

Protokol i imidž zemlje

Katovčić Vlašić, Nadalina

Master's thesis / Diplomski rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:009671>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-05**

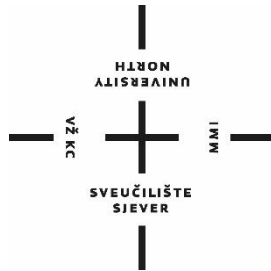


Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**



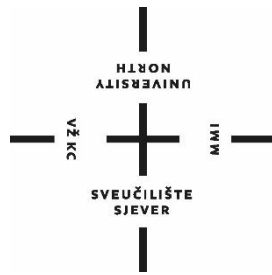
DIPLOMSKI RAD br. 53/OJ/2016

PROTOKOL I IMIDŽ ZEMLJE

Nadalina Katovčić Vlašić

Varaždin, ožujak 2017.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Studij Komunikologija i odnosi s javnošću



DIPLOMSKI RAD br. 53/OJ/2016

PROTOKOL I IMIDŽ ZEMLJE

Student:

Nadalina Katovčić Vlašić,
mat.br.0218/336D

Mentor:

doc. dr. sc. Anita Jeličić

Varaždin, ožujak 2017.

Prijava teme diplomskoga rada

studenta IV. semestra diplomskog studija
Odnosa s javnostima

BROJ: 53/OJ/2016

(upisuje studentska referada)

IME I PREZIME STUDENTA **Nadalina Katovčić Vlašić**

MATIČNI BROJ **0218/336D**

NASLOV IZABRANE TEME
DIPLOMSKOGA RADA **Protokol i imidž zemlje**

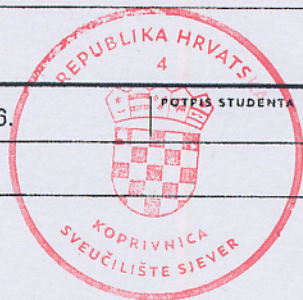
NASLOV IZABRANE TEME DIPLOMSKOGA
RADA NA ENGLJSKOM JEZIKU **Protocol and image of the country**

KOLEGIJ IZ KOJEG JE IZABRANA
TEMA DIPLOMSKOGA RADA **Protokoli Odnosa s javnostima**

MENTOR **doc. dr. sc. Anita Jeličić**

U VARAŽDINU, DANA **6. prosinca 2016.**

POTPIS MENTORA 



POTPIS STUDENTA **Nadalina Katovčić Vlašić**

Sadržaj

1. UVOD.....	1
1.1. Struktura rada	2
2. PROTOKOL.....	3
2.1. Diplomatski protokol kao zasebna disciplina	5
2.2. Protokolarna pravila	6
3. NAČIN PROVEDBE PROTOKOLARNO – DIPLOMATSKIH NORMI	8
3.1. Uspostava diplomatskih odnosa.....	8
3.2. Vjerodajnice i kabinetsko pismo	9
3.3. Red prvenstva.....	12
3.3.1.Red prvenstva u diplomatskom zboru	13
4. DIPLOMACIJA – PUT OD KLASIČNE DO JAVNE DIPLOMACIJE.....	14
4.1. Uloga ceremonijala i protokola u međunarodnim odnosima	19
4.2. Uloga hrvatskih diplomata u stvaranju slike o Hrvatskoj	21
5. POJAM I DEFINICIJA NACIONALNOG IDENTITETA KAO TEMELJ IMIDŽA I OSJETILNOG STVARANJA BRENDA DRŽAVE	23
5.1. Korištenje vizualnih nacionalnih simbola u promociji države.....	25
5.2. Imidž nacije i brendiranje.....	26
5.3. Hrvatska kao brend	28
5.4. Nositelji procesa brendiranja.....	29
5.5. Uloga medija u stvaranju i promicanju imidža zemlje.....	31
6. MOĆ I NEMOĆ HRVATSKE DIPLOMACIJE	33
6.1. Stvarna moć Hrvatske diplomacije.....	33
6.2. Kako inozemni veleposlanici u Republici Hrvatskoj utječu na njezin imidž i promociju u međunarodnom okruženju	36
7. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA TRENUTNOG IMIDŽA I PREPOZNATLJIVOSTI REPUBLIKE HRVATSKE KROZ PERCEPCIJU STRANIH VELEPOSŁANSTAVA AKREDITIRANIH U REPUBLICI HRVATSKOJ	40

7.1. Svrha istraživanja	40
7.2. Predmet istraživanja	40
7.3. Cilj istraživanja	40
7.4. Hipoteze	40
7.5. Istraživačka pitanja:.....	41
7.6. Metodologija istraživanja.....	41
7.6.1. Postupak provedbe metode istraživanja.....	42
7.6.2. Matrica	42
7.6.3. Uzorak istraživanja i vrijeme	42
7.6.4. Ograničenje istraživanja	43
8. REZULTATI PROVEDENOG ISTRAŽIVANJA	44
8.1. Diskusija rezultata po hipotezama.....	66
9. ZAKLJUČNA DISKUSIJA	70
10. PRILOG - ANKETNI UPITNIK	75
POPIS LITERATURE:	83
POPIS SLIKA	84
POPIS TABELA	84
POPIS GRAFIKONA	85

SAŽETAK

Protokol kao disciplina predstavlja skup propisanih i unaprijed utvrđenih pravila lijepog ponašanja, komunikacije i međusobnog ophođenja prilikom političkih, gospodarskih i društvenih aktivnosti države i njezinih predstavnika te drugih pravnih subjekata poput međunarodnih organizacija.

Prije svega protokol predstavlja smjernice civiliziranog ponašanja u međusobnom ophođenju i komunikaciji.

Protokol i poštivanje protokolarnih pravila ima dugačku i tradicijski bogatu povijest, pravilima lijepog i uljudnog ponašanja pridodavala se posebna pažnja i pozornost još od vremena organiziranja bogatih ceremonijalnih prigoda na dvorovima velikih vladara i visokih državnika.

Važnost poštivanja protokolarnih pravila proizlazi iz činjenice da se poštivanjem pravila ponašanja i postupanja unaprijed utvrđenih propisima kojima se definira protokol, prije svega iskazuju poštovanje i čast prema drugim državama i njihovim predstavnicima, te ostalim međunarodnim subjektima.

Protokolarna procedura i njeno strogo poštivanje jedan su od bitnijih preduvjeta za provođenje uspješne državne diplomacije. Diplomacija je disciplina putem koje se promiču interesi i moć države, o uspješnosti i vještini diplomatskog znanja ovisi rješavanje bitnih vanjskopolitičkih i međunarodnih pitanja između država.

Uspješnosti diplomacije u međunarodnom okruženju između ostalog pridonosi i dobro organiziran diplomatski protokol. Diplomacija i protokol moraju biti dobro iskoordinirani i povezani kako bi u očima susjednih zemalja, Europe i svijeta stvorili pozitivnu sliku Republike Hrvatske, te na što bolji način promovirali njezine vrijednosti i prednosti.

Uspješna diplomacija najbolji je promotor svoje zemlje, najbolje gradi pozitivan imidž zemlje i na taj način stvara uspješan i prepoznatljiv brand Republike Hrvatske u međunarodnom okruženju.

Ključne riječi: Protokol, diplomacija, diplomatski protokol, imidž zemlje, brand.

SUMMARY

Protocol as a discipline is a set of prescribed and pre-established rules of good manners, communication and mutual dealings during political, economic and social activities of the state and its representatives, and other entities such as international organizations.

First of all protocol presents guidelines of civilized behavior in dealing with mutual communication.

Protocol and their compliance rules has a long and traditionally rich history, rules of the beautiful and civilized behavior was placed on special care and attention from the time of organizing the rich ceremonial occasions in the mansions of great rulers and senior statesmen.

The importance of complying with the protocol stems from the fact that through abiding by the rules of conduct set by regulations that define protocol, first and foremost respect and honour are shown towards other states and their representatives, as well as other international entities.

Protocol procedures and its strict respect are one of the most important preconditions for successful implementation of state diplomacy. Diplomacy is a discipline through which to promote the interests and power of the state, performance and diplomatic skills depends on solving the important foreign policy and international issues between the countries.

The success of diplomacy in the international environment, among other things contributes to the well-organized diplomatic protocol. Diplomacy and protocol must be well coordinated and linked to in the eyes of neighboring countries, Europe and the world so we can create a positive image of the Croatia and what better way to promote its values and benefits.

Successful diplomacy is the best promoter of our country, it best builds a positive image of the country and thereby creating a successful and recognizable brand in the Croatian international environment.

Keywords: Protocol, Diplomacy, Diplomatic protocol, Image of the country, Brands.

1. UVOD

Nadaleko je poznata uzrečica da *lijepa riječ otvara sva vrata*. Opće prihvaćeno civilizirano ponašanje jedan je od osnovnih uvjeta i načina međusobnog ophođenja ne samo među ljudima, već i državama i ostalim pravnim subjektima koji djeluju na međunarodnoj sceni i na domaćem javnom prostoru. U svakom društvu postoji određena hijerarhija između njenih članova i utvrđena pravila ponašanja i međusobnog ophođenja. To su osnovna načela prema kojima se odvija suživot svake društvene zajednice.

Upravo protokol kao zasebna disciplina objedinjuje i predstavlja skup takvih pravila koja uređuju komunikaciju, ophođenje i ponašanje prilikom političkih, gospodarskih i društvenih aktivnosti države, njezinih predstavnika i drugih pravnih subjekata poput međunarodnih organizacija.

Protokol je utvrđeni skup pravila koja predstavljaju opće prihvaćene smjernice lijepog i civiliziranog ponašanja. Protokolarna povijest je bogata i dugačka, još u srednjovjekovnim političkim okupljanjima i bogatim društvenim događanjima visokog društva, protokolu i ceremonijalu pridodavala se posebna pozornost. Na taj način nije zadovoljena samo forma lijepog ponašanja nego se iskazivalo poštovanje spram drugih država i njihovih predstavnika, što je i više nego često puta bio razlog uspješnog ishoda međunarodnih nesuglasica i sporova. Poštivanje i obavezno postojanje protokolarne procedure svakako je najizraženije na području diplomacije pojedine države. Nekada su se pitanja i interesi države rješavali ratovima, danas se interesi i moć države promiču putem dobre državne diplomacije. Ishodište i uspješnost diplomacije uvelike ovisi o dobro odrađenom i koordiniranom državnom protokolu. Dokaz tomu je i činjenica da u provođenju protokola nije dozvoljena nikakva samovolja ili iznenadno mijenjanje protokolarnih pravila, jer i najmanja pogreška može imati katastrofalne posljedice za ostvarenje političkih interesa pojedine države ili može znatno narušiti prijateljske odnose između dvije države.

Dobra i uspješna državna diplomacija je pak najbolji promotor svoje zemlje. Dobra diplomacija najbolje će graditi pozitivan imidž zemlje u svijetu i stvarati uspješan brend i prepoznatljivost na međunarodnom tržištu. Zbog toga protokol posebice diplomatski protokol, igra izuzetno važnu ulogu u gradnji imidža jedne zemlje. U radu će se dati prikaz u kojoj mjeri je Hrvatska diplomacija uspješna u promoviranju vlastite zemlje, te kakav je imidž Republike Hrvatske u međunarodnom okruženju.

1.1. Struktura rada

Rad je podijeljen u 9 poglavlja. U prvom poglavlju je uvodna riječ te pojašnjenje strukture rada.

U drugom poglavlju govori se općenito o protokolu kao skupu pravila u međusobnom ophođenju država i njihovih predstavnika, o diplomatskom protokolu kao zasebnoj disciplini, protokolarnim pravilima i njihovom ishodištu i pravnim temeljima.

U trećem poglavlju obrađuje se način provedbe protokolarno-diplomatskih normi ili kako se u teoriji interpretira diplomatske tehnike tj. načina uspostave diplomatskih odnosa.

Četvrto poglavlje odnosi se na pojam diplomacije, opisan je put razvoja diplomatske djelatnosti od klasične do javne diplomacije, uloge ceremonijala i protokola kao dijela diplomatskih aktivnosti u međunarodnim odnosima, te uloge hrvatskih diplomata u stvaranju slike o Hrvatskoj.

U petom poglavlju definira se pojam nacionalnog identiteta, kao temelja za stvaranje imidža i brenda države.

U šestom poglavlju rada govori se o moći i nemoći hrvatske diplomacije, osvrt Bože Skoke u njegovoj zadnjoj knjizi kakvi su Hrvati na temu što je to hrvatska diplomacija radila u posljednjih dvadeset i pet godina. U šestom poglavlju također se daje pregled kako strani veleposlanici akreditirani u Republici Hrvatskoj utječu na njezin imidž i promociju u međunarodnom okruženju.

Sedmo poglavlje opisuje metodologiju istraživanja koje se provodi putem anketnog upitnika upućenog stranim veleposlanstvima akreditiranim u Republici Hrvatskoj. Temeljem anketa dobivenih od veleposlanstava utvrdit će se slika i percepcija prepoznatljivosti i imidža Republike Hrvatske u svijetu, zemljama u Europi i neposrednom okruženju, te ustanoviti koliki je značaj protokola i diplomacije u promicanju imidža zemlje.

U osmom poglavlju daje se prikaz i interpretacija rezultata provedenog istraživanja te diskusija rezultata po postavljenim hipotezama.

Deveto poglavlje sadrži zaključnu diskusiju.

2. PROTOKOL

„Uljudnost je najdragocjenija od svih vrlina“

Robert D. Murphy

Bivši zamjenik ministra vanjskih poslova SAD-a

Stari Grci koristili su riječ protokol za označavanje spisa, kasnije se iz riječi protokol izvodi glagol protokolirati (urudžbirati), što znači uvesti dokument u posebnu knjigu koja se naziva protokolom.¹

Danas u globaliziranom svijetu protokol predstavlja društvenu disciplinu kojom se definiraju pravila postupanja i ponašanja čelnika zemalja, diplomata, konzula i diplomatskih misija prilikom posjeta jedne zemlje drugoj i njihovog okupljanja na multilateralnim i bilateralnim skupovima.

U suvremenom svijetu diplomacija sve više dobiva na važnosti, ona postaje gotovo potpuno nova disciplina i to multilateralna, u takvim složenim poslovno – političkim međuljudskim odnosima koji se odvijaju na najvišim razinama, dobro razrađen protokol i pravilna primjena protokolarnih pravila igraju vrlo važnu ulogu.

„Protokol je oblik hijerarhijskog reda, izraz uglađenog ophođenja među nacijama i kao što je pristojnost jedno od osnovnih pravila svakodnevnog života, tako je i protokol skup pravila ponašanja za vlade i njihove predstavnike u službenim i neslužbenim prilikama.“²

U svakom obliku društvene zajednice potrebno je uspostaviti određena pravila koja definiraju postupanje njihovih članova te osiguravaju skladan rad i funkcioniranje. Protokolarna pravila moraju se strogo poštivati, njihova primjena mora biti točna i precizna, i uz minimalna odstupanja. Ona se nikako ne smiju mijenjati iznenada i odlukama pojedinaca, mijenjaju se postupno pri čemu treba voditi računa o tome da protokolarna pravila ipak donosi poglavar države ili vlada, te da su ona propisana i utvrđena određenim aktima. Odstupanja i izuzeci od strogo utvrđenih i propisanih protokolarnih pravila dopuštena su jako rijetko i iznimno, i to u slučajevima samo ako se sama protokolarna procedura ne može provesti ni na jedan drugi prethodno utvrđeni način.

¹Usp. John R. Wood i Jean Serres, *Diplomatski ceremonijal i protokol: osnove, postupci i praksa* (Zagreb: Mate, 2004), str.13.

²Ibid, str.25.

Protokol rješava pitanje reda prvenstva (*presence*), ceremonijala i etikecije, organizacije sadržaja i ceremonijala događaja ili događaja u kojemu sudjeluje poglavar države, predsjednik vlade ili ministar vanjskih poslova za vrijeme službenih posjeta visokih državnih dužnosnika iz drugih zemalja, ali isto tako uređuje i propisuje postupanja kod događaja u zemlji koji su od nacionalnog interesa. Protokol sadrži i predlaže način provođenja procedure kao što je primanje, boravak i ispraćaj stranih državnih dužnosnika, stranih veleposlanika, ažurira diplomatsku listu, rješava pitanja iz područja povlastica, imuniteta i carinskih olakšica stranih diplomata akreditiranih u dotičnoj zemlji kao i članova međunarodnih organizacija.

U protokolarnu djelatnost spada i vođenje dosjea stranih kandidata za nacionalna odličja, priprema privole za strana odličja nacionalnih kandidata. Priprema i slanje notifikacija, vjerodajnica, opozivnih pisama, pisanja imenovanja i egzekviture. Služba Protokola također brine o pošiljanju ugovora, konvencija i ratifikacijskih instrumenata.³

Protokolom su propisana i pravila koja određuje prednost među diplomatima na istom području.

Pod protokolom se podrazumjevaju i svojevrsni međunarodni sporazumi, zbirka pisanih i običajnih normi međusobnog ponašanja država i njihovih predstavnika, te ustanove koje se bave primjenom propisanih normi.

„Protokol dodjeljuje svakome sudioniku odgovarajuće mjesto u političkoj i administrativnoj strukturi, jamči djelatnicima u državnoj službi njihova prava, rješava nesporazume koji se tiču prava prvenstva kao i nesuglasice o korištenju pripadajućih povlastica i imuniteta.“⁴

Protokol koordinira svakodnevne aktivnosti državnih vlasti kao i stranih vlasti koje svoje službene dužnosti obavljaju prema uputama vlade (stalni i privremeni diplomati, konzuli i međunarodni dužnosnici).

Protokol definira način odvijanja javnih svečanosti, daje im metodu, ograničenja, ravnotežu i etiketu, definira pravila za razmjenu službenog i privatnog dopisivanja, način oslovljavanja i sve potrebno da svaka osoba dobije položaj i poštovanje koje mu pripada temeljem posla koji obavlja i koji mu daje to pravo.⁵

³Usp. Mario Mikolić, *Diplomatski i poslovni protokol*, Civitas (Zagreb: Barbat, 2002), str. 13.

⁴Wood i Serres, *Diplomatski ceremonijal i protokol*, 2004, str.14.

⁵Usp. *ibid.*, str.15.

2.1. Diplomatski protokol kao zasebna disciplina

Diplomacija predstavlja međusobno ophođenje država putem njihovih predstavnika. Postoje opće prihvaćena pravila i načela definirana pojedinim konvencijama, a koje su države u međusobnom diplomatskom ophođenju i komuniciranju dužne poštovati i primjenjivati.

Pravila i načela koja su države prihvatile potpisivanjem pojedinih konvencija, te njihovu primjenu nazivamo diplomatski protokol, potkol uključuje i poseban dio koji nazivamo ceremonijal.

Temelje načela na kojima počiva međusobno ophođenje država i njihovih predstavnika čine Bečka konvencija o diplomatskim odnosima (1961) i Bečka konvencija o konzularnim odnosima (1960), zatim svojevrsne zbirke propisa međunarodnog prava kojima dodajemo i običajne norme o međusobnom ponašanju država, odnosno onih koji ih predstavljaju. U običajne norme ubrajaju se i općeprihvaćena načela i načini međuljudskog ponašanja u suvremenoj civilizaciji.⁶

Lapenda smatra da diplomatski protokol podrazumijeva skup pravila ponašanja i ophođenja službenih predstavnika subjekata međunarodnog prava u obnašanju diplomatskih funkcija/dužnosti u međunarodnim odnosima. Ceremonijal ili etiketa je dio protokola koji se najviše izražava u poštivanju uobičajenih pravila u svečanim prilikama. Dio tih pravila ugrađen je u međunarodne sporazume, no zbog činjenice da svaki od njih proizlazi iz raznih običaja i predaja na raznim stranama svijeta, ova je materija još uvijek na razini pravila međunarodnog običajnog prava.

Pravila diplomatskog protokola uređuju i definiraju sljedeće: red prvenstva, diplomatske susrete, konferencije i skupove, statusna pitanja, dodjelu ordena/odličja, predaju akreditivnog pisma /vjerodajnica, diplomatsko dopisivanje.

U diplomaciji protokol i ceremonijal su jezik bez riječi. Dobro i kvalitetno odrađenim protokolom može se iskazati sve ono što se riječima ne može ili se njime mogu potvrditi iskazane riječi i postignuti dogovori.⁷

Posebnu pozornost treba posvetiti propustima i pogreškama u protokolu. Kao i u organizaciji svake druge djelatnosti i kod protokola se dešavaju pogreške, propusti ili iznenadne nekontrolirane situacije. Specifičnost propusta kod protokolarnih djelatnosti ogleda se u činjenici da svaki propust u protokolu ili ceremonijalu, slučajan ili namjeran može dovesti do nepoželjnog diplomatskog incidenta.

