema punijem i trajnijem razumijevanju države i njezinih vrijednosti (Anholt, 2007: 97).

Niz je autora koji pišu o strateškoj važnosti kulture u međunarodnim odnosima. Zbog toga se kultura i u manje razvijenim zemljama više ne doživljava kao nacionalna obveza, već strateško oružje, ne samo u promjeni imidža zemlje ili stvaranju gospodarske dobiti kroz kreativnu industriju, već i utjecanju na druge, promjenu njihova mišljenja i ponašanja. A kad govorimo o promociji zemlje kroz kulturu moramo naglasiti kako suvremena kultura koja predstavlja meku moć država više nije statična, već ona privlači, osvaja, potiče i pretvara se u industriju koja ostvaruje i značajne prihode... Tako se sve više država nastoji predstaviti svijetu kroz cjelokupnu paletu kulturnih i kreativnih industrija, koje uspješno spajaju inovativnost i kreativnost te predstavljaju neke od najbrže rastućih gospodarskih sektora. (Skoko, 2021)

Kultura i umjetnost su jedan od najvažnijih sastavnica nacionalnog identiteta zemlje, ali i sredstvo očuvanja njihova identiteta u tuđini. Upravo su kroz djelovanje Crkve, kulturnih društava i institucija, Hrvati u dijaspori uspjeli očuvati svoj jezik, vrijednosti, tradiciju i običaje. Kultura je bila djelotvorna čak i u vrijeme zabrana, ograničenja i sl. jer je životna, sadržajna i povezana s potrebama čovjeka – s jedne strane, a s druge uspješno nadilazi granice, prepreke i teško ju je podrediti bilo kakvim zabranama.

Poznato je kako je hrvatsko iseljništvo bogato kulturnim institucijama, udrugama, projektima i inicijativama. Značajan segment tog kulturnog razvoja se događa neovisno od domovine, a ponekad djeluje i kako zatvoreni sustav, koji čuva prakse i tradicije koje su iseljenici ponijeli sa sobom u vrijeme odlaska iz domovine. Bogatu riznicu kulture i umjetnosti imamo prigodu vidjeti tek na različitim festivalima, gostovanjima u domovini i sl. No, premalo je međusobnog umrežavanja, razmjene iskustava, te fokusa – ne samo na tradiciju – već i na suvremenu umjetnost i kulturu. A upravo kultura i umjetnost mogu predstavljati novi most suradnje između domovine i dijaspore, posebice u segmentu mladih.

Imali smo priliku vidjeti u kojoj mjeri su druženja mladih kroz kulturu (folklor, primjerice) snažna poveznica u dijaspori. Na toj motivaciji moguće je napraviti iskorak prema kulturnom razvoju i povezivanju s Hrvatskom, što može rezultirati novim vezama mladih u domovini i iseljništvu, ali i novim oblicima promocije Hrvatske u svijetu.

Inicijativa i smjernica za kreiranje novih javnih politika - *Iskoristiti potencijal kulture i umjetnosti za privlačenje i integraciju mladih iz iseljeništa u Hrvatsku*

Opis

Kultura općenito te posebice umjetnost, suvremena i tradicionalna, ima potencijal za stvaranje poticajnog okruženja za privlačenje mladih iz dijaspore te kasnije njihovu integraciju.

Kroz različite kulturne projekte i umjetničke prakse moguće je stvoriti tzv. pull faktore kod onih mladih koji su zainteresirani za kulturu i umjetnost, na način da se osigura suradnja između mladih umjetnika. Već imamo primjere dobre prakse, međutim oni su fokusirani uglavnom na folklor ili u njima ne postoji dovoljna integracija, odnosno mogućnost umrežavanja mladih iz domovine i dijaspore.

Aktivnosti

- Razviti shemu koprodukcije umjetničkog sadržaja između mladih u dijaspori i mladih iz Hrvatske te mladih povratnika / umjetnika. Poseban naglasak treba staviti na kreativnu industriju, odnosno suvremenu glazbu, film, dizajn, te tradicionalne i izvedbene umjetnosti.
- Organizirati redovita gostovanja mladih iz dijaspore koji se bave očuvanjem i promocijom hrvatske kulture ili kreiraju vlastite umjetničke izraze.
- Omogućiti pojedincima iz hrvatske dijaspore mogućnosti edukacije i gostovanja u Hrvatskoj na području tradicijske, ali i popularne kulture.
- Kreirati programe kolonija i gostovanja za mlade hrvatske umjetnike iz cijeloga svijeta u Hrvatskoj, čiji će domaćini biti hrvatske organizacije koje vode mladi na području kulture.
- Omogućiti stipendije za mlade hrvatske umjetnike iz dijaspore za studije u Hrvatskoj.

- Uključivanje predstavnika mladih iz hrvatske dijaspore u organizaciju velikih manifestacija i kulturnih događanja u drugim državama (Svjetske izložbe, predstavljanje Hrvatske, sudjelovanje u kreativnim projektima i sl.).

Postojeći primjeri dobre prakse

Ljetna škola hrvatskog folklora Hrvatske matice iseljenika

Hrvatska matica iseljenika organizira *Ljetnu školu hrvatskog folklora*. Godine 2022. održana je u Zadru od 4. do 13. kolovoza. Više od 60 seminaraca, sudionika Ljetne škole povezala je ljubav prema hrvatskoj tradicijskoj kulturi i folkloru i sudjelovali su u tri grupe: ples, tambure i tradicijska glazbala te su učili pjesme i plesove jadranskog područja uz teorijska predavanja o razvoju etnokoreologije, narodnoj plesnoj kulturi, narodnim nošnjama i dr.

Glavni cilj ovog stručno-znanstvenog programa je očuvanje autohtonosti i izvornosti u području glazbeno-scenske izvedbene umjetnosti, jer ples, pjesma i glazba su najprivlačniji i najčešće izvođeni dio hrvatske narodne umjetnosti, pogotovo kad je riječ o kulturno-umjetničkom djelovanju Hrvata izvan RH koji za izražavanje svoje pripadnosti hrvatskom nacionalnom biću najčešće odabiru neki od segmenata folklora. Glavni voditelj škole bio je Andrija Ivančan koji vodi i Ples, Tibor Bun, voditelj tamburaške sekcije te Vjekoslav Martinić koji vodi tradicijska glazbala. Gost predavač bio je maestro Siniša Leopold, a program su vodili vrsni folklorni stručnjaci i renomirani istraživači i čuvari hrvatske narodne kulture: Tonči i Marica Tadin, Vidoslav Bagur, Nenad Milin, Darim Kremenić, prof. dr. Goran Oreb, Katarina Horvatović i Kristina Benko Markovica. Prošlogodišnji sudionici su stigli skoro sa svih kontinenata: imali smo predstavnike Sjeverne i Južne Amerike, polaznike iz Njemačke, Švedske, Austrije, Rumunjske, Mađarske, Bosne i Hercegovine, Srbije i iz raznih krajeva Lijepe Naše.¹

Festivali mladih Hrvatske bratske zajednice

¹ <https://www.culturenet.hr/u-zadru-se-odrzava-maticina-ljetna-skola-hrvatskoga-folklora/183924> (pristupljeno: 15. lipnja 2023.)