⁶Usp. Mikolić, *Diplomatski i poslovni protokol*, str.11.

⁷Usp. *ibid.*, str. 12.

U slučaju propusta ili incidenta, strana koja ga je prouzročila dužna se izviniti/ispričati strani koja je to doživjela kao uvredu, omalovažavanje ili podcjenjivanje.⁸

Jedna vlada nikako ne bi smjela dopustiti nekontrolirane napade na strane vlade, niti uznemiravanje njihovih predstavnika, ali ako dođe do povrede prava i povlastica stranih diplomata oni ne bi smjeli reagirati preuhitreno. U duhu dobrog diplomata trebali bi biti strpljivi i dublje sagledati dobru volju države primateljice.⁹

Uobičajena je praksa u tijelima državne uprave da se protokolom i ceremonijalom bavi posebna ustrojstvena jedinica unutar državnog tijela a to je obično služba protokola. U praksi su najčešći primjeri da je Protokol dio Službe za odnose s javnošću u pojedinom državnom tijelu. Postoje i posebni samostalni uredi koji kordiniraju državnim protokolom na najvišoj razini primjerice Ured za protokol Vlade Republike Hrvatske i Ured za protokol predsjednice Republike Hrvatske.

2.2. Protokolarna pravila

Protokolarnim pravilima želi se izraziti uljudnost kako među pojedincima tako i među odnosima pojedinih institucija i država.

Temelj na kojima danas počivaju protokolarna pravila je Bečka konvencija iz 1961. godine. Bečka konvencija o diplomatskim odnosima kodificirala je običajno pravo o diplomaciji, objasnila ga i učvrstila, uredila njegov sadržaj te ga pokrenula u obliku multilateralnog ugovora.¹⁰ „Bečka konvencija o diplomatskim odnosima samo je minimum koji države i njihovi predstavnici moraju strogo poštovati. Nepoštivanje tog minimuma može izazvati ne samo diplomatske nesporazume nego i sporove među državama.“¹¹

Potpisana je u Beču 18. travnja 1961. godine, a stupila je na snagu 24. travnja 1964. godine, kada su je ratificirale 22 države. Do kraja 1960-ih godina 90 država ju je ratificiralo ili pristupilo Konvenciji. U studenom 1975. godine Konvenciji pristupa komunistička Kina i tada ona dobiva potporu svih pet stalnih članica Vijeća sigurnosti UN-a. Do 1990. godine 177 država potpisalo je Konvenciju.

⁸Usp. Stjepan Lapenda, *Diplomacija: načela i funkcije* (Split: Redak, 2007), str.51-52.

⁹Usp. Mikolić, *Diplomatski i poslovni protokol*, str.17.

¹⁰Mikolić, *Diplomatski i poslovni protokol*, str.11.

¹¹Ibid., str.11

Kao i u svakom pravnom dokumentu i ovdje je praksa pokazala određene nedostatke i nedorečenosti, no unatoč toj činjenici Bečka konvencija i dalje ostaje jedan od najpouzdanijih i najšire utemeljenih multilateralnih režima na području međunarodnih odnosa.¹²

Zaštitni znak Bečke konvencije o diplomatskim odnosima bio je funkcionalni pristup diplomatskim povlasticama i imunitetima koje su usvojili njezini sastavljači. U skladu sa njenim funkcionalnim pristupom prvotna je pozornost pridana nabranjanju njenih pravnih funkcija diplomatskog poslanstva, nadalje povlastice koje su važne za djelovanje diplomatskog poslanstva bile su znatno ojačane Bečkom konvencijom, dok su one manje bitne bile ograničene npr. kategorije osoba koje se na njih mogu pozivati.

Jedna od najvažnijih funkcionalnih povlastica koju zahtjeva stalno poslanstvo je nepovredivost njegovih prostorija. Zemlja primateljica mora svim diplomatskim poslanstvima pružiti „posebnu zaštitu“, u pogledu tog djela Bečka konvencija bila je odlučna i strogo definirana.

Prema članku 22. Bečke konvencije prostorije poslanstva trebaju biti nepovredive i odbačeni su bilo kakvi izuzeci. To također vrijedi i za slučaj prekida diplomatskih odnosa ili oružanog sukoba.¹³

Velik broj pitanja iz diplomatskog protokola nije uređen međunarodnim ugovorima, kao primjerice pitanja ceremonijala, reda prvenstva i povlastica. Što se tiče takvih pitanja koja se tiču diplomatskog protokola a nisu uređena međunarodnim ugovorima, rješavaju se na osnovi međunarodnog običajnog prava, općeprihvaćene prakse, domaćim zakonodavstvom te ustaljenim tradicijama i običajima države. U praksi je čest slučaj i da neka pravila prije određenog zajedničkog događaja države mogu međusobno riješiti pomoću protokola.

Protokol je svakako prvi i najbitniji korak u promociji zemlje, pritom države moraju voditi računa o sadržaju i načinu provedbe protokola. Protokol se nikako nesmiije pretvoriti u pretjerano kićenje proceduralnih formalnosti, na taj se način može stvoriti kontra efekat koji će dovesti do još većeg jaza u odnosima između malih zemalja koje se tek bore za svoj mjesto na političkoj i gospodarskoj sceni i pravih velesila koje sebi mogu priuštiti svu raskoš. Protokol mora biti odraz uljudnosti i ljepog ponašanja, mora služiti svrsi radi koje je uspostavljen a nikako nesmiije svojom formom zasjeniti svrhu i događaj koji kordinira.

¹²Geoff R. Berridge, *Diplomacija: teorija i praksa*, Biblioteka Politička misao / Fakultet političkih znanosti, Zagreb, sv. 49 (Zagreb: Fakultet političkih znanosti, 2004), str.107-108.

¹³Usp. Geoff R. Berridge, *Diplomacija: teorija i praksa*, Biblioteka Politička misao / Fakultet političkih znanosti, Zagreb, sv. 49 (Zagreb: Fakultet političkih znanosti, 2004), str. 105.

3. NAČIN PROVEDBE PROTOKOLARNO – DIPLOMATSKIH NORMI

Način provedbe protokolarno-diplomatskih normi u teoriji se interpretira i kao diplomatska tehnika. Diplomatska tehnika je dio diplomatsko - protokolarnog ponašanja. Ona propisuje odrednice i upute kako da u djelo provedemo diplomatske i protokolarne norme.

3.1. Uspostava diplomatskih odnosa

Svaka država oduvijek teži uspostavljanju što boljih međusobnih odnosa pa se iz toga razloga i teži međusobnom priznavanju država i međusobnoj razmjeni stalnih predstavništava i predstavnika; danas svaka država koja želi uspostaviti međunarodne odnose sa drugim državama mora biti priznata kao međunarodnopravni subjekt.¹⁴

„Jedino suverene i međunarodno priznate zemlje imaju aktivno i pasivno pravo poslanstva (*ius legations*) tj. pravo da ostvaruju svoju diplomatsku misiju/predstavništvo u inozemstvu i da imenuju svog šefa diplomatske misije/predstavništva i da imaju pravo primitka diplomatske misije/predstavništva i šefa misije/predstavništva zemlje šiljateljice. To pravo ostvaruje se temeljem odredbi čl. 2 Konvencije. Diplomatski odnosi uspostavljaju se razmjenom nota ili zajedničkom izjavom.¹⁵ „Međunarodno pravo i Bečke konvencije kao dio tog prava zasnivaju se na strogoj primjeni načela pravne jednakosti suverenih država, ograničene jedino onime na što same pristanu.

Princip po kojem svaka zemlja, bez obzira na veličinu, moć i utjecaj, ima jednaka prava i preuzima jednake obveze, od velike je važnosti posebice za male države, dajući im određenu sigurnost i zaštitu u svijetu u kojem vladaju sila i moć.“¹⁶

Da bi došlo do uspostave diplomatskih odnosa između dvije države potrebna je suglasnost na obje strane. Tu suglasnost države potvrđuju pisanim načinom npr. sporazumom, razmjenom nota i zajedničkih pisanih izjava. Tom se prigodom utvrđuje razina diplomatskih predstavništava, razred voditelja odnosno šefa tih predstavništava. Uobičajena razina je veleposlanstvo (ambasada), a razred šefa veleposlanik (ambasador). Kategorija poslanstva danas se gotovo izgubila pa države otvaraju veleposlanstva koja vode veleposlanici ili stalni otpravnici poslova.¹⁷

Nakon uspostave diplomatskih odnosa i dogovora o otvaranju veleposlanstava ili poslanstva, uobičajeno je da država šiljateljica uputi u glavni grad države primateljice

¹⁴Usp. Mikolić, *Diplomatski i poslovni protokol*, 41–42.

¹⁵Usp. Lapenda, *Diplomacija*, str.20.

¹⁶Wood i Serres, *Diplomatski ceremonijal i protokol*, 2004, str.17.

¹⁷Usp. Mikolić, *Diplomatski i poslovni protokol*, str. 42.

diplomatskog djelatnika niže razine koji će obaviti sve pripremne radnje kao što je organizacija poslovnih prostora, prostora za stanovanje veleposlanika (ambasadora), te otvoriti veleposlanstvo i organizirati dolazak veleposlanika (ambasadora). Prije njegovog upućivanja potrebno je da mu ministar vanjskih poslova da „uvodno pismo“ (fra. *lettre d'introduction*) koje je adresirano na ministra vanjskih poslova države primateljice. Do dolaska veleposlanika taj djelatnik obavlja dužnost privremenog otpravnika poslova.

Nakon što su završeni svi pripremni poslovi i veleposlanik dobio agreman, pisano se o tome obavješćuje ministarstvo vanjskih poslova države šiljateljice. Služba protokola ministarstva vanjskih poslova javlja mu podatke i sve protokolarne detalje vezane za dolazak veleposlanika u glavni grad zemlje primateljice. Otpravnik poslova notom o tome obavješćuje ministarstvo vanjskih poslova zemlje primateljice. Novog veleposlanika dočekuje predstavnik protokola, a sve do predaje vjerodajnice on je u zemlji primateljici inkognito (nepoznat javnosti).¹⁸

3.2. Vjerodajnice i kabinetsko pismo

Za šefove diplomatskih misija prije njihova imenovanja od strane države šiljateljice potrebno je zatražiti od države primateljice *Agrément* (FRA=privola, odobrenje). Privola se traži diskretno i neformalnim putem. Ako se u razumnom roku (jedan do dva mjeseca) ne dobije pozitivan odgovor, smatra se da privola nije dana. Država primateljica nema obvezu obrazložiti zašto nije prihvatila kandidata.¹⁹

Zahtjev za privolu (*Agrément*) podnosi najčešće usmeno otpravnik poslova ili odlazeći veleposlanik države šiljateljice. Uz usmeni zahtjev prilaže se i pisani životopis kandidata za veleposlanika. Privolu daje poglavar države primateljice, kada je privola dana imenovanje se može objaviti, tada Protokol pristupa izradbi vjerodajnice koja se podnosi na potpis poglavaru države. Nikako nije poželjno objavljivati ime kandidata prije nego li je dobio privolu (*Agrément*), to bi se moglo shvatiti kao vršenje pritiska na državu primateljicu što nikako nije cilj, a u krajnjoj liniji može rezultirati nedavanjem privole (*Agréments*).²⁰

„Novoimenovani šef diplomatske misije/predstavništva najvišeg ranga (ambasador/veleposlanik, nuncij) prigodom preuzimanja dužnosti svečano i protokolom

¹⁸Usp. Mikolić, *Diplomatski i poslovni protokol*, str.42.

¹⁹Usp. Lapenda, *Diplomacija*, str. 28.

²⁰Usp. Mikolić, *Diplomatski i poslovni protokol*, str.46-47.

minuciozno određenim postupkom predaje akreditivno pismo/vjerodajnice koje je uputio njegov šef države/državni poglavar.²¹

„Vjerodajnica je osobno pismo poglavara jedne države poglavaru druge države.“²²Akreditivno pismo (vjerodajnica) je isprava napisana u strogo formalnom obliku i konvencionalnim jezikom koja šefu diplomatske misije služi kao punomoć.²³

Vjerodajnica je posebnog oblika, sastavljena na kvalitetnom papiru u pravilu stalno istog protokolarnog sadržaja, ovjerena pečatom, suhim žigom ili naljepnicom sa suhim žigom. To pismo obično supotpisuje i ministar vanjskih poslova.

Izvornik pisma stavlja se u omotnicu koja se blago zatvara žigom (naljepnicom), kako bi je poglavar države kad mu pismo bude predano mogao na mjestu otvoriti što oni u pravilu ne čine odmah.

Uz pismo sastavljeno na jeziku zemlje šiljateljice po protokolu se prilaže prijevod na jeziku zemlje primateljice ili na jeziku koji ona preferira (u pravilu je to engleski jezik, osim za frankofonske zemlje koje se služe francuskim jezikom.)

Uz izvornik pisma prilaže se i kopija koju šef misije predaje ministru vanjskih poslova, a po protokolu prije predaje izvornika poglavaru države. Redovni otpravnik poslova dobiva kabinetsko pismo (fra. *letters de cabinet*) ministra vanjskih poslova države šiljateljice koje je naslovljeno na ministra vanjskih poslova države primateljice.²⁴

Nakon što je za neku zemlju određen diplomata, on prvo mora pristupiti proučavanju povijesti te zemlje, njezinih tradicija, institucija te političkog, gospodarskog i kulturnog sustava. To je osnovno znanje koje mu je potrebno kao temelji za njegov rad i djelovanje u zemlji primateljici. Kroz želju i sposobnost da upozna narod i zemlju u kojoj diplomatski djeluje, on u prvom redu iskazuje svoje osobno, a i poštovanje zemlje koju predstavlja prema zemlji primateljici. U sklopu njegovih aktivnosti poželjno je druženje sa građanima te zemlje, drugim diplomatima, novinarima, političarima, gospodarstvenicima te ljudima iz kulturnog i znanstvenog života zemlje. Na taj način on najbolje upoznaje gospodarske, društvene i političke prilike zemlje primateljice.

²¹Usp. Lapenda, *Diplomacija*, str. 29.

²²Usp. Mikolić, *Diplomatski i poslovni protokol*, str. 29.

²³Usp. Lapenda, *Diplomacija*, str.29.

²⁴Usp. Mikolić, *Diplomatski i poslovni protokol*, str.47.

Dobar diplomat mora odlično poznavati povijest diplomacije svoje zemlje i zemlje primateljice, upravo to je jedan od glavnih čimbenika u njegovim budućim diplomatskim potezima.²⁵

Diplomatski predstavnici ostaju u diplomatskoj misiji svoje države četiri godine, diplomatsku funkciju u pravilu napuštaju redovitim prestankom rada u diplomatskoj misiji. Pretanak rada u diplomatskoj misiji može biti i druge prirode kao primjerice bolest, unapređenje u viši rang, proglašavanje diplomata *personom non grata* i sl. sukladno članku 9. Konvencije pojedina država primateljica nije dužna obrazložiti zašto je nekog diplomatu proglasila nepoželjnom osobom, razlozi mogu biti opravdani ili fingirani.

Kod redovnog prestanka mandata šef diplomatske misije uručuje poglavaru zemlje primateljice opozivno pismo (fra. *Lettre de rappel*) kojim državni poglavar zemlje šiljateljice obavještava državnog poglavara zemlje primateljice o prestanku mandata šefa diplomatske misije. Opozivno pismo ima ista konvencionalna obilježja kao i akreditivno pismo/vjerodajnice.

Za stalnog otpravnika poslova opozivno pismo potpisuje i šalje ministar vanjskih poslova države šiljateljice ministru vanjskih poslova države primateljice. U okolnostima uobičajenog prestanka diplomatske misije kada države ostaju u prijateljskim odnosima, kod predaje opozivnog pisma državni poglavar odnosno ministar vanjskih poslova u slučaju stalnog otpravnika poslova uzvraća zahvalnim pismom koje se zove rekreditiv (fra. *Lettres de créance*) u kojem se hvali dosadašnji diplomatski predstavnik ili stalni otpravnik poslova kao i sve diplomatske aktivnosti koje je poduzimao za vrijeme mandata svoje diplomatske misije. Nakon prestanka mandata šef diplomatske misije i dalje uživa diplomatski imunitet, ali u razumnim rokovima.

Pri odlasku šef diplomatske misije cirkularnom notom obavještava diplomatski zbor u državi primateljici o prestanku svog mandata i u pravilu upriličuje prigodni oproštajni koktel. U slučaju kada je šef diplomatske misije proglašen *personom non grata* ili zbog prekida diplomatskih odnosa, ne uručuje se opozivno pismo i ne upriličuje oproštajni posjet.²⁶

²⁵Usp. Radovan Vukadinović i Vladimir Ibler, *Politika i diplomacija*, Biblioteka Dvojbe i promišljanja, knj. 2 (Zagreb: Otvoreno sveučilište, 1994), str.156.

²⁶Usp. Lapenda, *Diplomacija*, str. 32.

3.3. Red prvenstva

U općeljudskom komuniciranju svaki pojedinac osjetljiv je na ophođenje okoline prema svom statusu. Isto pravilo vrijedi i kod međusobnog odnosa između država i njihovih predstavnika.

U svim službenim prilikama u međusobnim odnosima između država od posebne je važnosti Pravo prvenstva tj. rang ili precedence (FRA – Préséance = red prvenstva).²⁷

„Red prvenstva uopće određen je položajem koji jedna osoba ima, najčešće privremeno, u državnoj hijerarhiji i u diplomatskom zboru. Red državnog prvenstva obično određuje poglavar države u dogovoru s vladom, dok je red prvenstva u diplomatskom zboru reguliran međunarodnim propisima i običajima. Takav se red uspostavlja da bi se njime iskazala počast, ali i omogućilo nesmetano okupljanje dužnosnika na nekoj javnoj manifestaciji bez obzira na mjesto održavanja.“²⁸

Diplomacija još od davnih vremena poznaje pravo reda prvenstva, jedan od zgodnijih primjera iz prošlosti koji se odnosi na poštivanja načela prava jednakosti nalazimo prilikom potpisivanja Westfalskog mira iz 1648. godine kojim je okončan Tridesetogodišnji rat. Potpisivanje mira odvijalo se na livadi pod okruglim šatorom i za okruglim stolom kojem su istodobno pristupili bez ikakvog reda prvenstva svi sudionici ceremonije.²⁹

Praksa organiziranja okupljanja, sastanaka, konferencija za okruglim stolom inače je zahvalna kao protokolarni običaj baš iz razloga jer su na taj način svi sudionici u istom pravnom položaju.

Poslove i brigu o poštivanju reda prvenstva vodi državni protokol ili protokol ministarstva vanjskih poslova. Protokol je dužan strogo primjenjivati propisani redosljed i na taj način svakoj osobi sačuvati osobno dostojanstvo i dostojanstvo njezina utvrđenog položaja. Kod prava reda prvenstva strogo je zabranjena bilo kakva proizvoljnost u smislu pomicanja naprijed ili natrag, a najmanje u diplomatskom zboru.

Proizvoljnost u rangiranju diplomatskih predstavnika bez obzira na diplomatsku listu nije dopuštena jer bi oni takav način mogli protumačiti kao namjerno rangiranje država koje diplomati zastupaju, a to bi ujedno značilo i kršenje međunarodnog prava, jer su sukladno odredbama međunarodnog prava sve države ravnopravni subjekti.³⁰

²⁷Usp. Lapenda, *Diplomacija*, str. 30.

²⁸Usp. Mikolić, *Diplomatski i poslovni protokol*, str. 101.

²⁹Usp. *ibid.*, str. 101.

³⁰Usp. *ibid.*, str. 101.

Prihvatanje jedinstvenog pravila ustrojavanja reda prvenstva unutar diplomatskog zbora je način njihovog ravnopravnog tretmana, dok je na međunarodnim skupovima pravilo da se taj red najčešće ustrojava abecednim redom.

3.3.1. Red prvenstva u diplomatskom zboru

Šefovi diplomatskih misija stranih zemalja i međunarodnih organizacija akreditiranih u istom mjestu ili glavnom gradu neke države čine diplomatski zbor. U širem smislu diplomatski zbor čine i članovi njihovih obitelji.³¹

Državni protokol svake države vodi ažurirani popis članova diplomatskog zbora i reda prvenstva u njemu.

„Red prvenstva u svakoj kategoriji određuje se prema datumu predaje vjerodajnice, odnosno uvodnog pisma ministru vanjskih poslova.“³² Prije Bečkog kongresa 1815. godine status reda prvenstva uređivan je na temelju vojne i političke moći pojedinih država.³³ „Tek na Bečkom kongresu 1815. godine određeno je da se diplomatski položaj određuje u okvirima istog ranga prema danu službene notifikacije dolaska u zemlju primateljicu (koji puta i prema satu dolaska ukoliko je istog dana bilo više dolazaka). To je izričito navedeno i u čl. 16 tč. 1. Bečke konvencije o diplomatskim odnosima.“³⁴

Članak 13. Bečke konvencije o diplomatskim odnosima propisuje da se redosljed predaje akreditivnog pisma vjerodajnice ili njezinih vjernih kopija određuje prema datumu i trenutku dolaska šefa misije. Iz navedenih odredaba Bečke konvencije proizlazi načelo pravne jednakosti između država i smatra se da su sve države u pogledu prava prvenstva ravnopravne.³⁵

³¹Usp. Lapenda, *Diplomacija*, str. 33.

³²Usp. Mikolić, *Diplomatski i poslovni protokol*, str. 102.

³³Usp. *ibid.*, str. 102.

³⁴Lapenda, *Diplomacija*, str.30.

³⁵Usp. *ibid.*, str. 31.

4. DIPLOMACIJA – PUT OD KLASIČNE DO JAVNE DIPLOMACIJE

Počeci diplomacije utemeljeni su već tada kada su „prve ljudske zajednice odlučile da je bolje saslušati poruku nego pojesti glasnika“. ³⁶ Diplomacijom se na miran i uljudan način, međusobnim razumjevanjem i kompromisima pokušavaju riješiti određena sporna međunarodna pitanja između država.

Promatrajući teorijske definicije diplomacije ona je u svojoj osnovi i temeljima državna djelatnost, kojom se uređuju međusobni odnosi sa drugim državama. Glavno obilježje diplomacije je da su diplomatske aktivnosti uvijek su usmjerene ka ostvarivanju ciljeva koje je postavila trenutna vladajuća struktura u državi.

„Ciljevi te politike ogledaju se u vanjskoj politici država, diplomacija je instrument kojim se ostvaruje ta politika. To je osnovna funkcija diplomacije koja, kao državna djelatnost, na području vanjske politike podrazumijeva i specifičnost metoda te aparat koji obavlja te djelatnosti.“ ³⁷

„Diplomacija proširuje i produbljuje prijateljske odnose, političke i gospodarske s državama saveznicama i neutralnim državama. Istodobno, i uz dužno poštovanje, ona ulaže napore za promjenu odnosa onih vlada koje vode neprijateljsku ili bar suzdržanu politiku.“ ³⁸

Diplomacija je zanat kojemu je cilj produljivati razumijevanje među državama različitih političkih sustava, proširivati i jačati cjelokupne prijateljske i korisne odnose među državama te ulagati napore za miroljubivo rješavanje eventualno nastalih sporova i nerazumijevanja s pojedinim državama. Svaka država teži da ima što više onih s kojim se slaže i surađuje, a po mogućnosti ni jednog neprijatelja. ³⁹

Zadaća diplomacije svake zemlje utvrđena je njezinim ustavom i odgovarajućim zakonima. Diplomacija provodi vanjsku politiku svoje zemlje prema ciljevima koje postavljaju parlament, vlada i poglavar države. Ministar vanjskih poslova ima posebno važnu ulogu kao osoba koja spaja te dvije državne funkcije, iz tog razloga on često ima poseban položaj u državnoj političkoj i upravnoj strukturi (npr. ministar vanjskih poslova ujedno bude i potpredsjednik vlade.) ⁴⁰

Od samih početaka diplomaciju prate određena neshvaćanja, nerazumijevanja, nepovjerenje pa čak i mističnost. Kroz povijest diplomaciju se doživljavalo na različite načine,

³⁶Mikolić, *Diplomatski i poslovni protokol*, str. 8.

³⁷Vukadinović i Ibler, *Politika i diplomacija*, str.3., str. 3

³⁸Mikolić, *Diplomatski i poslovni protokol*, str.23.

³⁹Usp. *ibid.*, str.24.

⁴⁰Usp. Stanko Nick, *Diplomacija: metode i tehnike* (Zagreb: Barbat, 1997), str. 43.

primjerice francuski pisac L Trosne pisao je krajem 18 st. da je diplomacija opskurna vještina koja u sebi skriva izdaju. Britanski diplomat Sir Wiliam Hayter smatrao je da su brojne diplomatske aktivnosti isprazne, ali je ipak na kraju zaključio da države trebaju diplomaciju kao oblik razvijanja međusobnih odnosa. Staljin je smatrao da je govoriti o diplomaciji isto kao pričati o suhoj vodi.

Bez obzira na uglavnom negativnu i sumnjičavu percepciju koja diplomatsku djelatnost prati kroz povijest, može se reći da je diplomacija državna aktivnost koja je sastavni dio političkog života svake države i bez koje ne bi bilo moguće sagledati međunarodne političke odnose.⁴¹

„U metodama i sadržaju diplomacija je pratila velike promjene koje su nastale u međunarodnim odnosima i u ukupnom razvoju svijeta. Djelatnost, postavljena između vještine i umijeća, bila je podložna svim velikim promjenama kroz koje je prolazio svijet, a svaka od novih faza razvoja ostavila je i svoj pečat diplomatskoj aktivnosti.“⁴²Diplomacija kao djelatnost prolazila je kroz tri stoljeća svoj put od klasične tzv. francuske diplomacije do nove moderne tzv. javne diplomacije.

Klasična diplomacija temeljila se na sustavu tj. međunarodnoj hijerarhiji pet država u čijim rukama je bila koncentrirana sva europska odnosno svjetska politika. U tadašnjem sustavu međunarodnih odnosa Europa je bila jedino i glavno središte međunarodne politike. U međunarodnim odnosima velike sile djelovale su kao subjekti, a male kao objekti. Diplomati pet velikih europskih država tvorili su elitni klan koji se kretao europskim dvorovima rješavajući isključivo politička pitanja svojih vlada na temelju profesionalnih znanja, poznanstava i veza.⁴³

Glavna karakteristika klasične diplomacije je razumno pregovaranje čije je obilježje da se takvo pregovaranje uvijek odvijalo daleko od očiju javnosti, zbog čega je i diplomacija kao djelatnost oduvijek bila obavijena velom tajne i mistike, zapravo se namjerno i svjesno nastojao postići dojam da je diplomacija posao koji mora imati određenu tajnovitost. S druge strane na taj se način željelo onemogućiti razne utjecaje i lobije izvana te izbjeći pritiske i stvaranje negativne političke klime koja bi mogla utjecati na pregovaranje.

Osim tajnovitosti kao jedne od osnovnih karakteristika klasičnog diplomatskog djelovanja, druga najznačajnija karakteristika klasične diplomacije ogledala se u neravnopravnosti prava i

⁴¹Usp. Vukadinović i Ibler, *Politika i diplomacija*, str.4.

⁴²Ibid., str.31.

⁴³Usp. ibid., str.32-33.

obveza pet velikih europskih zemalja u odnosu na manje zemlje strateški, gospodarski i politički puno slabije, koje su predstavljale samo objekte međunarodnih odnosa.⁴⁴

Konačno rušenje metoda klasične diplomacije počelo je ulaskom SAD i Rusije u svjetsku politiku. Ulazak Amerike u međunarodne odnose nakon I. svjetskog rata znatno mijenja odnose na međunarodnoj političkoj sceni pa time uvodi i potpuno novi način diplomacije. Pod vodstvom američkog predsjednika Woodrowa Wilsona gradi se potpuno drugačiji moderniji sustav diplomatske djelatnosti i diplomatskih odnosa. Novi sustav diplomacije zasniva se na načelu jednakosti svih ljudi. Nova diplomacija bila je otvorena i lišena svih tehnika karakterističnih za klasičnu diplomaciju.

Američki stil diplomacije za razliku od klasičnog europskog nastojao je promijeniti karakter klasične diplomatske djelatnosti na način da je otvori javnosti i upravo to je temelj i začetak pojma javne diplomacije. Javna diplomacija je zadnja faza razvoja u evoluciji diplomatske prakse kojom se pokušava odgovoriti na nove političke, socijalne i međunarodne potrebe. Vođenje diplomacije značajno se promijenilo i znatno evaluiralo u posljednjih šezdeset godina.

Za klasičnu diplomaciju karakteristično je da su se svi kontakti i sve komunikacije odvijale isključivo i jedino na razini vlada i državnih dužnosnika čiji posao i jesu bile diplomatske aktivnosti. Javna diplomacija uvodi novi sustav komunikacije u kojem po prvi puta u sklopu uobičajenih diplomatskih aktivnosti strane vlade počinju komunicirati sa građanima zemlje domaćina, ranije su se takvi odnosi tolerirali samo u vrijeme rata, no sada postaju dio normalnih diplomatskih aktivnosti.⁴⁵

Dolazi do decentralizacije diplomacije, što znači da se javna diplomacija nastoji fokusirati na modalitet prema kojem država odnosno vlada komunicira sa građanima drugih država, odnosno određenim društvenim formacijama, kao što su novinari, gospodarstvenici, kreatori javnog mišljenja, predstavnici nevladinih udruga i sl.⁴⁶

Ono što karakterizira javnu diplomaciju jest da se ona za razliku od prethodnih vremena kada je bila rezervirana samo za elite i odvijala se daleko od očiju i znanja javnosti, sada odvija pred milijunskim auditorijem i ono najvažnije koristi sredstva masovnog komuniciranja. Glavni cilj diplomacije više nije promocija isključivo vlastite politike i političkih interesa države. Ona ima jednu sasvim novu ulogu, radi na promociji kulture, nacionalnih vrijednosti, načina života

⁴⁴Usp. Vukadinović i Ibler, *Politika i diplomacija*, str.34-35.

⁴⁵Usp. Jasna Jelisić, *Javna diplomatija: ka europskom glasu u globalnom dijalogu* (Zagreb ; Sarajevo: Synopsis, 2012), str.51.

⁴⁶Usp. Aleksandra Markić Boban i Božo Skoko, ur., *Javna diplomacija: imidž nacije i brendiranje: zbornik radova* (Zagreb: Hans-Seidel-Stiftung : Diplomatska akademija Ministarstva vanjskih i europskih poslova, 2012), str.18.

i svega što bi moglo pridonijeti boljoj percepciji i ostvarenju vanjskopolitičkih ciljeva.⁴⁷ „Cilj javne diplomacije je razvijati i njegovati željeni imidž nacije, odnosno države stvarajući plodno tlo i razumijevanje između nacija i naroda.“⁴⁸

Uspjeh javne diplomacije ne ovisi više isključivo o dobrim diplomatskim vještinama i moći uspješnog pregovaranja, već uključuje moć, utjecaj i učinkovitost medija, kulture i drugih društvenih čimbenika.⁴⁹ Da bi javna diplomacija bila diplomacija, u aktivnosti koje ciljaju na publiku u inozemstvu mora direktno ili indirektno biti involvirana vlada, a da bi bila javna ta publika moraju biti građani, a ne vladine organizacije ili političke elite. Javna diplomacija konstruirana je tako da pruži podršku ostvarenju vanjskopolitičkih ciljeva, predstavlja dugoročnu svestranu aktivnost koja sada uključuje i druge subjekte društvenog života primjerice masovne medije i kulturu, radi na dugoročnom angažmanu i ono što je najbitnije izgradnji dvosmjerne komunikacije, a ne jednostranom širenju informacija.

Upravo te karakteristike čine razliku između javne diplomacije i lobiranja, međunarodnog PR-a, informativnih aktivnosti i propagande, te je na taj način odvajaju u sasvim posebnu disciplinu.⁵⁰

Iako pojedini autori tvrde da je javna diplomacija eufemizam za državnu propagandu jer da se njome pojedine države i nacije žele predstaviti u boljem svjetlu. Ipak od svih načina na koji država komunicira sa inozemstvom, javna diplomacija ima najviše dodirnih točaka s odnosima s javnošću i upravljanjem brendom.⁵¹ Kroz javnu diplomaciju diplomatska djelatnost po prvi puta ulazi u otvoreni dijalog sa javnostima, ona ne funkcionira na principu uvjeravanja publike da misli ono što pošiljatelj poruke želi, već vodi otvorni dijalog gdje se govori i sluša i u kojem je um otvoren za uvažavanje različitosti i razumijevanje različitih pozicija. Važno je razumijeti razliku između poruke i nosioca poruke.⁵²

U novoj javnoj diplomaciji susrećemo upotrebu sasvim novih alata, procedura i aktera koje su sa sobom donijele komunikacijska, politička i revolucija u međunarodnim odnosima, takve promjene uvjetovale su i promjenu u načinu rada diplomata i vještina koje suvremeni diplomata mora imati.⁵³

⁴⁷Usp. Markić Boban i Skoko, *Javna diplomacija*, str.18-19.

⁴⁸Ibid., str.19.

⁴⁹Usp. ibid., str. 19

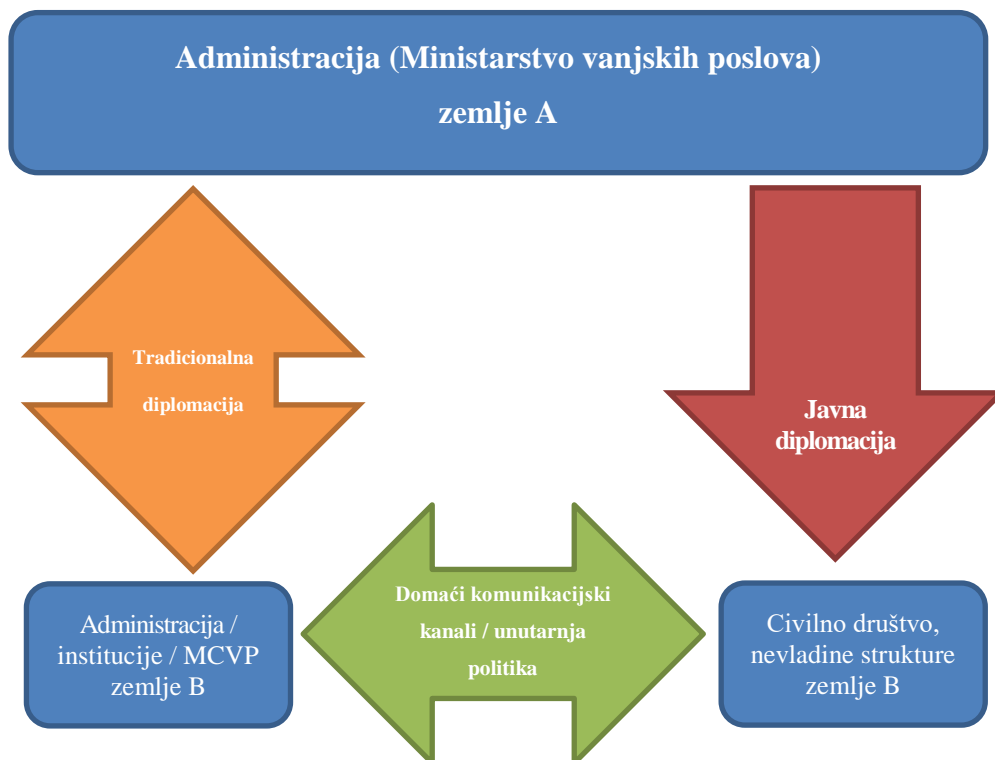
⁵⁰Usp. Jelisić, *Javna diplomatija*, str.55.

⁵¹Usp. Božo Skoko, *Država kao brend: upravljanje nacionalnim identitetom*, Biblioteka Theoria / Matica hrvatska (Zagreb: Matica hrvatska, 2009), str.63.

⁵²Usp. Jelisić, *Javna diplomatija*, str. 55. i 57.

⁵³Usp. Jelisić, *Javna diplomatija*., str.57.

Moramo razumjeti da javna diplomacija u svojoj osnovi ostaje utemeljena na klasičnoj diplomaciji i nikako ju se ne smije poistovjećivati s pojmom propagande, lobiranja ili brendiranja, ona je novi kolosijek klasične diplomacije koji gradi mostove te je pažljivo dizajnirana na osnovu dobrog poznavanja ciljane publike. Ključni faktor uspjeha leži u kredibilnom dijalogu sa lokalnim stanovništvom i na uspostavljanju odnosa sa civilnim društvom.⁵⁴



Slika 1: Grafički prikaz modela utjecaja na upotrebu javne diplomacije

Izvor: Jelisić, Jasna. Javna diplomatija, Synopsis, Zagreb, Sarajevo, 2012, str. 67

⁵⁴Usp. Ibid, str. 65-66.

4.1. Uloga ceremonijala i protokola u međunarodnim odnosima

„Održati mirne odnose među pojedincima i izbjeći uvrede jedno je od osnovnih pravila svakodnevnog života.“⁵⁵ Važnost tog pravila izuzetno je važna u međunarodnim odnosima u kojima itekako veliku i značajnu ulogu igraju uviđavnost i poštovanje prema samostalnim državama i njihovim predstavnicima.

John F. Kennedy je u svom inauguracijskom govoru naglasio kako „pristojnost nije slabost“, Bismarck je podsjećao kako se „čak i u objavi rata poštuju pravila lijepog ponašanja“, Jules Cambon napisao je da „u mirovnim sporazumima nema razlike među pojedincima i pobijeđenima“.⁵⁶ Povijest je puna primjera koji nam dokazuju kako je poštivanje dobrih običaja, protokolarnih pravila te uljudnost i međusobno uvažavanje zlatno pravilo na putu postizanja interesa i ciljeva pojedine zemlje.

U međunarodnim odnosima i diplomaciji današnjeg vremena protokol predstavlja zasebni dio diplomatske djelatnosti sa specifičnim zakonitostima i ograničenjima.⁵⁷

Za obavljanje diplomatskih poslova svakako su najvažnije protokolarne odredbe o povlasticama i imunitetima jer štite nepovredivost diplomatskog osoblja, prostorija i pošte. Općenito se protokol i ceremonijal shvaćaju kao dvije odvojene aktivnosti, ali u diplomatskom životu, na međunarodnim skupovima i u multilateralnim aktivnostima to su dvije vrlo isprepletene discipline. I jedna i druga teže poznavanju formalnih protokolarnih normi i zahtijevaju diplomatsku suptilnost i političku vještinu.⁵⁸

„Ceremonijal je strogo poštivanje običaja propisanih ili uobičajenih u svečanim prilikama.“⁵⁹ No pritom ga ne smijemo ograničiti samo na sliku dobro koordiniranih veličanstvenih svečanosti jer sam ceremonijal je mnogo više od toga, njegova uloga je puna značajnija od dobro organizirane svečanosti. Ceremonijal nikako nije samo odraz blještavila raskoši i kiča na takvim svečanostima.

Ako pogledamo kroz povijet nailazimo na mnoge primjere gdje je dobro odrađeni protokol, itekako doprinio pozitivnim ishodima spornih međunarodnih pitanja.

„Zadaća je ceremonijala i protokola u međunarodnim odnosima vrlo kompleksna i može biti ispunjena samo u okolnostima društvenog i političkog raspoloženja i u materijalnim uvjetima koji će omogućiti njezino slobodno odvijanje. Zadaća je ceremonijala da stvara okvire

⁵⁵John R. Wood i Jean Serres, *Diplomatski ceremonijal i protokol: osnove, postupci i praksa* (Zagreb: Mate, 2004), str.25.

⁵⁶Ibid, str. 25.

⁵⁷Ibid., str.14.

⁵⁸Mikolić, *Diplomatski i poslovni protokol*, str.15.

⁵⁹*Diplomatski ceremonijal i protokol*, sr.25.

i ozračje u kojima će se očitovati razvitak miroljubivih odnosa među suvremenim državama, kao i razina uspostavljenih bilateralnih odnosa. Pravila koja ravnaju ceremonijalom kodificira protokol.“⁶⁰

Tim pravilima se svakom sudioniku daju počasti, prednosti, povlastice i nepovredivosti na koje ima pravo te se na taj način jamče jednakost i pravo država koje jedna drugoj dopuštaju da se slobodno čuje njihov glas. Ceremonijal i protokol sadrže pravila i propisuju jedinstvenu proceduru koja iznad svega zahtjeva uljudnost koja je ključan element u prevladavanju dobrih namjera i međuljudskih pregovora. Uljudnost, lijepo ponašanje i uvažavanje su najbitnije osobine u odnosima diplomata i konzula.