Hrvatski folklor, a tamburaška glazba napose, obilježje je po kojem se Hrvatska bratska zajednica (Croatian Fraternal Union) prepoznaje i uvažava. U tom su smislu folklorni, tamburaški festivali stožerna okupljanja ove najveće organizacije hrvatskih iseljenika. Ove 2023. Tamburaški festival mladih Omladinske kulturne federacije, trebao bi se organizirati u Indanopolisu od 7. do 9. srpnja. 36. Festival odraslih tamburaških sastava organizirao bi se pak od 10. do 12. studenog 2023. u Pittsburghu. Ipak, vrhunac festivalskog okupljanja tamburaša HBZ-a njihovi su posjeti Hrvatskoj i nastupi u koncertnoj dvorani Vatroslav Lisinski u Zagrebu. Tako je Hrvatska bratska zajednica najavila domovinski festival svoje Omladinske kulturne federacije za 2024. U suradnji s Hrvatskom maticom iseljenika i Središnjim državnim uredom za Hrvate izvan Hrvatske ovaj bi se trebao dogoditi od 28. do 29. lipnja 2024. u Zagrebu. No, neće 2024. susret u Zagrebu stati samo na najmlađim tamburašima. Istovremeno će se održati i festival odraslih tamburaških sastava HBZ-a. Uz najavu desetak omladinskih sastava za nastup u Zagrebu 2024. javilo se već 16 odraslih tamburaških sastava. Izvjesno je kako će tamburaški festival hrvatskih fraternalista biti osobito brojan.²

Podsjetimo, 2018. u Zagrebu je održan 52. Omladinski tamburaški festival Hrvatske bratske zajednice u Americi, koji se od 1966. svake godine organizira u drugom gradu Sjedinjenih Američkih Država i Kanade, a po sedmi put je održan u Zagrebu. Te godine pod visokim pokroviteljstvom predsjednice Republike Hrvatske gospođe Kolinde Grabar-Kitarović.

Nastupilo je više od 1.200 članova sedamnaest folklornih skupina Kulturne federacije mladih HBZ-a iz SAD-a te jedna iz Hrvatske. Pokazali su nam kako ljubav prema hrvatskome folkloru i umjetnosti ne poznaje granice te da nas ona nadahnjuje i povezuje bez obzira u kojem dijelu svijeta živjeli. I kada se kroz generacije zaboravi hrvatski jezik, ostaje svijest o kulturi i tradiciji, o bogatstvu i ljepoti hrvatske narodne umjetnosti.³

² <https://matis.hr/naslovnica/2024-svi-u-hrvatsku/> (pristupljeno: 23. lipnja 2023.)

³ Prema: <https://www.lisinski.hr/hr/dogadanja/52-omladinski-tamburaski-festival-hrvatske-bratske/> (pristupljeno: 13. lipnja 2023.) te <https://mojahrvatska.vecernji.hr/vijesti/evo-kako-je-bilo-na-tamburaskom-festivalu-mladih-hrvatske-bratske-zajednice-1255539> (pristupljeno: 13. lipnja 2023.)

Zaključak

Kultura je postala središnji dio meke moći, odnosno utjecaja država u globaliziranom svijetu, pa se sve više uzima kao snažan alat javne diplomacije i međunarodnog komuniciranja država. Za razliku od nekih drugih nacionalnih aduta kultura najlakše prelazi državne granice i teško ju je bojkotirati, a istodobno na najbolji mogući način govori o duši nekog naroda, identitetu i vrijednostima države. Zbog toga je kulturna diplomacija zaživjela relativno rano, kao vrsta javne diplomacije i ujedno meke moći države, a odnosi se na međunarodnu promociju ideja, jezika, umjetnosti i drugih aspekata kulture, a sve sa svrhom postizanja razumijevanja među državama i narodima. Najčešće se ostvaruje kroz međudržavne kulturne razmjene, a igra važnu ulogu u stvaranju potpore gospodarskim i političkim ciljevima. Kultura i umjetnost su jedan od najvažnijih sastavnica nacionalnog identiteta zemlje, ali i sredstvo očuvanja njihova identiteta u tuđini. Upravo su kroz djelovanje Crkve, kulturnih društava i institucija, Hrvati u dijaspori uspjeli očuvati svoj jezik, vrijednosti, tradiciju i običaje. Kultura je bila djelotvorna čak i u vrijeme zabrana, ograničenja i sl. jer je životna, sadržajna i povezana s potrebama čovjeka – s jedne strane, a s druge uspješno nadilazi granice, prepreke i teško ju je podrediti bilo kakvim zabranama.

Poznato je kako je hrvatsko iseljeničtvo bogato kulturnim institucijama, udrugama, projektima i inicijativama. Značajan segment tog kulturnog razvoja se događa neovisno od domovine, a ponekad djeluje i kako zatvoreni sustav, koji čuva prakse i tradicije koje su iseljenici ponijeli sa sobom u vrijeme odlaska iz domovine. Bogatu riznicu kulture i umjetnosti imamo prigodu vidjeti tek na različitim festivalima, gostovanjima u domovini i sl. No, premalo je međusobnog umrežavanja, razmjene iskustava, te fokusa – ne samo na tradiciju – već i na suvremenu umjetnost i kulturu. A upravo kultura i umjetnost mogu predstavljati novi most suradnje između domovine i dijaspore, posebice u segmentu mladih.

Imali smo priliku vidjeti u kojoj mjeri su druženja mladih kroz kulturu (folklor, primjerice) snažna poveznica u dijaspori. Na toj motivaciji moguće je napraviti iskorak prema kulturnom razvoju i povezivanju s Hrvatskom, što može rezultirati novim vezama mladih u domovini i iseljeničtvu, ali i novim oblicima promocije Hrvatske u svijetu. U tom kontekstu predlažemo da se bolje iskoristi potencijal kulture i umjetnosti za privlačenje i integraciju mladih iz iseljeničtva u Hrvatsku. Kroz različite kulturne projekte i umjetničke prakse moguće je stvoriti tzv. pull faktore kod onih mladih

koji su zainteresirani za kulturu i umjetnost, na način da se osigura suradnja između mladih umjetnika. Već imamo primjere dobre prakse, međutim oni su fokusirani uglavnom na folklor ili u njima ne postoji dovoljna integracija, odnosno mogućnost umrežavanja mladih iz domovine i dijaspore.

Literatura

- Anholt, Simon (2007.): *Competitive Identity, The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, Palgrave Macmillan, New York.
- Melissen, Jan (2007.): *The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice*, str. 3–27., u: J. Melissen (ur.), *The New Public Diplomacy*, Palgrave Macmillan, New York.
- Nye, S. Joseph (2004.): *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, Public Affairs, New York.
- Tomić, Zoran (2016.): *Odnosi s javnošću – teorija i praksa*, prošireno i dopunjeno izdanje, Synopsis, Zagreb.
- Skoko, Božo (2021.): *Strateško komuniciranje država – javna diplomacija, brendiranje država i nacija, međunarodni odnosi s javnošću*, Synopsis, Zagreb – Sarajevo; Plejada, Zagreb i Edward Bernays visoka škola za komunikacijski menadžment, Zagreb.
- Culturnet, <https://www.culturenet.hr/u-zadru-se-odrzava-maticina-ljetna-skola-hrvatskoga-folklor/183924> (pristupljeno: 15. lipnja 2023.)
- Hrvatska matica iseljenika, <https://matis.hr/naslovnica/2024-svi-u-hrvatsku/> (pristupljeno: 23. lipnja 2023.)
- KD Lisinski, <https://www.lisinski.hr/hr/dogadanja/52-omladinski-tamburaski-festival-hrvatske-bratske/> (pristupljeno: 13. lipnja 2023.)
- Moja Hrvatska, Večernji list, <https://mojahrvatska.vecernji.hr/vijesti/evo-kako-je-bilo-na-tamburaskom-festivalu-mladih-hrvatske-bratske-zajednice-1255539> (pristupljeno: 13. lipnja 2023.)