Uljudnost predvodi i u zaključivanju i objavljivanju međunarodnih dokumenata. Stoga je zadaća protokola da ulaže napore za održavanje pozitivne atmosfere i da izgladuje sporove i nesuglasice koji katkad mogu nastati i zbog „sitnica“.⁶¹ Francuska poslovice kaže „da ljubazno ophođenje ne ranjava jezik“, jezik diplomacije kao i jezik u poslovnom svijetu trebao bi uvijek biti uvijen u mekanu rukavicu i mora „sačuvati hladnu krv.“ To je svakako jedan od najsuptilnijih načina da se dobije što više za vlastitu zemlju, a dade što se manje može.⁶² U protokolarnoj i ceremonijalnoj komunikaciji trebalo bi uvijek zadržati objektivnost, pokazati dobru volju i poticati dobro raspoloženje.

Ceremonijal koji se primjenjuje u međunarodnim događajima izuzetno je važan. Svaka vlada mora uložiti maksimalne napore i veliki stupanj ozbiljnosti u pripremi međunarodnih skupova, sastanaka, pri sklapanju i potpisivanju ugovora i međunarodnih dokumenata. Briga koja se iskazuje da bi se primanju jednog poglavara države, izaslanstvu, potpisivanju ugovora, ministru, veleposlaniku i drugima dao doličan sjaj, pokazuje stupanj kojim države žele očitovati svoj položaj u njihovim odnosima, smjer u kojem žele da se ti odnosi razvijaju i poboljšanja kojima žele pridonijeti.

Svečanost obreda, širina primanja, tijek razgovora, dodjela odličja upućuju na stupanj na koji jedna i druga strana žele učiniti javnim svoj sporazum, suradnju i prijateljstvo.⁶³

Kod međunarodnih pregovora kao i kod sklapanja i zaključivanja međunarodnih dokumenata kroz ceremonijal se pridonosi uzdizanju poštovanja prema ishodu pregovora ili uglavljenju novog međunarodnog dokumenta. S druge strane stalnim i privremenim

⁶⁰ Mikolić, *Diplomatski i poslovni protokol*, str.15.

⁶¹ Usp. *ibid.*, str.15-16.

⁶² Usp. *ibid.*, str.16., str. 16

⁶³ Usp. Mikolić, *Diplomatski i poslovni protokol.*, str. 16

predstavnicima država osigurava nepovredivost koja im omogućuje obnašanje osjetljive misije bez zapreka i povlastice koje im jamče poštivanje vlasti i naroda zemlje u kojoj borave i rade.⁶⁴

4.2. Uloga hrvatskih diplomata u stvaranju slike o Hrvatskoj

Jedan od najbitnijih čimbenika koji utječe na stvaranje slike i percepcije određene države u svijetu je svakako uspješnost njenog vanjskopolitičkog djelovanja. Djelovanje na području vanjske politike osim provođenja zadanih političkih i gospodarskih ciljeva uključuje odličnu koordinaciju diplomatskog djelovanja na međunarodnoj sceni. Aktivnosti hrvatskih diplomata znatno utječu na stvaranje slike o Hrvatskoj.

Nakon završetka domovinskog rata hrvatska diplomacija bila je fokusirana i ulagala je znatne napore u međunarodno priznanje Republike Hrvatske u svijetu. Zadnje desetljeće obilježeno je aktivnostima vezanim za ulazak Hrvatske u EU. Najveći dio diplomatskih aktivnosti u tom periodu bio je usmjeren ispunjenju svih uvjeta za primanje u punopravno članstvo EU.

Ostaje pitanje koliko se zapravo Hrvatska diplomacija u skladu s akceptom nove javne diplomacije uspjela u razdoblju od postanka neovisnosti baviti promocijom same zemlje, stvoriti joj određeni imidž i prepoznatljivost u svijetu.

Nažalost praksa je takva da hrvatski diplomati nisu baš često prepoznati u javnosti zemlje primateljice. Razlog tome je zasigurno što je Hrvatska relativno mlada država, mala država bez velike moći, ali vrlo dobrog geostrateškog položaja, prirodnih potencijala i kulturnih znamenitosti na koje se hrvatska diplomacija trebala više orijentirati i učiniti je više prepoznatljivom u međunarodnom okruženju. Kako hrvatski diplomati mogu utjecati na javno mišljenje zemlje primateljice?

Oni svojim predstavljanjem i diplomatskim aktivnostima predstavljaju Hrvatsku u političkim, gospodarskim, kulturnim, znanstvenim i mnogim drugim društvenim krugovima, koji potom kreiraju javno mišljenje i donositelji ključnih vanjskopolitičkih odluka.⁶⁵ U narednom razdoblju ponovno koristeći koncept javne diplomacije koja podrazumijeva otvorenost, diplomati bi trebali više utjecati na najuglednije nacionalne medije države primateljice jer ipak su oni glavni kreatori javnog mišljenja.

⁶⁴Usp. Ibid., str. 16

⁶⁵Usp. Božo Skoko, *Hrvatska: (identitet, image i promocija)* (Zagreb: Školska knjiga, 2004), str.229.

Diplomatske aktivnosti hrvatskih veleposlanstava u inozemstvu razlikuju se u promidžbi Hrvatske unutar pojedine zemlje. Za sada se nacionalna promidžba još uvijek u najvećoj mjeri odvija putem diplomatskih skupova, evenata i događanja.

Uloga hrvatskih diplomata u prvom redu bi trebala promicati interese, vrijednosti i prednosti naše zemlje putem informiranja i utjecaja na javno mijenje u zemlji domaćinu. Dobro osmišljenom medijskom i marketinškom komunikacijom može se smanjiti razina pogrešne ili negativne koncepcije Hrvatske u očima strane javnosti. Dobro osmišljena, otvorenija i pristupačnija promidžba usmjerena isključivo i ciljano ka javnosti može razbiti i izmijeniti sliku složenih političkih, gospodarskih, kulturnih i drugih odnosa između Hrvatske i drugih zemalja.

Demokratizacija međunarodnih odnosa rezultirala je promjenom međunarodnih odnosa u smislu da će se oni sve manje odvijati na sigurnosnim i čisto političkom planu, a sve više na gospodarskom, društvenom kao što je kultura, šport, obrazovanje, zaštita okoliša. Svaka država će u skladu s tim promjenama morati mijenjati svoju nacionalnu vanjskopolitičku strategiju, donošenje odluka i strukturu aktera koji će ih donositi. To znači da aktivnosti diplomata moraju napraviti iskorak iz tajne diplomacije prema više otvorenoj gospodarskoj, kulturnoj i drugim vrstama diplomacija.

U tom pogledu rasti će potreba za više stručnih, a manje profesionalnih diplomata, manje „yes mena“, a više individualnog kreativizma i obaveznog prihvatanja koncepta „long life learninga“ i u diplomaciji. Hrvatska diplomacija definitivno se mora prilagoditi promjenama te se usmjeriti na gospodarsku i svekoliku drugu promociju zemlje i to bi ujedno trebao postati najvažniji vanjskopolitički cilj države. Hrvatska diplomacija u okviru svojih aktivnosti mora iskoristiti komparativne prednosti koje Hrvatska ima na ovom području, raditi na gospodarskom probitku na inozemna tržišta te na taj način repositionirati Hrvatsku i politički unutar međunarodne zajednice.

Od diplomata se više ne traži da budu klasični tajni diplomati već da politički aktivno utječu na oblikovanje javnog mišljenja i odluka svoje zemlje u zemlji u kojoj gostuju. Diplomati današnjice mora biti PR agent svoje zemlje.

Kako bi bili uspješni u novim diplomatskim aktivnostima i ostvarenju ciljeva, diplomati se moraju naoružati novim znanjima, a to su što veći broj informacija, znanja i pristup što širim masama.⁶⁶

⁶⁶ Usp. Božo Skoko, *Hrvatska: (identitet, image i promocija)* (Zagreb: Školska knjiga, 2004), str. 233-237.

5. POJAM I DEFINICIJA NACIONALNOG IDENTITETA KAO TEMELJ IMIDŽA I OSJETILNOG STVARANJA BRENDA DRŽAVE

„*Identitet per se* znači biti različit od drugih.“⁶⁷

Kraj 20. st. obilježen je zanimanjem za pojam identiteta, sve češće se suočavamo sa uporabom tog termina kojim se zapravo želi iskazati nešto posebno, različito od drugih. U literaturi postoje brojne definicije pojma identiteta raznih autora kojima svaki od njih želi iskazati različitost od drugih.⁶⁸

U svojoj osnovi identitet daje odgovor na pitanje tko smo mi. Daje odgovor na pitanje kako se mi sami doživljavamo.

„Identitet se projicira i kreira na osnovu vlastitih vrijednosti i činjenica. Bez obzira na mnogobrojne definicije identiteta sve one ipak imaju istu srž: identitet je osjećaj pojedinca ili skupine o sebi; to je proizvod samosvijesti da ja ili mi kao entitet posjedujemo neke kvalitete po kojima se razlikujemo od tebe i mi od vas.“⁶⁹

„Nacionalni identitet je svijest o ukupnom „jamstvu“, pripadnosti nekoj nacionalnoj ili kulturnoj skupini. Vezuje se uz formiranje nacija-država ili uz Vestfalski poredak i teritorijalni temelj identiteta.“⁷⁰ Letica taj identitet definira kao „apstraktni zbir bioloških, socijalnih, kulturnih, moralnih, intelektualnih i inih odlika jednog naroda. Odlike koje taj narod čine različitim od svih ostalih naroda.“ Prema njemu, sintagma „identitet Hrvata“ trebala bi, dakle, upućivati na traženje onih posebnosti koje hrvatski narod čine različitim od drugih naroda, na traženje odlika, posebnosti ili makar stereotipa koje pripadnici tog naroda sebi pripisuju ili koje im drugi narodi i ljudi pripisuju.“⁷¹ Država ima najznačajniju ulogu u proizvodnji sveukupnog nacionalnog identiteta. Država identitet jednim dijelom ostvaruje kroz instituciju državljanstva, iskazivanjem lojalnosti i uporabom vizualnih nacionalnih elemenata. Primjerice zastava, građanima je ona predmet patriotskog poštovanja, simbol svega što ona znači- njezinih institucija, postignuća, dugog popisa poginulih junaka, ona je povijest njezine prošlosti i obećanje njezine budućnosti.⁷²

⁶⁷Skoko, *Hrvatska*, 2004, str.33.

⁶⁸Usp. *ibid.*, str. 33.

⁶⁹Skoko, *Država kao brend*, str.16.

⁷⁰*Ibid.*, str.17.

⁷¹*Ibid.*, str.18.

⁷²Usp. *ibid.*, str.19.

Veliki broj autora se ipak slaže u jednom „kako je nacionalni identitet važan za opstanak i prosperitet države i naroda jer zajednička predodžba građana o svojoj zemlji i njezinim vrijednostima njih međusobno povezuje u jedno tijelo.“⁷³ Ako identitet države promatramo kroz moderno poimanje onda ga možemo usporediti sa identitetom poduzeća ili korporacije te ih shvatiti kao svojevrsni izvozni proizvod, tada vrlo lako možemo odrediti pojam identiteta države ili nacionalnog identiteta definirajući ih na sljedeći način:⁷⁴ „To su prije svega osobnost i prepoznatljivost države ili pojedinog naroda u šarolikosti međunarodne zajednice, odnosno ono što ih upečatljivo izdvaja i razlikuje od drugih država ili naroda i po čemu postaju dugoročno prepoznatljivi u svijetu. Nacionalni ili državni identitet, u biti je sklop onoga što pojedina država i narod uistinu jesu (ili misle da jesu) i način na koji se predstavljaju svijetu.“⁷⁵

Veliki broj autora u modernom poimanju identiteta voli poistovjetiti državu i proizvod kada je u pitanju identitet, posebice vizualni. Feđa Vukić drži kako „od imena zajednice treba napraviti tržišnu marku, dati joj grafički oblik i uz nju vezivati pripadajući slogan – krilaticu.“⁷⁶ Takva grafička forma može postati resursom u vlasništvu svih građana.⁷⁷ Robert Jakovljević također smatra kako „Hrvatska – ako želi uspjeti mora jačati kao tržišna marka te stvarati tržišni korporativni identitet.“⁷⁸ U procesu stvaranja tržišnog korporativnog identiteta treba paziti na usklađivanje postojećeg vizualnog identiteta sa promjenama i zahtjevima suvremenog tržišta i masovnih medija.

Globalizacija zahtijeva stvaranje nove koncepcije identiteta koja u sebi komponira spoj tradicionalnog (nacionalnog) i modernog (kolektivnog) karaktera.⁷⁹ Proces izgradnje nacionalnog identiteta je trajan proces i prolazi kroz različite faze oblikovanja. On se stalno susreće sa novim društveno - političkim izazovima te ga je potrebno nadograđivati.⁸⁰ Također je najbolji preduvjet za stvaranje i promociju kvalitetnog identiteta samo življenje tog identiteta.

Kod hrvatskog nacionalnog identiteta veliki broj autora smatra kako je on doživio svoje „ponovno rođenje“ stvaranjem samostalne i neovisne Republike Hrvatske početkom devedesetih godina. Krizno razdoblje domovinskog rata i velikosrpske agresije kroz koju je Hrvatska prošla utjecalo je na oblikovanje hrvatske samosvijesti te stvaranje potpuno novog odnosa Hrvatske sa drugim narodima.

⁷³Usp. *ibid.*, str. 21.

⁷⁴Usp. Skoko, *Hrvatska*, 2004, str.38.

⁷⁵*Ibid.*, str.39.

⁷⁶Skoko, *Hrvatska.*, str. 39.

⁷⁷*Ibid.*, str.39.

⁷⁸*Ibid.*, str. 39.

⁷⁹Usp. *ibid.*, str.,40.

⁸⁰Usp. *ibid.*, str.167.

Stvaranje nove mlade države svakako je za Hrvatsku ujedno bila prilika u kojoj je ona dobila mogućnost stvaranja novog vlastitog nacionalnog identiteta. Ulaskom u nove asocijacije kao što je to kasnije bilo pristupanje NATU i EU Hrvatska je dobila jednu sasvim novu publiku kojoj se mogla kvalitetno predstaviti te kroz svoje vrijednosti, prednosti i posebnosti promovirati svoj nacionalni identitet.⁸¹

5.1. Korištenje vizualnih nacionalnih simbola u promociji države

„Vizualni identitet je vidljiva bit korporacije, institucije ili vladine agencije.“⁸² Najčešće je to logotip, zaštitni znak, prepoznatljiva boja, stil slova i slično. Kod države su to u prvom redu: njezino ime, grb, zastava i himna.⁸³ Robert Jakovljević drži kako „promociji prethodi usaglašavanje oko identiteta države te dodaje kako su ime, znak i slogan temeljna tri elementa državnog identiteta.“⁸⁴

Od davnina su simboli dramatično i izravno sredstvo uvjeravajuće komunikacije koja uključuje velik broj ljudi i dugačke linije komunikacije. Simboli se koriste kako bi se masama prenijele složene poruke.⁸⁵

Neki su se stručnjaci zalagali da Hrvatska stvori poseban „nacionalni“ znak koji bi u svijetu predstavljao hrvatski identitet. No u prilog tome ne idu svjetska iskustva koja potvrđuju kako ne treba ići dalje od heraldike, jer su najupečatljiviji nacionalni znakovi grb i zastava. Primjerice znak prepoznavanja švicarske kvalitete na njihovim proizvodima je bijeli križić na crvenom polju izveden iz nacionalne zastave.⁸⁶

„Prema tome jasno je da hrvatski identitet na svim razinama od korporacije do proizvoda treba biti 'izvučen' iz nacionalnog grba, odnosno crvene, bijele i plave boje nacionalne zastave.“⁸⁷

Boris Ljubičić smatra ključnim ugradnju simbola koji čine hrvatski vizualni identitet u proizvode hrvatskih tvrtki. Smatra da bi hrvatske tvrtke poput Plive, Kraša, HT-a u svoje proizvode trebale ugraditi znak prepoznatljivosti hrvatskog identiteta koji bi ujedno simbolizirao i kvalitetu hrvatskog proizvoda. Uporabom i ugradnjom vizualnih nacionalnih

⁸¹Usp. Skoko, *Država kao brend*, str.25.

⁸²Skoko, *Hrvatska*, 2004, str.42.

⁸³Usp. *ibid.*, str. 42.

⁸⁴*Ibid.*, str.42.

⁸⁵Usp. Skoko, *Država kao brend*, str. 33.

⁸⁶Usp. Skoko, *Hrvatska*, 2004, str. 43.

⁸⁷*Ibid.*, str. 43.

simbola u svoje proizvode, oni bi trebali biti najbolji promotor hrvatskog gospodarstva na međunarodnom tržištu.⁸⁸

Jedan od zasigurno najvećih i najupečatljivijih hrvatskih suvenira i simbola je kravata. Kravata je najprepoznatljiviji hrvatski izvorni proizvod čija priča seže duboko u povijest. Kroz stoljeća su Hrvati na europskim ratištima nosili i vezivali kravatu u izvornom obliku čvorovanog rupca oko vrata. Taj običaj vezivanja rupca oko muškog vrata prepoznat je na hrvatskim vojnicima u Parizu i stvorena je kravata. Kravata je danas simbol elegantnog muškog odijevanja, a ujedno i statusni simbol. Modni detalj je postala kada ju je počeo nositi francuski kralj Luj XIV. Danas se Hrvatska vrlo uspješno promovira u svijetu putem robne marke kravata Croata zagrebačke tvrtke Potomac.

Kravata Croata bolje od bilo kojeg simbola ili proizvoda vrlo uspješno promovira Hrvatsku u svijetu, ono što je čini još zanimljivijim i prepoznatljivijim simbolom jesu povijesne priče koje ju prate. Uz priču o Hrvatskoj i Hrvatima koja prati kravatu vrlo uspješno se širi i promotivna priča o Hrvatskoj. Kravata kao odjevni detalj sama za sebe ne predstavlja nikakvu posebnost, ali kravata sa pričom o Hrvatskoj je nešto sasvim drugo, to je dio promocije naše zemlje. Priča o Croata kravati bila je prikazana na TV kanalu CNN, a objavljeni su i brojni prilozi u drugim svjetskim medijima. O prepoznatljivoj Croata kravati snimljen je i dokumentarni film Hrvatske radiotelevizije koji nije prikazivan samo u Hrvatskoj već i u nizu drugih zemalja. Kravata Croata je postala i sastavni dio službenih darova u diplomatskim, državnim ili poslovnim protokolima.

Prema podacima tvrtke Potomac, oko pola milijuna muškaraca u svijetu nosi kravatu Croata, ono što je za nas promocijski bitno jest to da je veliki broj među njima upravo političara, gospodarstvenika i sportaša.⁸⁹

5.2. Imidž nacije i brendiranje

„Pod pojmom imidž u literaturi se obično podrazumijeva slika, osjećaj ili asocijacija koja se stvara u čovjekovoj svijesti pri viđenju ili spomenu nekog subjekta (osobe, institucije, korporacije ili države), odnosno dojam ili predodžba koju javnost već ima o tom subjektu.“⁹⁰ Proces nastanka imidža kompleksan je i ovisi o različitim čimbenicima.

⁸⁸Usp. *ibid.*, str. 47.

⁸⁹Usp. Skoko, *Hrvatska*, str. 196.

⁹⁰Skoko, *Država kao brend*, str. 27.

Za stvaranje predodžbe o određenoj zemlji znatnu ulogu igraju mediji, sami ljudi, razina njihovog obrazovanja, putovanja i osobna iskustva vezana uz tu zemlju i njezine stanovnike. Neospornu i možda najznačajniju ulogu i utjecaj imaju promotivne aktivnosti koje služeći se komunikacijskim alatima putem masovnih medija i svih raspoloživih komunikacijskih kanala informiraju, educiraju i uvjeravaju.⁹¹

Imidž je oruđe kojim komunicirate i otkrivete drugima svoje kvalitete, komponentnost, mogućnosti i sposobnosti. To što vrijedi za pojedinca vrijedi i za širu društvenu zajednicu, narod ili državu.⁹² U međunarodnoj javnosti pozitivno je percipirana ona država koja se svojim ponašanjem prilagođava uhodanim standardima ili imidžu koji je opće prihvaćen kao što je demokratsko uređenje države, funkcioniranje pravnog sustava, sloboda medija i ostale temeljne ustavne vrijednosti i prava čovjeka.

Znači od država se ne očekuje više od toga nego da se uklope u postojeći image o demokratskim državama, bitno je da ju međunarodna javnost percipira kao takvu.

Ali ako se država želi uzdignuti iz te prosječnosti i postati prepoznatljiva u svijetu, mora se potruditi istaknuti neke svoje prednosti i učiniti ih prepoznatljivima.⁹³ Nastojanja koje države ulažu da prenesu svoj imidž ostatku svijeta oduvijek su bila visoko na listi prioriteta njihovih vlada. U stvaranju imidža država jednu od najvažnijih uloga imaju međunarodni odnosi s javnošću, javna diplomacija, brendiranje država i „soft power“ država. Svi ti koncepti pridonose jačanju država na međunarodnoj sceni i u međunarodnim odnosima.⁹⁴

„Trebalo bi razlikovati imidž i identitet brenda, odnosno percepciju o nekoj zemlji i ono po čemu neka zemlja jest to što jest. Sve više se govori o konkurentnom identitetu koji uključuje brend menadžment, javnu diplomaciju, trgovinu, ulaganja, turizam i promociju izvoza. To je novi način jačanja nacionalne konkurentnosti u globalnom svijetu.“⁹⁵

Vrijednost brenda i države je mjerljiva, osjetljiva i promjenjiva kategorija; to nam pokazuje i indeks država brendova. Indeks kojim se mjeri imidž zemlje u svijetu trebali bi pratiti svi koji donose političke i ekonomske odluke. Svako brendiranje počinje doma, za taj proces bitno je da se prvo kod svojih građana razvije svijest o vrijednostima i potencijalima koje posjeduju vlastita zemlja. Kod procesa brendiranja potrebna je sinergija svih subjekata društvene zajednice, moraju biti uključeni država, gradovi, županije, druge institucije, poslovna i znanstvena zajednica, dizajneri, sportaši, nacionalni i lokalni mediji. Uvijek treba pratiti koji su

⁹¹Usp. *ibid.*, str.31.

⁹²Usp. Skoko, *Hrvatska*, 2004, str.27.

⁹³Usp. *Ibid.*, str.31-32.

⁹⁴Usp. Markić Boban i Skoko, *Javna diplomacija*, str. 50-51.

⁹⁵*Ibid.*, str.51.

aktualni trendovi u brendiranju država, trenutno su to etno i ekologija, povratak tradiciji, običajima, selu, nacionalnim vrijednostima, „in“ su zelene države koje idu u korak sa najnovijim ekološkim standardima.⁹⁶

Kod brendiranja ili stvaranja imidža zemlje na vrhu bi uvijek trebali biti stručnjaci za odnose s javnošću i marketing, ali same marketinške aktivnosti poput kampanja, stvaranja oglasa i loga nisu brendiranje, ono je puno više od toga.

Dobra diplomacija itekako je potrebna da konstantno radi na procesu brendiranju i promicanju državnih interesa u inozemnoj javnosti. Na brendiranje države utječe i politika vlade te mnogobrojni drugi čimbenici kao što su socijalno društvena previranja unutar zemlje, prirodni čimbenici poput posljedica klimatskih promjena i mnogi drugi. Brend država je osjetljiv i njime treba znati dobro upravljati. Na brendiranju nemože raditi samo jedna marketinška tvrtka, državna agencija ili samo ministarstvo vanjskih poslova, na promociji svoje zemlje moramo raditi svi zajedno, ipak smo mi sami najbolji promotori i diplomati u službi svoje zemlje. I na kraju je uvijek potrebno napraviti dobru evaluaciju, popratiti naše dosadašnje učinke i mijenjati što treba.⁹⁷

5.3. Hrvatska kao brend

Po čemu je Hrvatska poznata u svijetu? Hrvatska ima puno mogućnosti da postane odličan i vrlo prepoznatljiv brend u svijetu. „Kako to napraviti? Snažnim, jasnim i privlačnim identitetom, promocijom, diplomacijom i soft powerom.“⁹⁸

Brendiranje Hrvatske je vruće pitanje jer se ne radi o promoviranju nekog proizvoda već države, a države su složeni i osjetljivi organizmi.⁹⁹ Hrvatska ima izuzetne mogućnosti da kroz svoje vrijednosti, prednosti i posebnosti postane snažan brend u svjetskim razmjerima. Na međunarodnoj sceni ona se do sada uglavnom promovirala kao zemlja izuzetnih prirodnih ljepota, čistog mora, bogate kulturne i povijesne baštine, povijesne tradicije, umjetnosti i vrhunskih sportaša. Stvaranje dosadašnjeg imidža uglavnom se temeljilo na tim vrijednostima, ali puno manje se radilo na gospodarskom planu. Osim najpoznatijeg hrvatskog proizvoda Croata kravate, postoje mnogobrojne kompanije koje bi se vrhunskom kvalitetom svojih

⁹⁶Usp. *ibid.*, str. 49-55.

⁹⁷Usp. Markić Boban i Skoko, *Javna diplomacija*, str. 55.

⁹⁸*Ibid.*, str.55.

⁹⁹Usp. *ibid.*, str. 50.

proizvoda mogle puno značajnije involvirati na svjetskom tržištu te na taj način promovirati zemlju.

U procesu stvaranja Hrvatske kao brenda ona još uvijek ima jedan veliki problem, a to je kako tvrdi Božo Skoko nedefiniranje našeg nacionalnog identiteta jer je upravo on temelj samog brenda države. Prema definiciji Simona Anholta brend države nije ništa drugo već nacionalni identitet na materijalan, snažan i priopćiv način. Znači treba samo dobro osvijestiti i upakirati ono što svi zajedno kao narod živimo te radosno i ponosno pokazujemo drugima.¹⁰⁰

„Ako govorimo o Hrvatskoj kao vrtu Europe, činjenice nam idu u prilog jer znamo da Hrvatska ima najčišće more na Mediteranu, 12- ti smo po čistoći u svijetu. Imamo 11 posto zaštićenih prirodnih površina pod nacionalnim parkovima i parkovima prirode. Imamo hektare nezagađene zemlje pogodne za proizvodnju zdrave hrane, imamo raznolik biljni i životinjski svijet itd.“¹⁰¹ Imamo sve, uspjeh brendiranja temeljem svih ovih vrijednosti ovisi o našoj osviještenosti, dali smo mi sami svjesni što sve imamo? Ako mi toga nismo svjesni, kako ćemo to prezentirati drugima.

Iz toga proizlazi da su ključni čimbenici uspješnog brendiranja naša osviještenost, vjera u sebe i nacionalni ponos. Jedan od velikih hrvatskih hendikepa u samoj je hrvatskoj svijesti, a to je što uvijek mislimo da je drugdje sve bolje. U prilog tome govori i istraživanje iz 2001. godine koje je radila agencija GFK na razini Europe, jedno od pitanja istraživanja je bilo koju državu najviše cijene. Naravno Talijani Italiju, Francuzi Francusku, Englezi Englesku, a Hrvatima je Hrvatska bila na sedmom mjestu, a na prvom mjestu nam je bila Njemačka.

Znači glavni preduvjet dobrog predstavljanja je da mi mislimo dobro o sebi, a onda će i drugi.¹⁰² Činjenica je da premalo znamo o vlastitom identitetu i premalo to cijenimo, zato da bi krenuli stvarati konkurentni uspješni brend bolje upoznajmo sebe.¹⁰³

5.4. Nositelji procesa brendiranja

„Svijet je danas jedno tržište, pa brzi napredak globalizacije znači da se svaka zemlja, svaki grad i svaka regija moraju natjecati sa svima ostalima za svoj udio u svjetskim potrošačkim, turističkim, ulagačkim, studentskim, poduzetničkim, međunarodnim sportskim i kulturnim

¹⁰⁰Usp. Markić Boban i Skoko, *Javna diplomacija*, str. 93-94.

¹⁰¹Ibid., str. 94.

¹⁰²Usp. ibid, str.95.

¹⁰³Usp. ibid., str. 95.

dogadanjima. Isto tako, moraju se natjecati za pozornost i poštovanje međunarodnih medija, drugih vlada i ljudi iz drugih zemalja.“¹⁰⁴

Nositelj projekta brendiranja ne može biti isključivo i jedino nacionalna vlada, državna tijela, agencije ili profesionalne PR agencije. S obzirom da proces brendiranja duboko zadire i ovisi o dobro izgrađenom i osviještenom nacionalnom identitetu te se odražava na cjelokupan narod, potreban je konsenzus svih skupina društva oko temeljnih vrijednosti i vizije budućnosti.

Prema Jaffu i Nebenzahlu najvažniji uvjet kvalitetnog brendiranja uključuje čitav niz nositelja interesa i interesa nacionalne, regionalne i lokalne vlasti. U proces brendiranja moraju biti uključene razne grane privatnog sektora kao što su turizam, poljoprivreda, gospodarstvo i informacijska tehnologija. Kao jedan od glavnih nositelja svakako je i lokalno stanovništvo.

Anholt tvrdi kako je to prevažan zadatak da bi se prepustio isključivo vladi ili samo privatnim tvrtkama i civilnom društvu. Potrebna je sinergija i suradnja svih triju strana, jedino tako se dugoročno može uspjeti u tom zadatku. Glavne sudionike treba osposobiti za njihove uloge upravljanja nacionalnim brendom, te im pomoći da razumiju na koji način to utječe na njihove uobičajene aktivnosti i život u državi uopće.¹⁰⁵

Glavna odgovornost za stvaranje državnog imidža ipak je na nacionalnoj vladi, bilo bi dobro da je koordinator svih aktivnosti središnja vladina agencija koja pokriva interdisciplinarna područja i okuplja vodeće nacionalne stručnjake. Uspješnost takvog pristupa pronalazimo u iskustvima uspješnih zapadnih zemalja. Brendiranje je projekt koji svakako mora imati bezuvjetnu potporu poglavara države i premijera jer ipak se radi o odgovornosti za ugled države.¹⁰⁶ Za uspjeh kvalitetnog brendiranja potreban je kompromis oko zajedničkih vrijednosti i interesa, nepoželjno je da dolazi do sukoba oko interesa i ciljeva različitih sudionika koji su uključeni u proces. Proces u potpunosti mora biti demokratski, transparentan, potpuno uključujući i motivirajući jer u protivnom će propasti. Građani države moraju biti njezini glavni veleposlanici u komunikaciji sa drugima, to se može postići samo ako se narod kroz nacionalnu ambiciju motivira i ispuni energijom.¹⁰⁷

U cjelokupnom procesu brendiranja nezamjenjivu ulogu imaju građani. Anholt tvrdi kako su ljudi brand, a brand odražava genijalnost ljudi. To je zato što ljudi i njihovo obrazovanje, sposobnost i težnje na kraju čine to mjesto i stvaraju potencijal za turizam, posao, kulturu i socijalnu i političku razmjenu.“¹⁰⁸

¹⁰⁴Skoko, *Država kao brend*, str.9.

¹⁰⁵Usp. Skoko, *Država kao brend*, str. 207-208.

¹⁰⁶Usp. ibid., str.208.

¹⁰⁷Usp. ibid., str.210.

¹⁰⁸Ibid., str. 210.

5.5. Uloga medija u stvaranju i promicanju imidža zemlje

Od prve polovice prošlog stoljeća mediji imaju sve veću ulogu u stvaranju imidža neke zemlje ili predstavljanju njezine vanjske politike. U početku masovno tiskani sada su gotovo zamijenjeni elektroničkim medijima, u velikoj mjeri utječu na stvaranje javnog mnijenja, a onda posredno i na odluke političkih struktura.¹⁰⁹

„Elektronički mediji omogućuju najbrži pristup javnosti posebice preko satelita i interneta. Time se brišu vremenske i prostorne razlike, a cijeli se svijet integrira u jedinstveno informativni prostor.“¹¹⁰ Suvremeni masovni mediji informiraju globalno društvo porukama informativnog, mislilačkog i orijentacijskog karaktera kako bi doprinijeli međusobnom razumijevanju i utjecali na stvaranje javnog mijenja. Masovni mediji su preduvjet za formiranje javnosti i sredstvo za izražavanje javnog mijenja. Uloga globalnih medija u pojedinim zemljama u stvaranju slike o nekoj zemlji izuzetno je velika. S obzirom na ogromnu ulogu koju mediji imaju u stvaranju imidža zemlje, posebnu pažnju treba posvetiti analizi izvještavanja nacionalnih medija i medija koji imaju globalni utjecaj.¹¹¹

Važna činjenica u analizi medija i njihovog utjecaja na image zemlje ili vanjskopolitički uspjeh pojedine zemlje temelji se na njihovu utjecaju na donositelje odluka u svojoj zemlji, odnosno utjecaju na vladajuću političku strukturu.¹¹² Problem je u tome što mediji svojim čitateljima i gledateljima prenose skraćene, prerađene informacije o zbivanjima i procesima u pojedinim državama. Takve medijske poruke uglavnom ne utječu izravno na život njihovih primatelja, pa se oni zadovoljavaju informacijama iz druge ruke i u pravilu vrlo rijetko produbljuju interes za zemlju i zbivanja na koju se informacije odnose. Na taj način masmediji postaju neka vrsta filtera prema informacija iz inozemstva i time stvaraju image pojedinih zemalja u domaćoj javnosti.¹¹³

Građani su tradicionalno pasivni primatelji političkih informacija koje dobivaju preko novina, radio postaja i televizije. Do sada su uživali skroman stupanj sudjelovanja u medijskim aktivnostima, ali dolaskom interneta sve se mijenja. Ljudima se omogućava da postanu

¹⁰⁹Usp. Zrinka Vrabec Mojzeš, „Javna diplomacija i mediji“, *Medianali* 2, br. 4 (2008.): str. 180.

¹¹⁰Ibid., str. 181.

¹¹¹Usp. Skoko, *Hrvatska*, 2004, str. 334-335.

¹¹²Usp. ibid., str. 336.

¹¹³Usp. ibid., str. 335.

uključeniji da djeluju usporedno s političkom sferom.¹¹⁴ Na taj način zaista svi sudionici društva postaju subjekti izgradnje i promicanja nacionalnog imidža.

No suvremeni čovjek je prezasićen tisućama informacija sa radija, televizije, interneta i nema vremena sve to percipirati, analizirati i pratiti. Zamijetit će samo one informacije koje su drugačije, kreativnije i posebnije.¹¹⁵ U procesu promocije imidža zemlje putem medija moramo stvoriti upravo takve informacije, važno je da svi sudionici procesa poznaju način funkcioniranja i prirodu medija, te ostvare s njima partnerski odnos kako bi mediji na drugačiji i za publiku zanimljiviji način mogli plasirati takve informacije i privući pozornost međunarodne javnosti.¹¹⁶

Dobro osmišljenom medijskom promidžbom može se smanjiti stupanj pogrešne percepcije i nerazumijevanja složenih političkih, kulturnih, gospodarskih, socijalnih i drugih odnosa unutar pojedine zemlje. Sve to pridonosi brendingu zemlje i njezinom boljem imidžu u svijetu.

¹¹⁴Usp. John Street, Marijana Grbeša, i Ivona Mendeš, *Masovni mediji, politika i demokracija*, Biblioteka Politička misao / Fakultet političkih znanosti, Zagreb, sv. 44 (Zagreb: Fakultet političkih znanosti, 2003), str.180.

¹¹⁵Usp. Markić Boban i Skoko, *Javna diplomacija*, str. 100.

¹¹⁶Usp. Skoko, *Hrvatska*, 2004, str. 238.

6. MOĆ I NEMOĆ HRVATSKE DIPLOMACIJE

Što je to hrvatska diplomacija radila proteklih dvadeset i pet godina? Kako naši diplomti kotiraju u globalnoj igri moći, koliko ih se uvažava i sluša na međunarodnoj sceni? Trebali bi se zapitati kada je to Hrvatska zadnji put pokrenula neku međunarodnu inicijativu, a da su nas druge države podržale, kada smo uspjeli utjecati na neku od bitnijih odluka unutar Europske unije? Da li i o jednom vanjskopolitičkom pitanju imamo izraženi svoj jasan stav a da nemoramo tražiti mišljenje drugih država?

Vjerujemo li stvarno da naš glas unutar Europske unije vrijedi koliko i oni Danske, Nizozemske ili Belgije?¹¹⁷

Osvrt na trenuti položaj te moć i nemoć hrvatske diplomacije u međunarodnom okruženju daje Božo Skoko u svojoj knjizi *Kakvi su Hrvati?*

6.1. Stvarna moć Hrvatske diplomacije

U svojoj najnovijoj knjizi „Kakvi su Hrvati“ u poglavlju o moći i nemoći hrvatske diplomacije Božo Skoko poziva se na istraživanje europskog portala Politico. Prema istraživanju portala Politico Hrvatska je najmanje utjecajna država Europske unije.

Ono što je poražavajući rezultat istraživanja je da su od nas postale utjecajnije neke susjedne države koje su još daleko od članstva u Europskoj uniji.

Upravo tu se postavlja pitanje što je radila hrvatska diplomacija zadnjih dvadeset i pet godina, da smo se nakon toliko godina samostalnosti, te tri godine članstva u Europskoj uniji našli na samoj margini.¹¹⁸

Hrvatska diplomacija nije oduvijek bila u ovakvoj nemoći ili krizi, sjetimo se da je svoju najveću moć dokazala u najtežim trenucima devedesetih godina prilikom stvaranja svoje države i ostvarenja višestoljetnog hrvatskog sna. Hrvatska diplomacija tada je bila izuzetno jaka, ustrajna i probojna ne samo na europskom prostoru već i na svjetskoj političkoj sceni.

Hrvatska diplomacija godinama je radila isključivo na vanjskopolitičkim pitanjima od priznanja u međunarodnoj zajednici do članstva u Europskoj uniji. Nakon tolikih godina truda i konačno stjecanja punopravnog člana u tako moćnim svjetskim strukturama, pitanje je gdje nestaje naša diplomacija i to upravo sada kada bi konačno trebala iskoristiti tu moć.

¹¹⁷ Usp.Božo Skoko, *Kakvi su Hrvati? : ogledi o hrvatskom identitetu, imidžu i neiskorištenim potencijalima* (Zagreb: Fokus komunikacije, 2016), str. 93-94.

¹¹⁸Ibid., 93-94.

Bez obzira na formalno članstvo Hrvatska se nije uspjela realizirati kao punopravni subjekt već je postala objekt međunarodnih odnosa i činjenica je da nam svi ostali grade položaj i imidž.¹¹⁹

Dio problema svakako leži u tome što se sama priroda diplomacije i odvijanja diplomatskih aktivnosti znatno promijenila. Da li se i hrvatska diplomacija prilagodila promjenama u načinu građenja diplomatskih odnosa? Diplomacija više nije tajna aktivnost koja uključuje uzak krug elite, nova javna diplomacija uključuje sve segmente društva, postaje otvorena, uvažava mišljenja svojih građana i građana države primateljice, diplomacija odavno nije samo ceremonijalna djelatnost već cijeli niz aktivnosti koji grade i odražavaju imidž jedne zemlje i jednog naroda u međunarodnom okruženju.

Da li je Hrvatska diplomacija svoje diplomate i aktivnosti prilagodila novim trendovima i novom načinu funkcioniranja diplomatske djelatnosti? Nažalost ne i u tom leži velik dio problema.

Postoje subjekti koji itekako rade na promicanju hrvatskih interesa, kulture, turizma, gospodarstva, svojim radom i aktivnostima na međunarodnoj sceni pokušavaju probiti hrvatske interese i pobuditi veće zanimanje za hrvatsku zemlju, narod, život ovdje i gospodarske prilike. Ali u hrvatskoj svijesti poimanja diplomacije njih se još uvijek ne uvažava kao dijelom odličnih promicatelja hrvatskih vrijednosti ili kao graditelja dobre diplomacije u svijetu.

Naše poimanje diplomacije nažalost još uvijek je na razini klasičnog odrađivanja diplomatskih mandata koje se sastoje samo u ispunjavanju formalne diplomatske procedure u smislu obveznih međudržavničkih posjeta i održavanja diplomatskih prijema.

Radovan Vukadinović još je 1998. godine pisao „kako je diplomacija od političko-ceremonijalne djelatnosti pretvorena u radnu aktivnost.“¹²⁰ Ona je zapravo postala biznis komuniciranja između vlada u koji mora biti uključeno puno više stručnjaka iz socijalnih, gospodarskih, društvenih i kulturnih segmenata društva.

Tu činjenicu na vrijeme su shvatile tranzicijske države koje su bile zajedno sa hrvatskom u procesu tranzicije (Bugarska, Rumunjska, Češka, Slovačka). Te zemlje danas su naprednije, toplije i prepoznatljivije od Hrvatske.

One su svojim diplomatima počele davati jasne napatke i mjeriti njihov učinak.

Glavni zadaci njihove nove diplomacije su jačanje gospodarskih odnosa i utjecaj na javno mišljenje u zemlji primateljici. Ostvarimo li dobre gospodarske i poslovne odnose,

¹¹⁹Usp. Božo Skoko, *Kakvi su Hrvati?: ogleđi o hrvatskom identitetu, imidžu i neiskorištenim potencijalima* (Zagreb: Fokus komunikacije, 2016), str. 94.