PRIJEDLOG SMJERNICA U RAZVOJU JAVNIH POLITIKA

smjernica 6

Povezivanje kroz sport - Organizirati zajedničke sportske aktivnosti i susrete mladih Hrvata iz cijelog svijeta

HUMANITARNA UDRUGA
FRA MLADEN HRKAĆ

Zagreb, srpanj 2023.

Uvod

Humanitarna udruga „fra Mladen Hrkać“ provodi projekt ZA-JEDNO.HR – zaJEDNO srce, jedna duša, jedna HRVATSKA (br. ugovora UP.04.2.1.06.0051), koji sufinancira Europska unija iz Europskog socijalnog fonda (ESF), u okviru Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijali 2014.-2020. Projekt razvija tematsku mrežu „ZA-JEDNO.HR“ koja dionike okuplja oko tematskog područja *Iseljništvo kao pokretač razvoja u RH*. Kroz projekt se organizacije civilnoga društva iz Hrvatske i iz iseljništva osnažuju za ravnopravan dijalog s donositeljima politika na lokalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini, gospodarskim sektorom i znanstveno-obrazovnim institucijama. Projekt potiče znanstvenoistraživački rad i međusektorsku suradnju koji poticajno djeluju na doprinos hrvatskog iseljništva društveno-ekonomskom razvoju u Republici Hrvatskoj.

Dio aktivnosti navedenog projekta je i projektni element 4. - Izrada smjernica za razvoj javnih politika utemeljenih na dokazima. *Policy* cilj je bio – **osigurati i unaprijediti uvjete za povratak pripadnika druge i treće generacije dijaspore u Hrvatsku i(li) iskoristiti njihov potencijal za gospodarski, društveni i kulturni razvoj Hrvatske.**

U sklopu dionice, tijekom lipanja i srpnja 2023. održane su tri debatne radionice sa minimalno 16 predstavnika organizacija hrvatskih iseljenika iz cijeloga svijeta. Cilj radionica je bio definirati minimalno 6 smjernica za unapređenje i razvoj novih javnih politika usmjerenih na hrvatsko iseljništvo na temelju provedenih znanstvenih istraživanja.

Tema debatne radionice 1. bila je analiza postojećih *policy* dokumenata i potreba hrvatskih iseljenika s posebnim naglaskom na mlade.

Naime, kako bi se definirala prioritetna područja izrade novih javnih politika, na prvoj debatnoj radionici bio je cilj analizirati i raspraviti postojeće *policy* dokumente, kao što su Zakon o odnosima Republike Hrvatske s Hrvatima izvan Republike Hrvatske te Nacionalni plan razvoja odnosa Republike Hrvatske s Hrvatima izvan Republike Hrvatske do 2027. kako bi se utvrdile mogućnosti unapređenja javnih politika te otkrile potrebe i područja koja nisu dovoljno pokrivena. Također su raspravljani rezultati provedenih istraživanja među hrvatskim iseljenicima kako se otkrile potrebe i mogućnosti u definiranju novih javnih politika. Sudionici debate su se složili kako ne postoji dovoljno javnih politika usmjerenih prema mladima u hrvatskom iseljstvu (u prvom redu prema potomcima hrvatskih iseljenika, a potom mladima koji su se iselili protekla dva

desetljeća). Također su ukazali na njihovu zainteresiranost za zbivanja u domovini i razinu ponosa na svoj identitet – s jedne strane, te globaliziranost, mobilnost i spremnost na nove prilike i mogućnosti u pogledu posla, preseljena i sl. – s druge, što predstavlja dobre temelje za razvijanje novih odnosa, projekata, jačanja motivacije za povratak i useljavanje, poslovanje s Hrvatskom, lobiranje za njezine interese i promociju. U tom kontekstu ključni zaključak je bio kako bi nove javne politike trebale biti fokusirane na mlade.

Temeljem prve debatne radionice napravljen je prijedlog smjernica za izradu javnih politika za jačanje odnosa domovinske i iseljene Hrvatske, te stimuliranje povratka i useljavanja pripadnika dijaspore u Hrvatsku te su kroz javnu raspravu vrednovane. Također je ukazano na postojeće prepreke u njihovu ostvarenju i ograničenja, ali i dodatne mogućnosti povezivanja s postojećim projektima, inicijativama i sl.

Ukupno je raspravljeno osam smjernica, odnosno područja. Kroz finalnu raspravu (zbog preklapanja pojedinih inicijativa) sistematizirano je njih šest. To su sljedeće inicijative: Cirkuliranje mozгова (Projektna suradnja organizacija mladih i za mlade u Hrvatskoj i hrvatskih iseljeničkih zajednica / Uspostava i razvoj programa mentorstva); Osiguranje uvjeta za podršku poduzetništvu mladih povratnika i useljenika; Osnaživanje integracije iskustva povratnika u studentski život u RH; Iskorištavanje potencijala društvenih mreža za brendiranje Hrvatske kao pull faktora za privlačenje mladih; Korištenje potencijala umjetnosti za privlačenje i integraciju mladih iseljenika u Hrvatsku te Organiziranje zajedničkih sportskih aktivnosti i susreta mladih Hrvata iz cijelog svijeta.

U trećoj debatnoj radionici, raspravljene su predložene smjernice s različitih aspekata, a prvenstveno s razine njihovih učinaka, izvedivosti, opravdanosti, prihvatljivosti među ciljnim javnostima te društvenog utjecaja. Svi su sudionici radionice pozitivno predložili iznesene smjernice te posebno naglasili važnost angažmana i uključivanja lokalnog stanovništva u njihovu provedbu, smanjenje birokracije i administracije u njihovoj izvedbi te nužnosti digitalizacije pojedinih procesa.