¹²⁰ Usp. Skoko, *Kakvi su Hrvati?*, str.95.

utječemo li na što veći broj pozitivnih novinskih članaka i izjava za medije gradimo pozitivni imidž koji na taj način gradi i stabilne političke odnose između dviju država.¹²¹

Da bi hrvatska diplomacija u skorije vrijeme pomakla granice i pružila sliku napretka kroz porast pozitivnijeg imidža Republike Hrvatske u međunarodnom okruženju, potrebno je iz temelja promijeniti način i prirodu funkcioniranja naše diplomacije. Diplomatske aktivnosti naših diplomanata u svijetu nikako se ne smiju oslanjati samo na političke kanale i veze, potrebno je utjecati na cjelokupno javno mijenje i građane pojedine države. Jedno od najbitnijih i najmoćnijih oružja je ogroman utjecaj na medije države primateljice. Upravo mediji su ti koji danas imaju najjaču moć i utjecaj na kreiranje javnog mišljenja i percepcije svojih građana o Republici Hrvatskoj.

Javno mišljenje građana zemlje primateljice kroji se kroz razna kulturna događanja (glazbeni i filmski festivali), književnost, način života, tradicionalne vrijednosti, znanstvene suradnje za koje Hrvatska imam veliki potencijal, ali ga izuzetno malo iskorištava, sportska događanja. Na taj način stvaramo nove kupce, poklonike, lobiste, prijatelje ili ako ništa drugo smanjujemo broj neprijatelja.¹²²

2001. godine Hrvatska pokušava provesti svojevrsnu reformu hrvatske diplomacije te objavljuje Strategiju razvoja Republike Hrvatske *Hrvatska u 21. stoljeću*.

Strategija predviđa novi način funkcioniranja hrvatske diplomacije koji je pomaknut sa čisto sigurnosno i političkog plana djelovanja na gospodarsko, kulturno, znanstveno, sportsko, obrazovno, informatičko, te okolišno i migrantsko područje na koje je hrvatska diplomacija trebala preorijentirati svoje aktivnosti i djelovanje.

Strategija je predvidjela puno više gospodarske, kulturne i druge diplomacije, uključivala je znatno više stručnjaka iz pojedinih područja a manje čisto profesionalnih diplomata, „manje yes mena, više individualnog kreativizma, prihvaćnja koncepta long life learninga i u diplomaciji.“¹²³

Novi diplomati trebali su češće podnositi izvješća saborskim odborima, umjesto klasičnih izvještaja koja su se slala i u kojima je najčešće stajalo ono što je trenutno političko vodstvo željelo čuti, nova izvješća trebala su biti stručna i objektivna i davati pravi uvid u međunarodni položaj Republike Hrvatske bez obzira kakav on trenutno bio.

¹²¹ Usp.Božo Skoko, *Kakvi su Hrvati?: ogledi o hrvatskom identitetu, imidžu i neiskorištenim potencijalima* (Zagreb: Fokus komunikacije, 2016), str. 96

¹²² Usp.Skoko, *Kakvi su Hrvati?*, str. 97.

¹²³ Usp.Božo Skoko, *Kakvi su Hrvati?: ogledi o hrvatskom identitetu, imidžu i neiskorištenim potencijalima* (Zagreb: Fokus komunikacije, 2016), str. 98.

Središnje tijelo koje bi koordiniralo sve diplomatske aktivnosti bilo je zamišljeno kao Vijeće za međunarodne odnose, vijeće bi okupljalo stručnjake raznih područja koji bi zajednički pronalazili prijedloge i rješenja vezana za vanjsku politiku a koja bi doprinjela reformi hrvatske diplomacije. Nažalost ništa od navedene i dobro osmišljene strategije nije zaživjelo. Hrvatska diplomacija i dalje se svodi na klasičnu diplomaciju.

Neminovno je da je Hrvatskoj prije svega potrebna Središnja državna institucija koja bi strateški upravljala ugledom i komunikacijom sa svijetom.

Takva institucija okupljala bi i ostale strukture društva koji ipak rade na promociji Republike Hrvatske u svijetu kao što su: Hrvatska turistička zajednica, Ministarstvo kulture, Hrvatska gospodarska komora.¹²⁴

Činjenica je da je Hrvatska diplomacija posljednja dva desetljeća lutala, diplomati su uglavnom odrađivali zadatke u smislu klasičnih vanjskopolitičkih naputka dobivenih iz centrale.

Najgore je što oni ni sami nisu imali jasnu strategiju i viziju što i kako bi trebali predstavljati Republiku Hrvatsku u svijetu.

I na kraju diplomacija je specifično zanimanje u kojoj je čast od izuzetne važnosti. Čast, lojalnost i odgovornost prema vlastitoj zemlji i narodu kojeg predstavlja svijetu. To su temeljne karakteristike koji mora imati svaki dobar diplomat koji voli svoju zemlju i koji je želi svijetu predstaviti u najboljem izdanju.¹²⁵

6.2. Kako inozemni veleposlanici u Republici Hrvatskoj utječu na njezin imidž i promociju u međunarodnom okruženju

S obzirom da je zadatak ovog rada ispitati kakav je trenutno imidž Republike Hrvatske u Europi, svijetu i zemljama u okruženju, te kako njezine diplomatske aktivnosti i protokol utječu na uspjeh diplomatskih i vanjskopolitičkih odnosa sa drugim državama, teorijski dio rada završava poglavljem kako nas doživljavaju strani veleposlanici akreditirani u Republici Hrvatskoj i kako nas predstavljaju u svojim matičnim zemljama.

Inozemni veleposlanici itekako utječu na kreiranje odnosa između dviju država. Oni su u stalnoj komunikaciji sa vladajućom političkom strukturom u svojoj domovini, podnose izvješća o svim aktivnostima koje se provode u zemlji primateljici i tako kroje politički stav i značajne političke odluke svoje zemlje prema Republici Hrvatskoj.

¹²⁴ Usp. Skoko, *Kakvi su Hrvati?*, str. 100.

¹²⁵ Ibid., str. 101-102.

Inozemni veleposlanici su samo individualci koji stječu individualne percepcije i stavove o Republici Hrvatskoj i zato je bitno da se oni po obnašanju diplomatske dužnosti što bolje asimiliraju u način života Republike Hrvatske i hrvatskog naroda. Bitno je da dobro nauče jezik, da ostvare što više kontakata, da budu uključeni u razna društvena zbivanja na svim područjima (politika, gospodarstvo, znanost, kultura, sport).

Naše ministarstvo vanjskih poslova također bi trebalo što više raditi na svakodnevnim kontinuiranim aktivnostima koje bi uključivale što veći angažman stranih veleposlanika a ne da se njihove aktivnosti svode samo na prijeme.

„Image hrvatske, viđen njihovim očima, putem diplomatskih kontakata i medija izravno se prenosi na širu političku elitu i građane matične im zemlje, čime izravno utječu na globalni image Hrvatske ali i političke posljedice za njezin vanjskopolitički položaj.“¹²⁶

Božo Skoko u svojoj knjizi *Hrvatska identitet, image i promocija* daje pregled istraživanja koje je proveo kako bi provjerio percepciju Hrvatske iz kuta inozemnih veleposlanika.

Prema navedenom istraživanju koje je provodio putem anonimne ankete upućene na adrese stranih veleposlanstava u Republici Hrvatskoj dobio je uvid u percepciju Hrvatske u očima stranih diplomata.

Prema podacima dobivenim temeljem istraživanja provedenog 2002. godine, putem anketa koje su upućene stranim veleposlanstvima akreditiranim u Republici Hrvatskoj percepcija Republike Hrvatske sa gledišta inozemnih veleposlanika akreditiranih u Republici Hrvatskoj izgledala je ovako.¹²⁷

Na pitanje po čemu je Hrvatska najprepoznatljivija u Vašoj zemlji rezultat je bio sljedeći: 50% je po ratu (moramo uzeti u obzir da je to 2002. godina), za tu kategoriju izjasnio se i velik broj europskih zemalja, s obzirom na takav rezultat u tom trenutku image Hrvatske u međunarodnom okruženju bio je još uvijek negativan i uglavnom pod percepcijom ratnih zbivanja iz devedesetih godina. Na drugom mjestu je kategorija prirodne ljepote i turizam – 24% za tu kategoriju izjasnile su se zemlje iz koje uglavnom dolaze turisti, dok je u udaljenijim zemljama u kojima nema turističke promocije Hrvatske ona u potpunosti nepoznata. Po sportskim uspjesima – 14%, po kulturnoj baštini – 4% i po svojoj povijesti – 3%.¹²⁸

¹²⁶Skoko, *Hrvatska*, 2004, str.382-383.

¹²⁷Usp. Božo Skoko, *Hrvatska: (identitet, image i promocija)* (Zagreb: Školska knjiga, 2004), str.383.

¹²⁸ Usp.Božo Skoko, *Hrvatska: (identitet, image i promocija)* (Zagreb: Školska knjiga, 2004), str. 383

Na pitanje kako građani Vaše zemlje doživljavaju Hrvatsku, mišljenja veleposlanika izgledala su ovako: vrlo pozitivno- 0%, pozitivno – 36%, više pozitivno nego negativno – 43%, neutralno – 14%, negativno – 7%. Kod ovog pitanja u obzir treba uzeti da su to ipak diplomatski odgovori i da vjerojatno nisu u potpunosti realni, ali temeljem rezultata može se zaključiti dosta visok stupanj hladnoće i neutralnosti u odnosu prema Hrvatskoj, što u konačnici može značiti da građani zemalja iz kojih dolaze veleposlanici slabo poznaju ili gotovo uopće ne poznaju Hrvatsku.¹²⁹

Na pitanje kako veleposlanici osobno doživljavaju Hrvatsku s obzirom na njezin geopolitički položaj svrstali su je u sljedeće kategorije: europska država – 10%, balkanska država – 10%, mediteranska država – 15%, jugoistočno-europska država – 51%, srednjoeuropska država – 14%. S obzirom da je to istraživanje iz 2002. godine najveći dio europskih zemalja Hrvatsku je svrstao na jugoistok Europe. Zanimljiva je i činjenica da je određenje Hrvatske kao mediteranske države tada a i danas još uvijek dosta zanemarena kategorija, činjenica je da se Hrvatsku rijetko svrstava i karakterizira kao mediteransku državu. To je jedan od neiskorištenih aspekata u promociji imagea Hrvatske kao mediteranske zemlje.¹³⁰ Od diplomata tražila se i trenutačna prosudba identiteta Republike Hrvatske.

Na pitanje kako ocjenjuju trenutačne napore Hrvatske u izgradnji prepoznatljivog identiteta u svijetu dali su sljedeće odgovore: vrlo uspješnim – 0%, prilično uspješnim – 29%, djelomično uspješnim – 47%, niti uspješnim, niti neuspješnim – 13%, više neuspješnim nego uspješnim – 11%, neuspješnim – 0%.¹³¹

Na pitanje kojom ocjenom bi ocijenili image Republike Hrvatske u vašoj zemlji (od 1-5), prosječna ocjena je bila 2,75. Na pitanje kojom bi ocjenom ocijenili image njihove zemlje u Republici Hrvatskoj ocjena je bila znatno veća 4,1. Naravno da su te ocjene izraz subjektivne percepcije diplomata jer ipak oni promiču interese vlastite zemlje u Republici Hrvatskoj. Izuzetak od toga bile su Rumunjska i Bugarska koje su tada smatrale da je image njihovih zemalja u Republici Hrvatskoj tada još uvijek bio negativniji od imagea Hrvatske u Rumunjskoj i Bugarskoj.¹³²

Na prijedlog da navedu najpozitivniju stvar vezanu uz Hrvatsku odgovori su bili sljedeći: pridruženo članstvo europskoj Uniji, promjene na izborima 2000. godine, ulazak u EU, napredak u provedbi reformi ujedno i jedan od uvjeta za ulazak u EU, demokracija, suradnja s

¹²⁹ Usp. Skoko, *Hrvatska*, 2004, str. 384.

¹³⁰ Ibid., str. 385.

¹³¹ Usp. Božo Skoko, *Hrvatska: (identitet, image i promocija)* (Zagreb: Školska knjiga, 2004), str. 385.

¹³² Usp. Božo Skoko, *Hrvatska: (identitet, image i promocija)* (Zagreb: Školska knjiga, 2004), str. 386

Haagom, potpora međunarodnoj zajednici u stabilnosti regije i neovisnost. Sve te činjenice izraz su zemalja Europske unije koje su tada Hrvatsku još uvijek gledale isključivo kroz političku prizmu. Istraživanje je pokazalo da su navedene političke kategorije u prvom planu a tek poslije njih dolaze prirodne ljepote, turizam, sportski uspjesi, gostoljubivost, vjera, kulturno nasljeđe, srdačnost, sklonost pomaganju, pozitivnost i ponos.

Zaključak istraživanja Bože Skoke iz 2002. godine bio je da bi se na ovim pozitivnim obilježjima u budućnosti trebao graditi identitet i image Hrvatske. Sva negativna obilježja kao što su rat, ratni zločini razorena područja, izbjeglice, nezaposlenost, nefunkcioniranje pravnog sustava, problemi u gospodarstvu i birokraciji, pretjerano paradiranje, izigravanje žrtve, opčinjenost poviješću, etnički sukobi, korupcija i sl. su definitivno obilježja koja svakako treba neutralizirati i mijenjati.¹³³

¹³³ Usp. Skoko, *Hrvatska*, 2004, str. 386., str. 386.

7. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA TRENUTNOG IMIDŽA I PREPOZNATLJIVOSTI REPUBLIKE HRVATSKE KROZ PERCEPCIJU STRANIH VELEPOSŁANSTAVA AKREDITIRANIH U REPUBLICI HRVATSKOJ

Mnogobrojne su dimenzije i obilježja koja utječu na imidž neke zemlje, pa tako i Republike Hrvatske. Pored stavova i vjerovanja, tradicije i kulture te povezanosti pojedine zemlje s određenim pozitivnim ili negativnim faktorima, bilo na iskustvenoj ili perceptivnoj razini, u tom procesu velik značaj imaju i elementi vizualne prepoznatljivosti te asocijacije koje se s njima povezuju.

7.1. Svrha istraživanja

Svrha ovog istraživanja je analiza trenutačne percepcije imidža i prepoznatljivosti Republike Hrvatske na međunarodnoj sceni. Trenutačni imidž i prepoznatljivosti Republike Hrvatske želi se utvrditi kroz percepciju Republike Hrvatske od strane stranih veleposlanstava akreditiranih u Republici Hrvatskoj.

7.2. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja je trenutačan imidž Republike Hrvatske i njegova prepoznatljivost u zemljama u okruženju, zemljama u Europi i svijetu.

7.3. Cilj istraživanja

- Utvrditi trenutnu prepoznatljivost imidža Republike Hrvatske u međunarodnom okruženju.
- Ocijeniti i usporediti kakva je percepcija imidža i prepoznatljivosti Republike Hrvatske u odnosu na zemlje u okruženju, Europi i svijetu.
- Ocijeniti koliki je značaj protokola i diplomacije u promociji imidža zemlje.

7.4. Hipoteze

Glavna hipoteza istraživanja: Prirodne ljepote i domovinski rat i dalje su dvije kategorije po kojima je RH najprepoznatljivija u međunarodnom okruženju.

H1: Sa zemljama u okruženju RH ima kompleksnije diplomatske odnose pa je i imidž RH u njihovim očima kompleksniji.

H2: Zemlje koje su udaljenije imaju pozitivniju percepciju imidža RH.

H3: U međunarodnom okruženju Hrvatsku se percipira kao lidera ekonomskog razvoja u regiji.

7.5. Istraživačka pitanja:

Istraživačka su pitanja strukturirana tako da obuhvaćaju nekoliko aspekata koji su važni pri stvaranju, održavanju i aktivnostima na izgradnji imidža Republike Hrvatske. Prepoznatljivost imidža Republike Hrvatske, značaj čimbenika koji utječu na imidž, odnos imidža i utjecaja na odnose među državama u okruženju te značaj protokola i diplomacije u promicanju imidža obuhvaćeni su kroz sljedeća istraživačka pitanja:

(IP1): Kakav je imidž Republike Hrvatske i je li prepoznatljiv?

(IP2): Da li se dogodila promjena imidža Republike Hrvatske nakon ulaska u EU ili je i dalje prepoznatljiva po ratu i prirodnim ljepotama?

(IP3): Koliki je značaj protokola i diplomacije u promicanju imidža zemlje?

7.6. Metodologija istraživanja

Istraživanje kojim bi se provjerila percepcija Hrvatske iz kuta inozemnih veleposlanika akreditiranih u Republici Hrvatskoj proveo je Božo Skoko 2002 godine. Prikaz rezultata provedenog istraživanja dao je u svojoj knjizi Hrvatska identitet, image, promocija, školska knjiga; Zagreb 2004. Rezultati istraživanja prikazani su u poglavlju 5.5. pod naslovom Stajališta inozemnih veleposlanika akreditiranih u Hrvatskoj o Hrvatskoj. Kao metodologiju istraživanja Božo Skoko također je koristio anketni upitnik sa 14 pitanja

(kombinacija ponuđenih odgovora i mogućnosti osobnih komentara), anketni upitnik upućen je na adrese svih veleposlanstava akreditiranih u Republici Hrvatskoj. Anketa je bila anonimna kako bi se izbjegla diplomatska suzdržanost. Odgovarali su uglavnom veleposlanici osobno, negdje je istaknuto da u njihovo ime odgovaraju njihovi savjetnici ili tajnici. S obzirom da je anketa bila anonimna podaci su na kraju prikazani zbirno. U zaključnoj diskusiji interpretacije dobivenih rezultata ovog rada određeni podaci bit će uspoređeni sa rezultatima istraživanja Bože Skoke iz 2002. godine.

7.6.1. Postupak provedbe metode istraživanja

Za potrebe istraživanja ovog rada preuzeta je ista metodologija istraživanja kao i kod Bože Skoke. Istraživanje je provedeno putem anketnog upitnika kojeg sačinjava 15 pitanja. Postupak metode anketiranja proveden je na sljedeći način: Prethodno su sva veleposlanstva kontaktirana telefonskim putem, nakon pristanka veleposlanstava za dostavljanjem ankete, anketa je elektroničkim putem sa popratnim obraćanjem i zamolbom za popunjavanjem ankete upućena na 30 službenih e-mail adresa veleposlanstava akreditiranih u Republici Hrvatskoj. Uz anketu išao je službeni dopis obraćanja veleposlanstvima u kojemu su navedene svrha i cilj izrade diplomskog rada i napomena da će se rezultati ankete koristiti isključivo u svrhu izrade diplomskog rada. Anketa je slana na hrvatskom i engleskom jeziku. Anketa nije bila anonimna iz razloga što je cilj istraživanja bio u fazi analize rezultata dati dodatnu geografsku usporedbu rezultata kroz tri skupine :zemlje u okruženju, zemlje Europe i ostale zemlje svijeta.

7.6.2. Matrica

Kao što je i prethodno spomenuto istraživanje je provedeno putem anketnog upitnika kojeg sačinjava 15 pitanja. Kako bi se dobili konkretniji i precizniji odgovori kroz anketu su ispitanici odgovarali na različite vrste pitanja; od zatvorenog, otvorenog tipa, pa sve do Likertove skale. U anketi je većinom kod pitanja zatvorenog tipa ispitanicima omogućeno da nadopišu odgovor po vlastitom mišljenju kako bi se spriječili određeni nedostaci pitanja zatvorenog tipa. U nastavku rada, kod svakog pitanja navest će se tip pitanja koji je korišten. Što se tiče same obrade podataka, pošto ankete zbog samog mjesta na koje su slane, kao i samog cilja istraživanja nisu izrađene u alatu za izradu anketa obrađivale su se ručno. Nakon dobivenih svih anketa, svi rezultati su se sumirali, te su u Microsoft Office Excelu izrađene tabele koje prikazuju odgovore ispitanika u apsolutnom i postotnom iznosu. Kod postotnih iznosa pozornost se obraća na odnose između pojedinih skupina zemalja.