Koordinator provedbe ovog projektnog zadatka bio je prof.dr.sc. Božo Skoko, redoviti profesor na Odsjeku za strateško komuniciranje Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu. A u ovom dokumentu prezentiramo smjernicu br. 6. - *Povezivanje kroz sport - Organizirati zajedničke sportske aktivnosti i susrete mladih Hrvata iz cijelog svijeta.*

Moć sporta u jačanju nacionalnog ponosa i promociji Hrvatske

Malo je zemalja u svijetu kojima je sport neraskidivi dio nacionalnog identiteta i imidža, kao što je to slučaj s Hrvatskom. Uistinu teško možemo govoriti o prepoznatljivosti zemlje bez učestalih asocijacija (čak i u najudaljenijim dijelovima svijeta) na hrvatske sportaše i njihove uspjehe. Isto tako hrvatski je identitet nezamisliv bez tog sportskog naboja, strasti, pobjedničkog duha, želje za natjecanjem i dokazivanjem, ali i sportskih talenata koji među Hrvatima niču kao gljive poslije kiše, unatoč skromnim sportskim infrastrukturama. Već godinama svjetski mediji Hrvatsku proglašavaju „najsportskijom nacijom na svijetu“, imajući u vidu goleme sportske uspjehe, ne samo u nogometu, već u gotovo svim sportovima u odnosu na broj stanovnika. Očito ima nešto u hrvatskim sportskim genima, jer je uistinu teško pronaći sport u kojem Hrvatska zaostaje. (Skoko, 2016)

U kontekstu spektakularnog uspjeha na Svjetskom nogometnom prvenstvu u Kataru, gdje se Hrvatska „dokazala“ čak i onim koji su smatrali da smo u Rusiji 2018. imali sreće, te potvrdila neprikosnoveni status jedne od najvećih nogometnih nacija svijeta, pogledajmo samo uspjehe posljednjih dvadesetak godina – od 1998. kad je Hrvatska dogurala do slavnog trećeg mjesta na Svjetskom nogometnom prvenstvu u Francuskoj. Proslavljeni hrvatski tenisač Goran Ivanišević na zalazu karijere osvojio je 2001. turnir u Wimbledonu. Svjetski skijaški vrh dosegula je Janica Kostelić. Pet puta je bila svjetska prvakinja, triput ukupna pobjednica Svjetskog kupa, na Olimpijskim igrama u Salt Lake Cityju 2002. osvojila je čak tri zlatne i jednu srebrnu medalju. Zahvaljujući tim uspjesima, Zagreb je postao domaćin Svjetskog skijaškog kupa, koji se smatra jednim od najatraktivnijih budući da je udaljen tek pola sata od središta velegrada. Atletičarka Blanka Vlašić, koja je 2010. proglašena najboljom svjetskom sportašicom, postala je 2007. svjetska prvakinja u skoku u vis, a taj uspjeh je potvrdila i na Svjetskom prvenstvu u Berlinu 2009. Hrvatski rukometaši su 2003. osvojili Svjetsko rukometno prvenstvo, a 2004. svoju drugu zlatnu medalju na Olimpijskim igrama u Ateni. Vaterpolisti su postali olimpijski pobjednici 2012., svjetski prvaci 2007., a europski 2010. i 2022. Skijaš Ivica Kostelić 2011. postao je ukupni pobjednik Svjetskog skijaškog kupa, ostvarivši ukupno 26 pobjeda. Bacačica diska Sandra Perković osvojila je dvije zlatne medalje na Olimpijskim igrama u Londonu 2012. te Rio de Janeiru 2016., svjetska prvenstva u Moskvi 2013. i Londonu 2017, sve Dijamantne lige od 2012. do 2017.

Sandra je postala prva atletičarka u povijesti koja je osvojila šesterostruki naslov prvakinja Europe u nekoj pojedinačnoj atletskoj disciplini. Giovanni Cernogoraz je uzeo zlato na Olimpijadi u Londonu 2012. u streljaštvu. Na Ljetnim olimpijskim igrama u Rio de Janeiru 2016. Hrvatska je osvojila rekord po broju osvojenih medalja (10) te po broju osvojenih zlata (5), čime je postala 17. država po uspješnosti na igrama te europski rekorder po broju osvojenih medalja po glavi stanovnika. Podsjetimo, Hrvatska je postala zlatna u atletici, streljaštvu, jedrenju i veslanju... Hrvatska je na Olimpijadi u Tokiju 2021. osvojila tri zlata, tri srebra i dva brončana odličja zauzevši 26. mjesto na ljestvici osvajača medalja. Povijesni je raritet da su u finalu teniskog natjecanja igrala dva hrvatska para. Tenisači Nikola Mektić i Mate Pavić osvojili su zlatnu medalju (2021. postali su najbolji muški par na svijetu), a srebro je pripalo drugom hrvatskom teniskom paru, Marinu Čiliću i Ivanu Dodigu. Inače, Hrvati su dvostruki pobjednici Davisova kupa (2005. i 2018.). Hrvati su dobri i u šahu. Velemajstor Ivan Šarić postao je europski prvak 2018. No, nogomet je ipak nešto posebno za Hrvate, posebno nakon brončane medalje 1998. i srebrne 2018. na Svjetskom nogometnom prvenstvu. Davor Šuker, najbolji strijelac Svjetskog nogometnog prvenstva u Francuskoj, slovio je za jednoga od najboljih nogometaša svih vremena, a onda je dobio opasnu konkurenciju u Luki Modriću. Kao nogometaš Real Madrida, s kojim je osvojio četiri Lige prvaka, 2018. okrunio je svoju karijeru – postao je najbolji nogometaš Svjetskog nogometnog prvenstva u Rusiji, ostavivši iza sebe sve druge nogometne legende. Iste godine proglašen je najboljim nogometašem Europe, po izboru UEFA te svijeta, po izboru FIFA-e, a dobio je i prestižnu francusku Zlatnu loptu, ostavivši opet iza sebe legendarnog Cristiana Ronalda. Tako je Modrić postao jedan od najvećih sportaša hrvatske povijesti i nedvojbeno najbolji nogometaš ovog dijela Europe. I kad su svi pomislili da je njegova karijera na zalazu, on je najveći vrhunac karijere doživio u 37-oj godini na Svjetskom nogometnom prvenstvu u Kataru, gdje je rušio niz nogometnih rekorda. A tu priča ipak još ne završava. Iako Hrvati vole sve sportove, čak i ragby, koji se ovdje igra od 1954., nogomet ipak predstavlja instituciju. A zahvaljujući nogometu, mnogi su u svijetu prvi put čuli za Hrvatsku.

Takvim sportskim uspjesima se teško mogu pohvaliti i daleko razvijenije države. Zato su se mnogi svjetski mediji, poput BBC-a, proteklih godina pitali u čemu je tajna hrvatskih sportskih uspjeha i što svijet može naučiti od Hrvata. Odgovor na to pitanje pokušao je dati i ugledni The Independent, fasciniran malom nacijom i njezinim velikim snovima. Napisao je kako Hrvatska može mnogima u svijetu biti uzor, jer talent, naporan rad, zajedništvo i sreća jednu zemlju mogu odvesti jako

daleko. Talijanska La Gazzetta dello Sport nakon spektakularne pobjede nad Brazilom piše kako “ovo više nije ni iznenađenje. Hrvatska, koja je na posljednjem popisu stanovništva zabilježila manje od 4 milijuna stanovnika, jedan je od najgorih protivnika koji se može dogoditi na putu onih koji žele podići trofej Svjetskog prvenstva. Pogotovo od nokaut rundi nadalje, jer se ta momčad u nokaut fazi pretvara u bojni brod.”. Dodaju kako je Hrvatska mala, ali ponosna. „Ona ne pjeva i ne pleše, ona trči, nema naznaka popuštanja kod crveno-bijelih. Oni se bore više nego što se zabavljaju. Gol protiv Brazila trijumf je hladnoće i preciznosti, dok su igrači suočeni s umorom. Modrić i suradnici su dizelaši, uzvišeni kada je lopta vruća.” - stoji u nastavku talijanskog lista. The Straits Times hvaleći Modrića i vatrene nakon pobjede nad Japanom, kao motivaciju navodi i težak put do neovisnosti i slobode hrvatskog naroda, gdje su naučili da nema odustajanja i predaje: „Potrebna je posebna vrsta otpornosti da se nadživi ova japanska ekipa, ali to je ono što ova hrvatska momčad ima. To je sposobnost iskovanu u sukobima i ratu, koji su ih počeli definirati kao tim i narod.“. Također podsjećaju kako je Hrvatska mlada kao neovisna nacija, ali njezina nogometna kultura kao dio bivše Jugoslavije seže gotovo jedno stoljeće u prošlost. Pišu kako je reprezentacija Jugoslavije bila četvrta na Svjetskom prvenstvu 1930. i 1962., a stigla je do finala Europskog prvenstva 1960. i 1968. „To bogato jugoslavensko nogometno naslijeđe, koje je bilo narušeno zabranama Eura 1992. i Svjetskog prvenstva 1994. zbog rata, značilo je da je prva hrvatska momčad koju je FIFA priznala bila puna talenta u igračima poput Slavena Bilića, Zvonimira Bobana i Davora Šukera. Na FIFA ljestvicu ušli su 1994. godine na 125. mjestu, a u roku od četiri godine popeli su se na osmo mjesto, kada su stigli do polufinala Svjetskog prvenstva 1998. godine.“ – piše list, zaključujući kako je nogomet postao izvor ponosa i sport koji svi u zemlji igraju ili gledaju.

Tijekom Svjetskog nogometnog prvenstva u Rusiji 2018., na kojem je Hrvatska prošla prvo kolo bez izgubljene utakmice, porazivši čak i svjetskog prvaka Argentinu s uvjerljivih 3:0, čitani njemački list Bild je napisao kako su Hrvati „najsportskija nacija na svijetu“. Status sportske nacije Hrvati su zaslužili izvan serijskim uspjesima u tenisu, vaterpolu, rukometu i mnogim drugim sportovima, piše Bild i objašnjava da Hrvatska ima samo 4,2 milijuna stanovnika, tek nešto više od Berlina (3,5 milijuna). Međutim, Hrvatska globalno igra značajnu sportsku ulogu i s obzirom na svoju veličinu, može se reći da je najjača sportska zemlja na svijetu, pišu Nijemci.

Zbog svega toga ne čudi što je jedna od najčešćih asocijacija koja se veže uz Hrvatsku, uz prirodne ljepote i turističku ponudu te poneki spomenik kulture, sport.

Kako nogometni uspjeh 1998. u Francuskoj nije bila puka slučajnost ili samo sreća potvrdili su nam vatreni dvadeset godina kasnije u Rusiji, kad su postali svjetski vice-šampioni predvođeni izbornikom Zlatkom Dalićem. A zahvaljujući globaliziranom svijetu, razvijenim medijima i društvenim mrežama, Hrvatska je daleko više privukla pozornosti i simpatija svijeta. Dok smo se 1998. borili za pozornost kako bi nas se smjestilo na kartu Europe, ovoga puta smo svijet podučili tko su i kakvi su Hrvati, kakva je Hrvatska i što može ponuditi suvremenom svijetu.

Čim je Hrvatska ušla u polufinale Svjetskog nogometnog prvenstva nije bilo značajnijeg medija u svijetu koji nije objavio priču o Vatrenima i zemlji iz koje dolaze. Najprije se pisalo o sjajnoj igri pod palicom izbornika Zlatka Dalića, potom su uslijedile zanimljivosti o Hrvatskoj i Hrvatima, simpatičnoj hrvatskoj predsjednici Kolindi Grabar Kitarović koja je navijala zajedno sa svojim navijačima, da bi sve preraslo u globalnu euforiju i potporu vatrenima. Milijuni diljem svijeta tek su sad upoznali Hrvatsku u pravom svjetlu, doznajući puno o njezinim potencijalima, vrijednostima, ljudima, povijesti, turističkoj ponudi... jer im proteklih godina nismo davali pretjerano povoda da se zanimaju za nas, a naša komunikacija sa svijetom je bila nemušta i stereotipna. Sad smo postali nezaobilazni, jer se o Hrvatskoj govori kao o globalnom fenomenu. A zahvaljujući vatrenima koji su pokazali srčanost, iskrenost, autentičnost, odvažnost i skromnost, sad svijet tako počinje doživljavati i sve Hrvate, pa je stvarno lijepo biti Hrvat, svjedočile su tisuće ljudi na svojim društvenim mrežama. „Hrvatima u očima gori vatra, iskazuju beskrajnu volju i strast“ – napisao je Bild, najnakladniji europski dnevni list ističući kako su hrvatski reprezentativci postali čudo jer su „požudni“ (ustrajni do kraja i nikad ne razmišljaju o predaji), „iskreni“ (izravni, autentični) i „srčani“ („Igrači slave s dječicom na igralištu“).

Milijuni ljudi koji prate nogomet, od Aljaske do Novog Zelanda i od Ognjene zemlje do krajnjeg sjeveroistoka Rusije, bez obzira na njihovo obrazovanje i zanimanje, masovno su u internetske pretraživače upisivali pojam „Croatia“ i pokušali doznati još ponešto o zemlji koja se plasirala u finale prvenstva. A svi koji se bave promocijom znaju da je danas u moru informacija, ponuda i reklama najteže se izboriti za nečiju pozornost, odnosno motivirati ga da sam počne istraživati o vama. Hrvatskoj je to, zahvaljujući našoj reprezentaciji, uspjelo.

Do kraja prvenstva o Hrvatskoj je objavljeno više sadržaja nego tijekom 28 godina njezina postojanja. Bolje rečeno, Vatreni su privukli pozornost globalnih medija, više nego svi ostali sportaši, političari, gospodarstvenici, turizam i drugi - zajedno.

Vatreni su u Rusiji ispisali jednu od najljepših stranica hrvatskog sporta, ali i suvremene hrvatske povijesti, na koju ćemo se često pozivati i rado ju prepričavati mlađim naraštajima. Iako je riječ o velikom sportskom uspjehu, on nadilazi okvire nogometa i klasične sportske euforije te predstavlja svojevrsnu prekretnicu, pa čak i pozitivan tektonski poremećaj kad su u pitanju ugled Hrvatske u svijetu i promjena društvene klime u zemlji. Pokazali su vlastitim primjerom što znači upornost, rad i disciplina te iskreno domoljublje. A prije svega poniznost i odgovornost... Zato je ta hrvatska sportska bajka oduševila cijeli svijet. Uostalom to je bila suvremena sportska priča o biblijskom Davidu i Golijatu. Sjetimo se samo okršaja Hrvatske i Argentine, pa Rusije i na koncu Engleske... Bili smo inspiracija gledateljima diljem svijeta jer smo se usudili i nadigrati te moćne nacije. Borbenost, hrabrost i upornost Hrvata, koja je inspirirala još francuske kraljeve, tamošnji mediji su prepoznali i u igri naše nogometne momčadi. A mnogi su te osobine projicirali i na cijelo hrvatsko društvo te se poistovjetili s malom i simpatičnom Hrvatskom, posebice uoči okršaja s Argentinom, Rusijom, Engleskom i na koncu u finalu s Francuskom (od koje smo bolje igrali, ali sudac je bio na strani moćnije zemlje). Dobili smo prijatelje i zagovornike među slavnima iz svijeta show businessa, politike, gospodarstva... A postali smo i inspiracija milijunima običnih ljudi diljem svijeta. Posebice otkako su upoznali životne putove naših igrača, a većina ih može poslužiti kao filmski scenarij budući da je cijela generacija stasala tijekom Domovinskog rata, pa je njihov uspjeh vezan uz skromne početke i istinsku borbu za šansu. Ali unatoč svemu, oni su se usudili sanjati i nisu se zadovoljavali prosječnošću. Zato su danas, kad se sport sve više komercijalizira, uzor i inspiracija talentiranim dječacima iz zabačenih sela Hrvatske, Bosne i Hercegovine, ali i dalekog Tajlanda. Oni svjedoče da se trud isplati, a da je Nebo jedina granica. Upornost, vjera, predanost, zajedništvo i vođenje visokim globalnim standardima izvrsnosti uz iskrenu odanost svojoj zemlji jasan je recept koji se može primijeniti i u svim drugim područjima mimo sporta.