7.6.3. Uzorak istraživanja i vrijeme

Očekivani uzorak ispitanika bio je 21., za svaku skupinu po 7 zemalja. Odgovori na ankete dobiveni su povratno također elektroničkim putem iz veleposlanstava ukupno 16 zemalja. Ankete su dobivene od sljedećih zemalja: zemlje Europe (Nizozemska, Bugarska, Rumunjska, Njemačka, Švedska, Danska, Litva i Švicarska), zemlje u okruženju (Makedonija i Crna Gora) i ostale zemlje svijeta (Rusija, Kina, Brazil, Katar, Kazahstan i Maroko). Anketa je bila istovjetna za sva veleposlanstva. U analizi rezultata u tablicama podaci su prikazani

zasebno za svaku geografsku skupinu, a u opisnom dijelu dane su usporedbe u odnosu na pojedinu geografsku skupinu. Kroz analizu rezultata svake skupine može se zaključiti percepcija trenutnog imidža i prepoznatljivosti Republike Hrvatske kroz prepciju veleposlanstava akreditiranih u Republici Hrvatskoj u očima zemalja Europe, zemalja u okruženju i ostalih zemalja svijeta. Anketa se provodila u vremenu od 25. siječnja do 17. veljače. 2017. godine. Od 25. siječnja do 27. siječnja dostavljena je elektroničkim putem na adrese svih veleposlanstava. Rok za odgovor na anketu bio je zbog diplomatskim obveza veleposlanstava ograničen na 15 dana. Popunjeni anketni upitnici stizali su povratno također elektroničkim putem zaključno sa 17. veljače 2017. godine.

7.6.4. Ograničenje istraživanja

Prethodno je navedeno da je anketa upućena na 30 službenih e-mail adresa veleposlanstava akreditiranih u Republici Hrvatskoj, očekivani uzorak ispitanika je bio 21 (po 7 odgovora iz svake skupine zemalja), dok su odgovori na ankete dobiveni iz veleposlanstava ukupno 16 zemalja. Iz prve skupine, odnosno iz zemalja u okruženju povratno su dobivene samo dvije ankete (Makedonija i Crna Gora) dok su Srbija, Bosna i Hercegovina, Slovenija, Italija i Mađarska odbile sudjelovati u popunjavanju ankete. Navedeno predstavlja najveće ograničenje istraživanja. Razlog zbog kojeg su zemlje u okruženju odbile popuniti anketnu jesu otvorena važna vanjskopolitička pitanja u odnosima navedenih zemalja i Republike Hrvatske. Zbog kompleksnijih diplomatskih i vanjskopolitičkih odnosa zemlje u uokruženju znatno su suzdržanije u davanju bilo kakvih izjava, mišljenja i izražavanja javnih stavova vezanih za Republiku Hrvatsku.

8. REZULTATI PROVEDENOG ISTRAŽIVANJA

U nastavku rada, u tabelama će se prikazati odgovori ispitanika, te postotni iznosi. Što se tiče samih postotnih iznosa, oni su prikazani na način da su se izračunavali za svaku skupinu od ukupnog broja ispitanika koji su odabrali određenu tvrdnju/odgovor. U nastavku rada radi lakšeg objašnjenja odgovora koristit će se slijedeći termini: prva skupina ili zemlje susjedi (zemlje u okruženju), druga skupina ili zemlje Europe, te treća skupina ili ostale zemlje (ostale zemlje svijeta).

Kod prvog pitanja ispitanicima je bilo ponuđeno dvanaest tvrdnji. Od ponuđenih tvrdnji, njih jedanaest je zatvorenog tipa gdje su se ispitanici trebali odlučiti između tri odgovora, odnosno trebali su odgovoriti da li navedena tvrdnja opisuje, ne opisuje, ili pak ne mogu procijeniti. Kod zadnje, odnosno dvanaeste tvrdnje koja je bila otvorenog tipa od ispitanika se tražilo da prema vlastitom mišljenju nadopišu kakva je Hrvatska zemlja. U nastavku rada, u tabeli će se prikazati odgovori ispitanika.

Pitanje	Tvrdnja	Ponuđeni odgovori	ODGOVORI ISPITANIKA				%			
			Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.
1. Hrvatska je zemlja?	a) izuzetnih prirodnih ljepoti	opisuje	2	8	6	16	12,5%	50%	37,5%	100%
		ne opisuje	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
		ne mogu procijeniti	0	0	0	0	0	0%	0%	0%
	b) bogate kulturne baštine	opisuje	2	8	6	16	12,5%	50%	37,5%	100%
		ne opisuje	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
		ne mogu procijeniti	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
	c) ima bogatu i dugačku povijest	opisuje	2	7	6	15	13,33%	46,67%	40%	100%
		ne opisuje	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
		ne mogu procijeniti	0	1	0	1	0	100%	0	100%
	d) koja je još uvijek previše opterećena povijesnim zbivanjima i ratom	opisuje	1	5	3	9	11,11%	55,56%	33,33%	100%
		ne opisuje	0	2	2	4	0%	50%	50%	100%
		ne mogu procijeniti	1	1	1	3	33,33%	33,33%	33,33%	100%
e) jake ekonomije i visoke tehnologije	opisuje	0	1	2	3	0%	33,33%	66,67%	100%	
	ne opisuje	1	7	3	11	9,09%	63,64%	27,27%	100%	
	ne mogu procijeniti	1	0	1	2	50%	0%	50%	100%	
f) visokog životnog standarda	opisuje	0	2	2	4	0%	50%	50%	100%	
	ne opisuje	1	5	3	9	11,11%	55,56%	33,33%	100%	
	ne mogu procijeniti	1	1	1	3	33,33%	33,33%	33,33%	100%	

g) koju je teško razumjeti	opisuje	1	1	0	2	50%	50%	0%	100%
	ne opisuje	1	6	5	12	8,33%	50%	41,67%	100%
	ne mogu procijeniti	0	1	1	2	0%	50%	50%	100%
h) u kojoj mladi građani žele i vole živjeti	opisuje	1	2	2	5	20%	40%	40%	100%
	ne opisuje	1	6	1	8	12,50%	75%	12,50%	100%
	ne mogu procijeniti	0	0	2	2	0%	0%	100%	100%
i) koja je konzervativna	opisuje	1	7	2	10	10%	70%	20%	100%
	ne opisuje	0	1	3	4	0%	25%	75%	100%
	ne mogu procijeniti	1	0	1	2	50%	0%	50%	100%
j) koja je gurmanska	opisuje	2	7	4	13	15,38%	53,85%	30,77%	100,00%
	ne opisuje	0	1	0	1	0%	100%	0%	100%
	ne mogu procijeniti	0	0	2	2	0%	0%	100%	100%
k) vizualno prepoznatljiva po svojem vizualnom identitetu	opisuje	2	8	6	16	13%	50%	38%	100%
	ne opisuje	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
	ne mogu procijeniti	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
l) nešto drugo (molim nadopišite što)	-	0	Danska: „opuštena“, Rumunjska: „prijateljska“	0					

Tabela 1: Prikaz rezultata istraživanja na prvo pitanje „Hrvatska je zemlja?“

Kao što se može vidjeti u tabeli, sve zemlje se slažu da je Hrvatska zemlja izuzetnih prirodnih ljepota, bogate kulturne baštine te da je vizualno prepoznatljiva prema svome vizualnom identitetu. Navedeno se može promatrati i u postocima pa se tako može vidjeti da kod tvrdnje a) 12,5% ispitanika prve skupine, 50% ispitanika druge skupine te 37,5 ispitanika treće skupine smatra da je Hrvatska zemlja prirodnih ljepota što čini ukupno 100% odnosno udio od 16 ispitanika. Navedeni postotni omjer jednak je za tvrdnje b) i k).

Veliki broj ispitanika, odnosno njih petnaest smatra da Hrvatska ima dugačku i bogatu povijest. Važno je istaknuti da između odgovora zemlja susjeda, zemlja Europe te zemlja svijeta nije bilo nekih prevelikih razlika u odgovorima. Kao što se može vidjeti u tabeli, kod zadnje tvrdnje ispitanici su mogli prema vlastitom mišljenju nadopisati odgovor, pa je tako ispitanik iz Makedonije napisao da je Hrvatska zemlja „prijatnih ljudi“, ispitanik iz Danske „opuštena“, a ispitanik iz Rumunjske „prijateljska“.

Drugo pitanje je glasilo jednako kao i prvo, međutim kod njega je ispitanicima bilo ponuđeno osam tvrdnji sa istim ponuđenim odgovorima kao i kod prethodnog pitanja.

Pitanje	Tvrdnja	Ponuđeni odgovori	ODGOVORI ISPITANIKA			UK.	%			UK.
			Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika		Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	
2. Hrvatska je zemlja?	a) koja cijeni i potiče kreativno visoko obrazovanje	opisuje	0	2	2	4	0%	50%	50%	100%
		ne opisuje	0	4	0	4	0%	100%	0%	100%
		ne mogu procijeniti	2	2	4	8	25%	25%	50%	100%
	b) u kojoj se cijeni sposobnost koja ne mora nužno biti povezana s formalnim obrazovanjem	opisuje	0	3	0	3	0%	100%	0%	100%
		ne opisuje	0	2	2	4	0%	50%	50%	100%
		ne mogu procijeniti	2	3	4	9	22,23%	33,33%	44,44%	100%
	c) koja ima dobro razvijen i kvalitetan javni visokoškolski sustav	opisuje	0	1	3	4	0%	25%	75%	100%
		ne opisuje	0	3	0	3	0%	100%	0%	100%
		ne mogu procijeniti	2	3	3	8	25%	37,50%	37,50%	100%

d) koja ima dobro razvijen i kvalitetan privatni visokoškolski sustav	opisuje	0	0	1	1	0%	0%	100%	100%
	ne opisuje	0	4	1	5	0%	80%	20%	100%
	ne mogu procijeniti	2	4	4	10	20%	40%	40%	100%
e) u kojoj se cijeni i potiče cjeloživotno obrazovanje	opisuje	0	0	2	2	0%	0%	100%	100%
	ne opisuje	0	2	2	4	0%	50%	50%	100%
	ne mogu procijeniti	2	6	2	10	20%	60%	20%	100%
f) u kojoj bi volio/voljela da moja djeca i/ili prijatelji studiraju	opisuje	2	4	3	9	22,23%	44,44%	33,33%	100%
	ne opisuje	0	4	1	5	0%	80%	20%	100%
	ne mogu procijeniti	0	0	2	2	0%	0%	100%	100%
g) koja mora uložiti veće napore u kvalitetan visokoškolski obrazovni sustav	opisuje	2	5	4	11	18,18%	45,45%	36,36%	100%
	ne opisuje	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
	ne mogu procijeniti	0	3	2	5	0%	60%	40%	100%
h) nešto drugo (molim nadopišite što)									

Tabela 2: Prikaz rezultata istraživanja za drugo pitanje, „Hrvatska je zemlja?“

Kao što se može vidjeti i u tabeli, najviše ispitanika i to njih jedanaest smatra da Hrvatska mora uložiti veće napore u kvalitetan visokoškolski obrazovni sustav, dok njih devetero bi voljelo da njihova djeca i/ili prijatelji studiraju u Hrvatskoj. Za tvrdnju g) koja govori da Hrvatska mora uložiti veće napore u kvalitetan visokoškolski obrazovni sustav odlučilo se za odgovor „opisuje“ ukupno jedanaest ispitanika što u konačnici čini 18,19% ispitanika prve skupine, 45,45% ispitanika druge skupine te 36,36% ispitanika treće skupine. Kod tvrdnje f) koja glasi „Hrvatska je zemlja u kojoj bi volio/voljela da moja djeca i/ili prijatelji studiraju“ odgovor „opisuje“ odabralo je devet ispitanika što u konačnici čini 22,23% ispitanika prve skupine, 33,33% ispitanika druge skupine te 44,44% ispitanika treće skupine.

Proučavajući tablicu može se zaključiti da između odgovora zemalja susjeda, zemalja Europe te zemalja svijeta nije bilo nekih prevelikih razlika u odgovorima. Međutim, važno je napomenuti da kod ovoga pitanja mnogo je manji broj ispitanika u odnosu na prethodno pitanje navelo da određena tvrdnja nešto opisuje, dok je puno veći broj ispitanika naveo za tvrdnje da ne može procijeniti. Kod zadnje tvrdnje kod koje su ispitanici mogli prema vlastitom mišljenju nadopisati odgovor niti jedan ispitanik nije odgovorio.

Treće pitanje, glasilo je jednako kao i prva dva, te je ispitanicima bio ponuđen jednaki broj tvrdni sa istim ponuđenim odgovorima.

Pitanje	Tvrdnja	Ponuđeni odgovori	ODGOVORI ISPITANIKA				%			
			Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.
3. Hrvatska je zemlja	a) orijentirana isključivo na mlade i njihove potrebe	opisuje	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
		ne opisuje	0	6	4	10	0%	60%	40%	100%
		ne mogu procijeniti	2	2	2	6	33,33%	33,33%	33,33%	100%
	b) koja vodi računa o potrebama mladih, ali vodi računa i o potrebama građana drugih starosnih skupine	opisuje	0	3	3	6	0%	50%	50%	100%
		ne opisuje	0	2	0	2	0%	100%	0%	100%
		ne mogu procijeniti	2	3	3	8	25%	37,5%	37,5%	100%
	c) koju bih preporučio/la za život samo mladim građanima	opisuje	1	1	1	3	33,33%	33,33	33,33	100%
		ne opisuje	0	6	5	11	0%	54,55%	45,45%	100%
		ne mogu procijeniti	1	1	0	2	50%	50%	0%	100%
	d) koju bi preporučio/la za život samo građanima srednje životne dobi	opisuje	1	2	2	5	20%	40%	40%	100%
		ne opisuje	0	4	4	8	0%	50%	50%	100%
		ne mogu procijeniti	1	2	0	3	33,33%	66,67%	0%	100%
e) koju bi preporučio/ la za život samo građanima starije životne dobi	opisuje	0	4	2	6	0%	66,67%	33,33%	100%	
	ne opisuje	1	2	3	6	16,67%	33,33%	50%	100%	
	ne mogu procijeniti	1	2	1	4	25%	50%	25%	100%	
f) koju bi preporučio/la za život svima, neovisno o starosnoj dobi	opisuje	2	5	3	10	20%	50%	30%	100%	
	ne opisuje	0	2	2	4	0%	50%	50%	100%	
	ne mogu procijeniti	0	1	1	2	0%	50%	50%	100%	
g) koju ne bih preporučio/la za život	opisuje	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%	
	ne opisuje	2	7	6	15	13,33%	46,67%	40%	100%	
	ne mogu procijeniti	0	1	0	1	0%	100%	0%	100%	
h)nešto drugo (molim nadopišite što)										

Tabela 3: Prikaz rezultata istraživanja na treće pitanje, „Hrvatska je zemlja?“

Kao što se može vidjeti u tabeli, najveći broj ispitanika i to njih deset (postotni udio deset ispitanika po skupina iznosi: 20% ispitanika prve skupine, 50% ispitanika druge skupine te 30% ispitanika treće skupine) od ukupno šesnaest ispitanika njih 10 smatra da je Hrvatska zemlja koju bi preporučili za život svima, neovisno o starosnoj dobi. Šest ispitanika smatra da Hrvatska vodi računa o potrebama mladih ali vodi računa i o potrebama građana drugih starosnih skupina, od tih 6 ispitanika 3 su ispitanika zemlje Europe, a 3 zemlje svijeta.

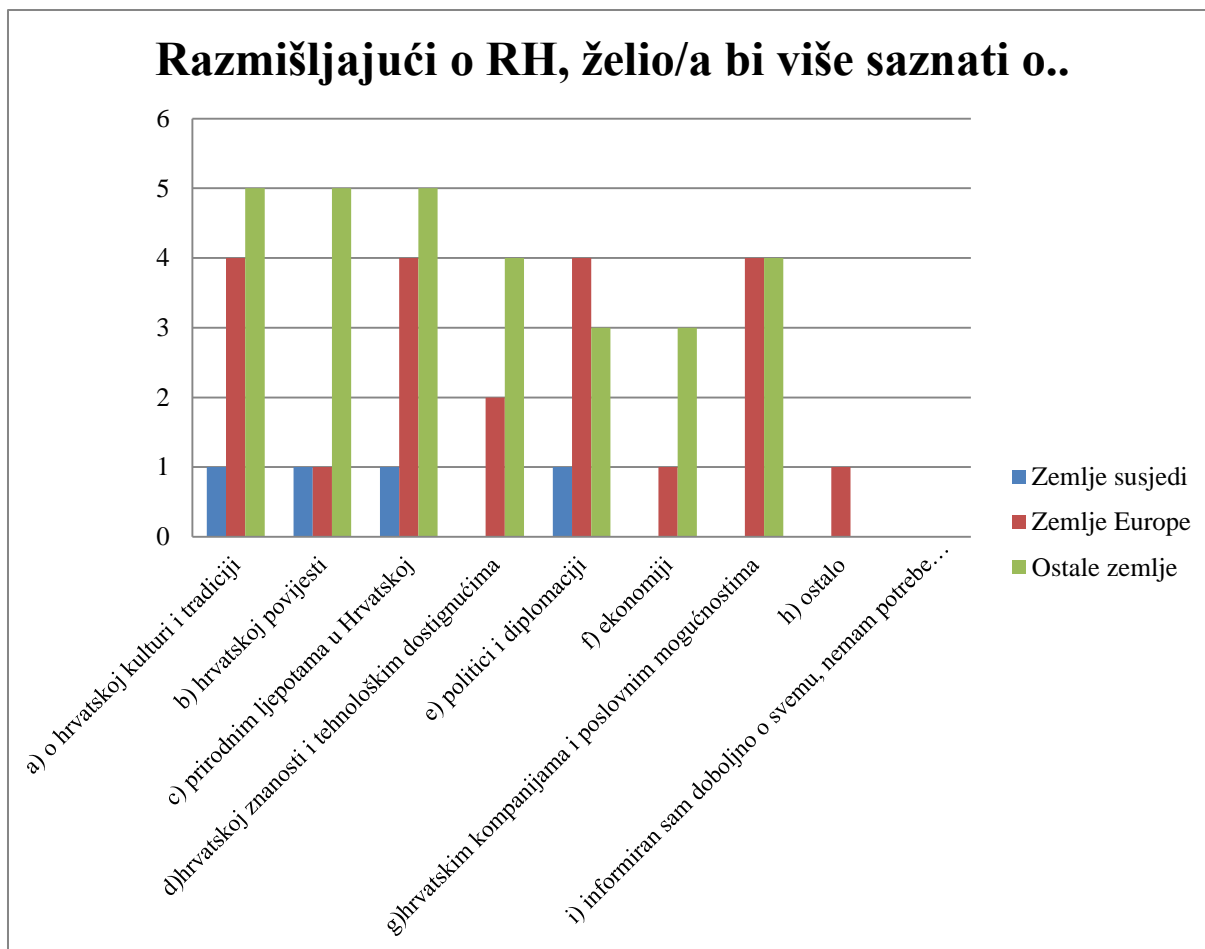
Jednako kao i kod prva dva pitanja može se zaključiti da između odgovora zemalja susjeda, zemalja Europe te zemalja svijeta nije bilo nekih prevelikih razlika u odgovorima. Iz navedenih odgovora može se zaključiti da ispitanici smatraju da je Republika Hrvatska za većinu ispitanika država koju bi preporučili za život.

Kod četvrtog pitanja koje glasi “Razmišljajući o RH, želio/željela bih više saznati o” ispitanicima je bilo ponuđeno devet odgovora od kojih su mogli odabrati jedan ili više.

	ODGOVORI ISPITANIKA				%			
	Zemlje susjedi	Zemlje Europe	Ostale zemlje	UK.	Zemlje susjedi	Zemlje Europe	Ostale zemlje	UK.
	UZORAK: 2 ispitanika	UZORAK: 8 ispitanika	UZORAK: 6 ispitanika		UZORAK: 2 ispitanika	UZORAK: 8 ispitanika	UZORAK: 6 ispitanika	
4. Razmišljajući o RH, želio/željela bih više saznati o:								
a) o hrvatskoj kulturi i tradiciji	1	4	5	10	10%	40%	50%	100%
b) hrvatskoj povijesti	1	1	5	7	14,29%	14,29%	71,42%	100%
c) prirodnim ljepotama u Hrvatskoj	1	4	5	10	10%	40%	50%	100%
d) hrvatskoj znanosti i tehnološkim dostignućima	0	2	4	6	0%	33,33%	66,67%	100%
e) politici i diplomaciji	1	4	3	8	12,5%	50%	37,5%	100%
f) ekonomiji	0	1	3	4	0%	25%	75%	100%
g) hrvatskim kompanijama i poslovnim mogućnostima	0	4	4	8	0%	50%	50%	100%
h) ostalo	0	1	0	1	0%	100%	0%	100%
i) informiran sam dovoljno o svemu, nemam potrebe saznati više	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%

Tabela 4: Prikaz rezultata istraživanja na pitanje, „Razmišljajući o Republici Hrvatskoj želio/željela bih više saznati o :“

Iz tabele se može vidjeti da bi ispitanici najviše voljeli više saznati o hrvatskoj kulturi i tradiciji te o prirodnim ljepotama u Hrvatskoj. Navedeno se može povezati sa prvim pitanjem, gdje je najveći broj ispitanika (10 ispitanika) naveo da Hrvatsku opisuje upravo kultura, tradicija te prirodne ljepote, sa navedenim se slaže 10% ispitanika prve skupine, 40% ispitanika druge skupine, te 50% ispitanika treće skupine Također, u tabeli se može vidjeti da je jedan ispitanik odabrao odgovor „ostalo“. Radi se o ispitaniku iz Njemačke koji je pod navedenim odgovorom nadopisao kako bi želio saznati informacije o pomirenju Hrvatske i susjeda s obzirom na povijesna događanja. Kako bi se dao detaljniji i pregledniji prikaz, u nastavku rada grafički će se prikazati odgovori na navedeno pitanje.