A sve ono što se dogodilo u Rusiji, četiri godine kasnije, eksplodiralo je u Kataru. Naime, u međuvremenu su još više ojačale društvene mreže i druge komunikacijske platforme, pa se Hrvatska promovirala u realnom vremenu. Milijuni objava, video snimaka, dojmova preplavili su svijet. A Hrvatska je bila ključna riječ. Tim više što je Hrvatska u Katar pristigla kao svjetski vice-

šampion pa smo samim time privlačili pozornost kao jedna od glavnih atrakcija. Međutim, mnogobrojni svjetski stručnjaci i mediji nam nisu pridavali značenje favorita. Zato je svaki iskorak praćen s golemom pozornošću. No, ipak okršaj protiv Brazila, kao najmoćnije svjetske nogometne velesile učinio je svoje. Pobjeda vatrenih i odlazak Brazila s prvenstva, odmah po završetku utakmice, bili su glavna vijest u svim svjetskim medijima, uključujući CNN, koji je tome posvetio udarne minute, posebno se osvrnuvši na tugu koje je zavladała na ulicama Brazila. Podsjetimo, kad igra reprezentacija ondje je nacionalni praznik. A onda dođe mala Hrvatska (usporedbe radi, Brazil ima 207, a Hrvatska 3,8 milijuna stanovnika), koja sruši njihove snove da dvadeset godina nakon osvajanja prvenstva u Japanu i Južnoj Koreji ponovno zasjednu na svjetski nogometni tron.

Milijarde ljudi diljem svijeta u Kataru su svjedočile ispisivanju nogometne povijesti. Googlalo se o Hrvatskoj diljem svijeta više nego prethodnih trideset godina. Odjednom je poraslo globalno zanimanje za novu nogometnu velesilu koja se usudila napraviti najveću senzaciju katarskog prvenstva. A objavljeno je duplo više sadržaja o Hrvatskoj i vatrenima nego četiri godine ranije. Iako je Hrvatska i do sada percipirana kao sportska zemlja, nakon Katara vrijednost njezina brenda daleko veća. A oni koji su do sada podcjenjivali Hrvatsku, valjda su naučili da se nikad ne smije podcijeniti Hrvata, kako je lijepo poručio izbornik Dalić.

Tisuće i tisuće stranica teksta, minute televizijskih i radijskih reportaža, a više od devedeset posto su čista promocija Hrvatske, koštale bi milijarde i nemoguće bi ih bilo potaknuti bilo kakvim drugim povodom. Ali nogomet je kao fenomen očito nenadmašan u globalnoj mobilizaciji i to smo iskoristili u pravom trenutku. Tko može okupiti toliko ljudi oko malih ekrana? Tko može izazvati toliko emocija i ponosa, radosti i zabave? Tko može potrošiti, ali i priskrbiti milijarde, poput nogometa? Nogomet je već odavno više od zabave, ali i sporta. On je i kultura, i gospodarstvo, i politika. To je stvar identiteta, nacionalnog ponosa, prestiža i novog pozicioniranja država...

Zato su se barjaci vijorili diljem domovine. Lako se poistovjetiti s moćnima i uspješnima, a vatreni to jesu. Oni pokazuju kako se sve može postići disciplinom, dobrom organizacijom i zajedništvom. Oni su kozmopoliti, čiji je uspjeh globalno konkurentan, a pritom su ostali vjerni i odani svojoj zemlji, što je recept za svakoga tko želi uspjeti u globaliziranom svijetu. Nogometaši su pridonijeli imidžu Hrvata i Hrvatske, kao male zemlje dobrih ljudi velikog srca. Zato postaju inspiracija, ne samo Hrvatima već i mnogima diljem svijeta, koji otvoreno kažu kako su navijali za malu i

simpatičnu Hrvatsku zbog ponašanja naše momčadi, ljepote njihove nogometne igre, ali i same Hrvatske.

Devet milijuna Hrvata i njihovih potomaka razasutih diljem svijeta za vrijeme i nakon prvenstava disali su kao jedno tijelo. Mnogi su počeli otkrivati svoje hrvatske korijene diljem svijeta i ponositi se Hrvatskom. A mnogi među mladima su počeli trenirati nogomet. A u Hrvatsku se vratio duh zajedništva, nacionalnog ponosa i vjere u sebe, nakon godina lutanja, podjela i pesimizma. Taj novi hrvatski optimizam, može se trajno zadržati i iskoristiti za novo povezivanje domovine i dijaspore.

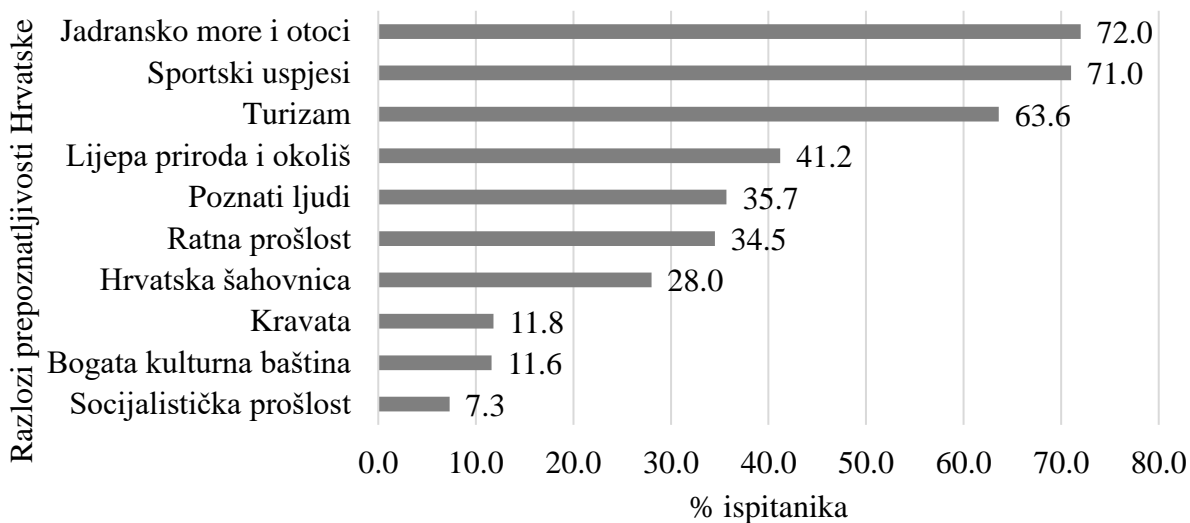
Istraživanje na kojem temeljimo smjernice

U okviru projekta tematske mreže „ZA-JEDNO.HR – zaJEDNO srce, jedna duša, jedna HRVATSKA“ proveden je niz istraživanja, odnosno istraživačkih dionica, čije smo rezultate koristili za izradu prijedloga smjernica. Najrelevantnije istraživanje za smjernicu kojom se bavi ovaj dokument, bilo je ono u sklopu dionice "Promocija gospodarskih interesa i kulturnog identiteta Republike Hrvatske u svijetu putem umreženog djelovanja hrvatskih iseljeničkih zajednica i udruga", koje je – među ostalim – imalo za cilj istražiti imidž Hrvatske iz perspektive iseljenika i njihovih potomaka. Provedeno je anketno istraživanje u kojem je sudjelovalo 1664 ispitanika, koji su po svom trenutnom statusu iseljenici iz Hrvatske ili njihovi potomci. Kako bismo dobili uvid u stajališta ispitanika u različitim dijelovima svijeta, uzorak je podijeljen prema kontinentima: Europa (676 ispitanika), Sjeverna Amerika (434 ispitanika), Južna Amerika (179 ispitanika) i Australija (122 ispitanika). Jedno od ključnih pitanja u istraživanju se odnosilo na percepciju Hrvatske, odnosno ključne elemente imidža. Opširnije o istraživanju vidjeti u radu (Skoko, Ježovita i Plenković, 2022).

U grafikonu 1. je vidljivo da se Hrvatsku dominantno promatra kao turističku zemlju s prirodnim ljepotama i kao zemlju uspješnih sportaša (gotovo identični rezultati). Naime, procjenjuje se da preko 70% iseljenika smatra da je Hrvatska prepoznatljiva upravo po tim karakteristikama, dok ih najmanje našu zemlju povezuje sa socijalističkom prošlosti, ali i različitim kulturnim bogatstvima (ispod 12% iseljenika). Dakle, rezultati istraživanja potvrđuju kako je sport važan segment

hrvatskog identiteta i imidža, te kako iseljenici i njihovi potomci osjećaju ponos na Hrvatsku zbog njezine ljepote i sportskih uspjeha.

Grafikon 1. Razlozi po kojima je Hrvatska prepoznatljiva među iseljenicima i njihovim potomcima (n=1663)



Sukladno tome, sport vidimo kao prilično neiskorištenu platformu u dodatno povezivanju domovinske i iseljene Hrvatske. U prilog tome ide još jedna neiskorištena inicijativa. Naime, nakon ulaska u finale hrvatske nogometne reprezentacije 2018. na Svjetskom nogometnom prvenstvu u Rusiji i povratka Vatrenih u domovinu 16. srpnja, kad je u Zagrebu nogometne viceprvake svijeta dočekalo više od pola milijuna ljudi, pokrenuta je inicijativa da se taj dan nastavi obilježavati kao Dan hrvatskog ponosa i zajedništva. Naime, riječ je o nenadmašnom sportskom uspjehu i događaju koji će se dugo pamtili te definitivno najvećoj proslavi u povijesti Hrvatske. Hrvatski kvadratići su dobili na globalnoj popularnosti, preplavili su Hrvatsku i sve hrvatske zajednice diljem svijeta. Čak i oni koji nisu bili sigurni u svoje korijene odjednom su bili ponosni što su Hrvati, a zajedništvo domovinske i iseljene Hrvatske tada je bilo na vrhuncu, baš kao što je nekada bilo za vrijeme Domovinskog rata.

Među iseljenicima i njihovim potomcima u dijaspori, diskurs i konzumiranje nogometa neki su od najvidljivijih elemenata svakodnevnog života i popularne kulture. Iako ne postoji mnogo istraživanja odnosa sporta i identiteta u hrvatskoj dijaspori, australski

antropolog Roy Hay objavio je dvije studije koje su se pozabavile stvaranjem nacionalnih klubova na ovom dalekom kontinentu te njihovim utjecajem na ostale aspekte života migranata. Na osnovi svoje studije hrvatskih imigranata u Geelongu, Hay duhovito primjećuje kako su neposredno poslije useljenja Hrvata u Australiju prvo nastajali nogometni klubovi i crkve, a tek onda folklorna i kulturna društva te političke organizacije. (Komar, 2015: 404)

Komar (2015) ističe i važnost amaterskih nogometnih aktivnosti, većinom vezanih uz iseljeničke klubove Hrvata ili pod pokroviteljskom hrvatskih katoličkih misija, kao zanimljiv i vrlo raširen fenomen koji svoju svjetsku ekspanziju doživljava od 1950-ih godina nadalje. Njihova uloga je višestruka, a pozivajući se na Soptu (2008:14) naglašava da nisu osnivani samo zbog nogometa “već i s ciljem da promiču interese domovine, da razvijaju nacionalnu svijest, da se suprotstave asimilaciji i uz to da postižu zapažene sportske uspjehe” (Komar, 2015: 405). Zaključuje, kako je nogomet postao jedinstveno djelotvoran medij za usađivanje nacionalnih osjećaja jer se čak i onima koje politika ili javni život ne zanimaju lako identificirati s nacijom kad je simboliziraju mladi ljudi koji se uspješno bave vrhunskim sportom. (Komar, 2015: 409) Međutim, taj zaključak možemo proširiti i na druge sportove, budući da je Hrvatska percipirana kao „sportska nacija“, a mladi u dijaspori osjećaju ponos na Hrvatsku kao sportsku zemlju. Doticaj s domovinom predstavlja im dodatni motiv, a umrežavanje s vršnjacima u Hrvatskoj može biti snažno sredstvo za jačanje želje za povezivanjem sa domovinom, povratkom i useljavanjem.

Inicijativa i smjernica za kreiranje novih javnih politika - *Povezivanje kroz sport - Organizirati zajedničke sportske aktivnosti i susrete mladih Hrvata iz cijelog svijeta*

Opis:

Sport kao društvena i tjelesna aktivnost ima potencijal za spajanje mladih različitog profila. Sport kao takav može imati i integrativnu i edukaciju ulogu. Osim toga, bavljenje sportom blagotvorno je za mlade. S druge strane, sport predstavlja snažnu sastavnicu hrvatskog identiteta i imidža i pobuđuje nacionalni ponos. Kombiniranjem ta dva motiva, možemo dobiti snažan faktor u jačanju veza među mladima domovinske i iseljene Hrvatske, te vezivanje mladih rođenih i odraslih u dijaspori uz domovinu.

Aktivnosti:

- Organizirati redovite sportske susrete i natjecanja između mladih u Hrvatskoj i mladih iz dijaspore, a s ciljem umrežavanja i potencijalnog privlačenja mladih iz dijaspore u Hrvatsku. Moguće je organizirati natjecanja prema najpopularnijim i najzastupljenijim sportovima (npr. nogometna liga, košarkaška liga i sl.). Susreti bi imali prvenstveno revijalni karakter, a potom natjecateljski.
- Organizirati treninge za amaterske sportske klubove i sportaše pojedince iz dijaspore u Hrvatskoj s domaćim trenerima i sportskim stručnjacima. To bi ujedno bio motiv za posjet Hrvatskoj, upoznavanje s njezinim potencijalima i sl.
- Organizirati gostovanja hrvatskih trenera, sportaša i bivših sportaša u dijaspori u prigodi značajnih natjecanja, na treninzima i sl. Kao što smo vidjeli u istraživanju, iseljenici i njihovi potomci snažno percipiraju Hrvatsku kao sportsku zemlju i iznimno su ponosni na njihove sportske uspjehe. Prema tome hrvatski sportaši mogu biti snažni motivatori u privlačenju pozornosti, promociji sportskog načina života, te susreta i natjecanja u Hrvatskoj, kao i promicanja i profesionalizacije sporta u domicilnim zemljama, gdje su hrvatski klubovi prisutni na natjecanjima na različitim razinama.

- Organizirati motivacijska predavanja hrvatskih trenera, sportaša i bivših sportaša u dijaspori.
- Uključivanje predstavnika mladih iz hrvatske dijaspore u organizaciju gostovanja hrvatskih timova na velikim sportskim natjecanjima (npr. Svjetsko nogometno prvenstvo u SAD-u, Kanadi i Meksiku, 2026.).
- Unaprijediti i podići na višu razinu postojeće natjecanje – Hrvatske svjetske igre (opisane u nastavku).

Naime, kao primjer dobre prakse, koji pokazuje opravdanost inicijative, možemo navesti Hrvatske svjetske igre.¹

Hrvatske svjetske igre su amatersko športsko natjecanje na kojem sudjeluju Hrvati i njihovi potomci iz cijeloga svijeta, predstavljajući državu u kojoj žive. Projekt neslužbeno nosi ime „Crolimpijada“ i može se opisati kao „Olimpijske igre s hrvatskim predznakom“. Cilj Igara je kroz sportska i kulturna druženja povezati mlade Hrvatice i Hrvate i dati poticaj za njegovanje hrvatskog identiteta, povratak u domovinu i buduća gospodarska ulaganja u RH. Igre su do sada održane četiri puta (2006. i 2010. godine u Zadru te 2014. i 2017. u Zagrebu). V. Hrvatske svjetske igre održane su od 24. – 29. srpnja 2023. u Zagrebu. Organizator Igara je Hrvatski svjetski kongres (HSK) – krovna udruga hrvatskih iseljenika diljem svijeta, koja kao međunarodna, neprofitna, nevladina i nestranačka organizacija povezuje Hrvate i Hrvatice, hrvatske udruge i ustanove izvan Domovine i tako stvara bolje uvjete za interese hrvatske domovine i hrvatskog izvandomovinstva.

Na Igrama sudjeluje 1000 do 1200 sportaša iz cijele Hrvatske, Bosne i Hercegovine i velikog hrvatskog iseljništva. Sportovi dostupni za natjecanje su: muški i ženski nogomet, ženska i muška odbojka na pijesku, ženska i muška košarka, kros na 2 km, plivanje, stolni tenis, tenis, taekwondo, judo i karate. Svake večeri za vrijeme trajanja Igara organiziraju se koncerti i kulturna događanja.

Sportaši sami snose troškove svog pojedinačnog leta do Zagreba i svoju osobnu potrošnju, a smještaj i prehrana su im osigurani u studentskom domu.

¹ <https://hsi-cwg.com/o-nama/> (pristupljeno: 23. lipnja 2023.)

Zaključak

Malo je zemalja u svijetu kojima je sport neraskidivi dio nacionalnog identiteta i imidža, kao što je to slučaj s Hrvatskom. Uistinu teško možemo govoriti o prepoznatljivosti zemlje bez učestalih asocijacija (čak i u najudaljenijim dijelovima svijeta) na hrvatske sportaše i njihove uspjehe. Isto tako hrvatski je identitet nezamisliv bez tog sportskog naboja, strasti, pobjedničkog duha, želje za natjecanjem i dokazivanjem, ali i mnogobrojnih sportskih talenata.

Poseban doprinos popularizaciji sporta općenito i posebno nogometa dala je hrvatska nogometna reprezentacija, predvođena izbornikom Zlatkom Dalićem na Svjetskom nogometnom prvenstvu 2018. u Rusiji i 2022. u Kataru.

Devet milijuna Hrvata i njihovih potomaka razasutih diljem svijeta za vrijeme i nakon prvenstava disali su kao jedno tijelo. Mnogi su počeli otkrivati svoje hrvatske korijene diljem svijeta i ponositi se Hrvatskom. A mnogi među mladima su počeli trenirati nogomet. A u Hrvatsku se vratio duh zajedništva, nacionalnog ponosa i vjere u sebe, nakon godina lutanja, podjela i pesimizma. Taj novi hrvatski optimizam, može se trajno zadržati i iskoristiti za novo povezivanje domovine i dijasporu. Zato sport vidimo kao prilično neiskorištenu platformu u dodatno povezivanju domovinske i iseljene Hrvatske. Nogomet je postao jedinstveno djelotvoran medij za usađivanje nacionalnih osjećaja jer se čak i onima koje politika ili javni život ne zanimaju lako identificirati s nacijom kad je simboliziraju mladi ljudi koji se uspješno bave vrhunskim sportom (Komar, 2015: 409). Doticaj s domovinom predstavlja im dodatni motiv, a umrežavanje s vršnjacima u Hrvatskoj može biti snažno sredstvo za jačanje želje za povezivanjem sa domovinom, povratkom i useljavanjem.

Sport kao društvena i tjelesna aktivnost ima potencijal za spajanje mladih različitog profila. Sport kao takav može imati i integrativnu i edukaciju ulogu. Osim toga, bavljenje sportom blagotvorno je za mlade. S druge strane, sport predstavlja snažnu sastavnicu hrvatskog identiteta i imidža i pobuđuje nacionalni ponos. Kombiniranjem ta dva motiva, možemo dobiti snažan faktor u jačanju veza među mladima domovinske i iseljene Hrvatske, te vezivanje mladih rođenih i odraslih u dijaspori uz domovinu. Jedna od aktivnosti koje smo predložili u ovim smjernicama je organizirati

redovite sportske susrete i natjecanja između mladih u Hrvatskoj i mladih iz dijaspore, a s ciljem umrežavanja i potencijalnog privlačenja mladih iz dijaspore u Hrvatsku. Moguća su također gostovanja poznatih sportaša, zajednički treninzi, predavanja, sportski kampovi u hrvatskoj i sl. Sve to može biti snažan alat ne samo u povezivanju mladih iz dijaspore s njihovim vršnjacima u domovini, već i motivacija za useljavanje i povratak, a posebno njegovanje i očuvanje hrvatskog identiteta u tuđini.

Literatura

- Hrvatske svjetske igre (2023.), <https://hsi-cwg.com/o-nama/> (pristupljeno: 23. lipnja 2023.)
- Komar, Tibor (2015.): *Identitet i/kroz sport: Antropološki pristup istraživanju dijaspore*, Stud. ethnol. Croat., vol. 27, Zagreb, str. 393–414.
- Skoko, Božo; Ježovita, Josip; Plenković, Mateja (2022.): *Imidž Hrvatske iz perspektive hrvatskih iseljenika i njihovih potomaka u različitim dijelovima svijeta*, Kroatologija, Vol. 13. br. 1., str. 167 – 187.