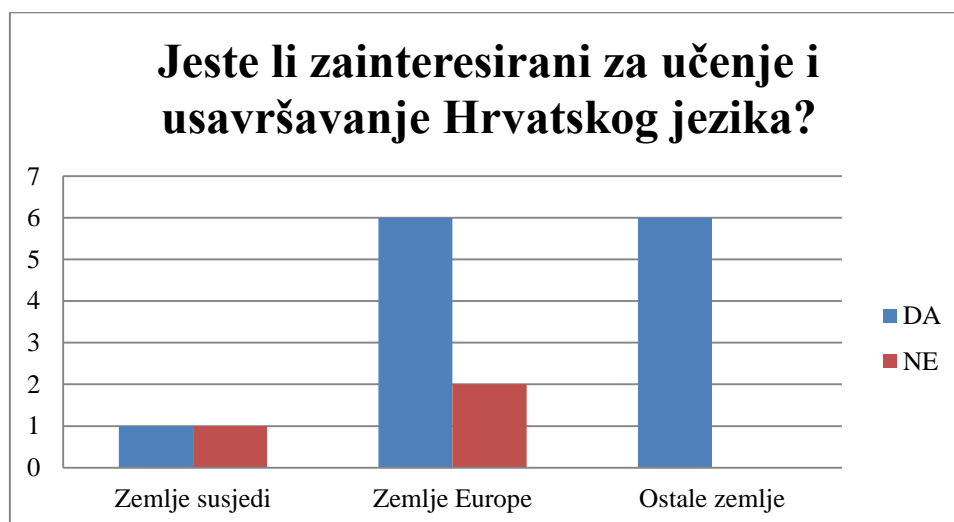
Grafikon 1: Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „Razmišljajući o Republici Hrvatskoj želio/željela bih više saznati o“

Peto pitanje je pitanje zatvorenog tipa koje glasi „Jeste li zainteresirani za usavršavanje Hrvatskog jezika?“. Kod navedenog pitanja ispitanici su trebali odgovoriti sa DA ili NE.

5. Jeste li zainteresirani za usavršavanje Hrvatskog jezika?	ODGOVORI ISPITANIKA				%			
	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.
DA	1	6	6	13	7,7%	46,15%	46,15%	100%
NE	1	2	0	3	33,33%	66,67%	0%	100%

Tabela 5: Prikaz rezultata istraživanja vezano uz pitanje „ Jeste li zainteresirani za učenje i usavršavanje Hrvatskog jezika ?“

U tabeli se može vidjeti da od ukupno šesnaest ispitanika, samo njih troje nije zainteresirano za usavršavanje Hrvatskog jezika. Odnosno, za usavršavanje Hrvatskog jezika zainteresirano je 13 ispitanika, pri čemu postotni udio iznosi 7,7% ispitanika prve skupne, 46,15% ispitanika druge skupine te 46,15% ispitanika treće skupine. Od troje ispitanika koji nisu zainteresirani za usavršavanje Hrvatskog jezika jedan je ispitanik susjedne zemlje, dok su druga dva ispitanici zemlje Europe, odnosno u postotnom iznosu za navedeni odgovor odlučilo se 33,33% ispitanika prve skupine te 66,67% ispitanika druge skupine. I ovo pitanje, kao i prethodno zbog detaljnijeg i preglednijeg prikaza u nastavku rada prikazat će se grafički.



Grafikon 2: Prikaz rezultata istraživanja vezano uz pitanje „ Jeste li zainteresirani za učenje i usavršavanje Hrvatskog jezika ?“

Šesto pitanje veže se uz prethodno te ono glasi „Za dodatno učenje i usavršavanje hrvatskog jezika zainteresirani ste?“. Ispitanicima je bilo ponuđeno sedam odgovora od kojeg su ispitanici mogli odabrati samo jedan ili pak više njih.

	ODGOVORI ISPITANIKA				%			
	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.
6. Za dodatno učenje i usavršavanje hrvatskog jezika zainteresirani ste:								
a) kako bi bolje razumjeli hrvatsku kulturu i životni stil	0	2	4	6	0%	33,33%	66,67%	100%
b) kako bi se bolje asimilirali u hrvatsko društvo	0	2	4	6	0%	33,33%	66,67%	100%
c) kako biste lakše komunicirali sa svojim prijateljima u Hrvatskoj	1	3	4	8	12,5%	37,5%	50%	100%
d) zbog poslovnih razloga	1	4	6	11	9,09%	36,36%	54,55%	100%
e) zato što su škole i tečajevi hrvatskog jezika lako dostupni	0	1	1	2	0%	50%	50%	100%
f) zato što ljudi u Hrvatskoj u većini slučajeva ne znaju strani jezik	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
g) formalni tečajevi hrvatskog jezika teško su dostupni i/ili rijetki	0	0	1	1	0%	0%	100%	100%
h) hrvatski jezik znam odlično, nemam potrebe za daljnjim učenjem hrvatskog jezika	0	1	0	1	0%	100%	0%	100%

Tabela 6: Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „Za dodatno učenje i usavršavanje hrvatskog jezika zainteresirani ste:“

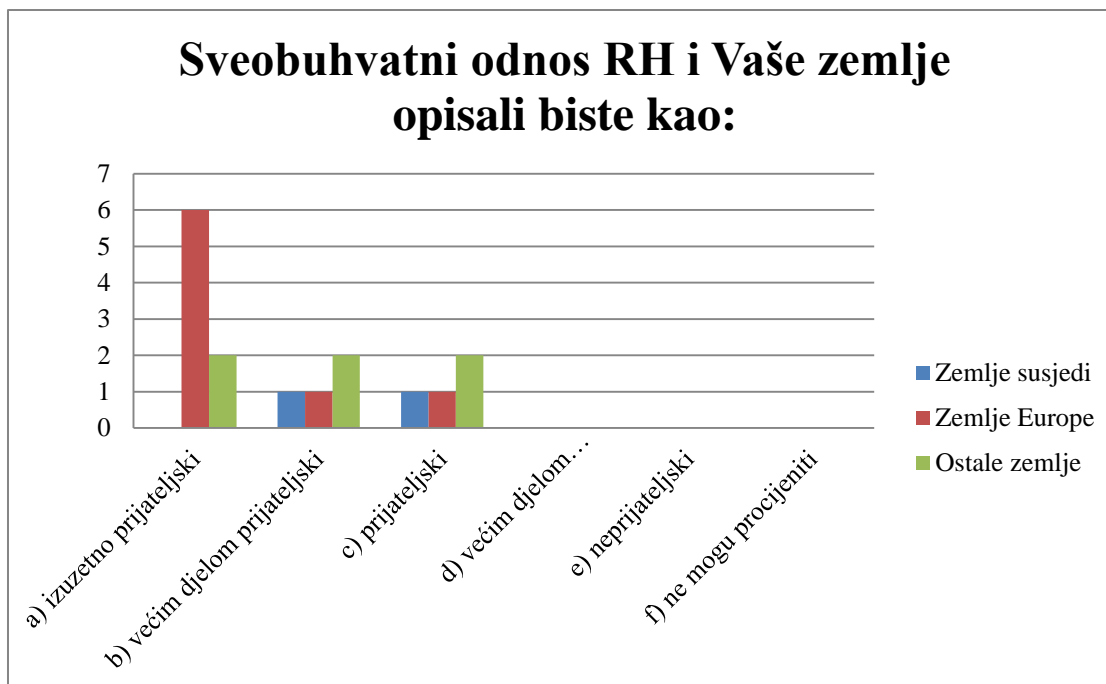
Kao što se može vidjeti u tabeli najveći broj ispitanika za dodatno učenje i usavršavanje hrvatskog jezika je zainteresiran upravo zbog poslovnih razloga i to njih 11, pri čemu je to u postocima 9,09% ispitanika prve skupine, 36,36% ispitanika druge skupine te 54,55% ispitanika treće skupine. Navedeni odgovor ne čudi s obzirom na mjesta na koje je slana anketa.

Kod sedmog pitanja koje je glasilo „Sveobuhvatni odnos Republike Hrvatske i Vaše zemlje opisali biste kao?“ ispitanicima je bilo ponuđeno sedam odgovora te je svaki ispitanik mogao odabrati samo jedan odgovor.

	ODGOVORI ISPITANIKA				%			
	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje: UZORAK 6 ispitanika	UK.	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje: UZORAK 6 ispitanika	UK.
7. Sveobuhvatni odnos Republike Hrvatske i Vaše zemlje opisali biste kao:								
a) izuzetno prijateljski	0	6	2	8	0%	75%	25%	100%
b) većim djelom prijateljski	1	1	2	4	25%	25%	50%	100%
c) prijateljski	1	1	2	4	25%	25%	50%	100%
d) većim djelom neprijateljski	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
e) neprijateljski	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
f) ne mogu procijeniti	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%

Tabela 7: Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „Sveobuhvatni odnos Republike Hrvatske i Vaše zemlje opisali biste kao:“

Svi ispitanici su se odlučili za jedan od prva tri odgovora, pa tako ispitanici iz susjednih zemalja smatraju da je njihov odnos sa Hrvatskom „većim dijelom prijateljski“ i „prijateljski“. Što se tiče ispitanika iz zemlja Europe; njih šestero smatra da je odnos „izuzetno prijateljski“ jedan ispitanik smatra da je „većim dijelom prijateljski“ i jedan da je „prijateljski“. Kod ispitanika iz zemalja svijeta isto je slična situacija pa tako po dvoje ispitanika smatra da je odnos „izuzetno prijateljski“, „većim dijelom prijateljski“ te „prijateljski“. Kod odgovora b) i c) postotni omjer ispitanika je jednak, pa se tako za navedene tvrdnje odlučilo 25% ispitanika prve skupne, 25% ispitanika druge skupine te 50% ispitanika treće skupine. Kod odgovora a) situacija je nešto drugačija, odnosno za navedeni odgovor odlučilo se 75% ispitanika druge skupine i 25% ispitanika treće skupine. U nastavku rada odgovori na navedeno pitanje prikazat će se grafički.



Grafikon 3: Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „Sveobuhvatni odnos Republike Hrvatske i Vaše zemlje opisali biste kao:“

Kod osmog pitanja koje je glasilo „Diplomatski odnosi između RH i Vaše zemlje najviše su pridonijeli?“ ispitanicima je bilo ponuđeno četiri odgovora, te su ispitanici odabrali jedan ili više odgovora.

	ODGOVORI ISPITANIKA				%			
	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.
8. Diplomatski odnosi između RH i Vaše zemlje najviše su pridonijeli:								
a) promociji hrvatskog turizma u Vašoj zemlji i porastom interesa građana Vaše zemlje za upoznavanjem prirodnih ljepota i turističkih posjeta Republici Hrvatskoj	0	3	3	6	0%	50%	50%	100%
b) uspješnijem rješavanju zajedničkih političkih pitanja između RH i Vaše zemlje	2	2	1	5	40%	40%	20%	100%
c) jačanju gospodarskih veza i boljoj poslovnoj suradnji između kompanija u RH i Vašoj zemlji	1	6	5	12	8,33%	50%	41,67%	100%
d) boljoj povezanosti i suradnji akademske i znanstvene zajednice RH i Vaše zemlje	0	1	4	5	0%	20%	80%	100%

Tabela 8: Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „Diplomatski odnosi između Republike Hrvatske i Vaše zemlje najviše su pridonijeli“

Kao što se može vidjeti u tabeli, najveći broj ispitanika smatra da su diplomatski odnosi između RH i njihove zemlje najviše pridonijeli jačanju gospodarskih veza i boljoj poslovnoj suradnji između kompanija u RH i njihovoj zemlji. Za navedeni odgovor odlučilo se 12 ispitanika, i to od tih 12 ispitanika 8,33% ispitanika je prve skupine, 50% ispitanika druge skupine te 41,67% ispitanika treće skupine. Zanimljiva je činjenica da čak od 5 ispitanika koji smatraju da su diplomatski odnosi pridonijeli boljoj povezanosti i suradnji akademske i znanstvene zajednice Republike Hrvatske i njihove zemlje 80% je ispitanika iz zemalja svijeta, zemlje u okruženju naravno u najvećem postotku su se izjasnile da su diplomatski odnosi ipak najviše pridonijeli uspješnom rješavanju bitnih zajedničkih političkih pitanja.

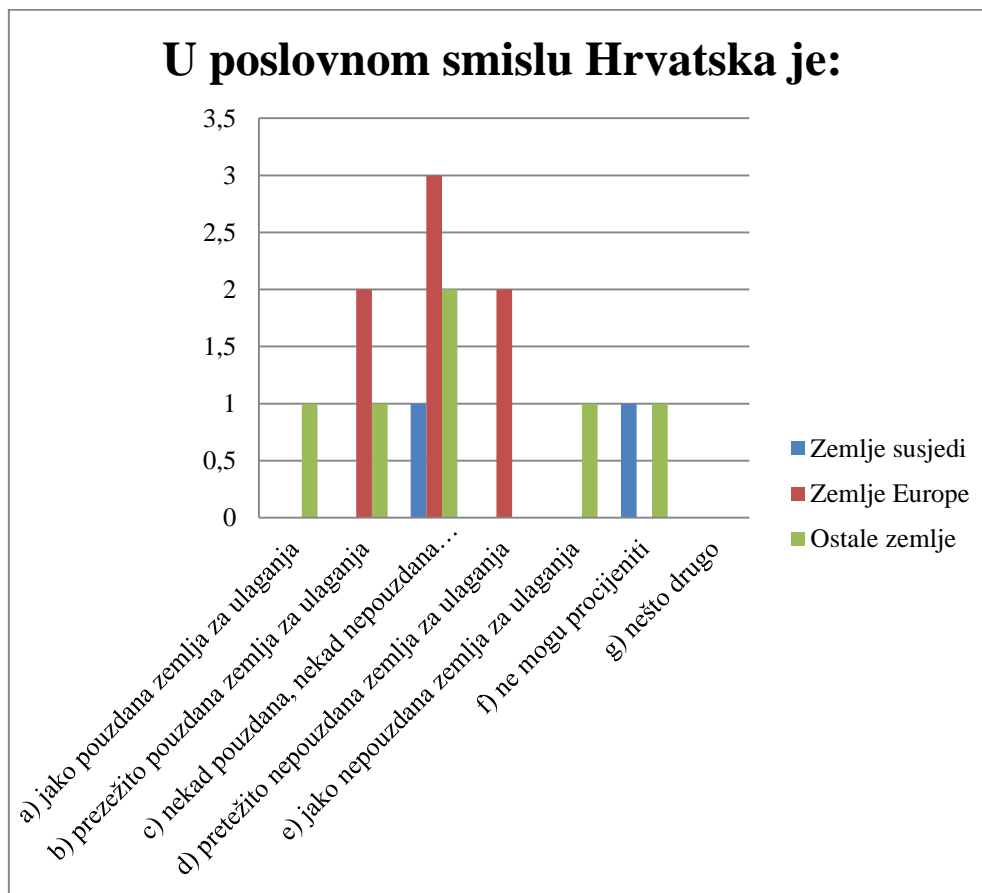
Ispitanicima je kod devetog pitanja koje glasi „U poslovnom smislu, Hrvatska je?“ bilo ponuđeno osam odgovora, od kojih je petnaest ispitanika odabralo jedan odgovor, dok je jedan ispitanik odabrao dva odgovora.

	ODGOVORI ISPITANIKA				%			
	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.
9. U poslovnom smislu, Hrvatska je:								
a) jako pouzdana zemlja za ulaganja	0	0	1	1	0%	0%	100%	100%
b) pretežito pouzdana zemlja za ulaganja	0	2	1	3	0%	66,67%	33,33%	100%
c) nekad pouzdana, nekad nepouzdana zemlja za ulaganja	1	4	2	7	14,29%	57,14%	28,57%	100%
d) pretežito nepouzdana zemlja za ulaganja	0	2	0	2	0%	100%	0%	100%
e) jako nepouzdana zemlja za ulaganja	0	0	1	1	0%	0%	100%	100%
f) ne mogu procijeniti	1	0	1	2	50%	0%	50%	100%
g) nešto drugo	0	1	0	0	0%	100%	0%	100%

Tabela 9: Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „U poslovnom smislu Hrvatska je:“

Kao što se može vidjeti u tabeli, najveći dio ispitanika smatra da je Hrvatska nekad pouzdana, a nekad nepouzdana za ulaganja. Za navedeni odgovor odlučilo se 7 ispitanika, u postotnom iznosu od tih 7 ispitanika 14,29% ispitanika je prve skupine, 57,14% ispitanika druge skupine te 28,57% ispitanika treće skupine. Može se zaključiti da izrazito mali broj ispitanika, odnosno samo jedan ispitanik smatra da je Hrvatska jako pouzdana zemlja za

ulaganja. Važno je spomenuti da dva ispitanika iz zemalja Europe smatraju da je Hrvatska u poslovnom smislu pretežito nepouzdana zemlja za ulaganja, dok se za taj odgovor iz zemalja svijeta nije odlučio niti jedan ispitanik. Osim navedenoga jedan ispitanik (ispitanik iz Danske) odabrao je odgovor g) te je nadopisao kako smatra da je Hrvatska u poslovnom smislu korumpirana. Iz navedenoga može se zaključiti da ispitanici nemaju baš dobro mišljenje o Hrvatskoj u poslovnom smislu, te da Hrvatska treba uložiti znatne napore za poboljšanje navedenoga. U nastavku rada, odgovori na navedeno pitanje prikazat će se grafički.



Grafikon 4: Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „U poslovnom smislu Hrvatska je:“

Kod desetog pitanje koje je glasilo „Hrvatska je“, ispitanicima je bilo ponuđeno šest odgovora, od kojih je svaki ispitanik odabrao po jedan odgovor.

	ODGOVORI ISPITANIKA				%			
	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.
10. Hrvatska je:								
a) zemlja pretežito miroljubivih, prijateljskih i dobronamjernih ljudi	0	5	3	8	0%	62,5%	37,5%	100%
b) zemlja pretežito pozitivnih ljudi	2	1	3	6	33,33%	16,67%	50%	100%
c) zemlja pretežito ravnodušnih ljudi koji su hladni u odnosima	0	1	0	1	0%	100%	0%	100%
d) zemlja pretežito koristoljubivih ljudi	0	1	0	1	0%	100%	0%	100%
e) zemlja pretežito neljubaznih i zlonamjernih ljudi	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
f) nešto drugo	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%

Tabela 10: Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „Hrvatska je:“

Kao što se može vidjeti u tabeli, polovina ispitanika smatra da je Hrvatska zemlja pretežito miroljubivih, prijateljskih i dobronamjernih ljudi, odnosno u postocima za navedeni odgovor odlučilo se 62,5% ispitanika druge skupine i 37,5% ispitanika treće skupine. Šestero ispitanika smatra da je zemlja pretežito pozitivnih ljudi, odnosno za navedeni odgovor odlučilo se 33,33% ispitanika prve skupine, 16,67% ispitanika druge skupine te 50% ispitanika treće skupine. Može se vidjeti da dolazi do različitosti u odgovorima ispitanika s obzirom na skupine, pa su se tako ispitanici iz zemalja susjeda i ispitanici iz ostalih zemalja svijeta odlučili za prvi ili drugi odgovor. Kod zemalja Europe situacija je nešto malo drugačija, osim za prva dva odgovora, jedan ispitanik smatra da je Hrvatska zemlja pretežito ravnodušnih ljudi koji su hladni u odnosima, te jedan ispitanik smatra da je Hrvatska zemlja pretežito koristoljubivih ljudi. Navedeni odgovori u nastavku rada prikazat će se grafički.



Grafikon 5: Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „Hrvatska je:“

Kod jedanaestog pitanja koje je glasilo „Hrvatska je međunarodno najprepoznatljivija?“ ispitanicima je bilo ponuđeno jedanaest odgovora. Svaki ispitanik je mogao odabrati jedan odgovor ili više njih.

	ODGOVORI ISPITANIKA				%			
	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.
11. Hrvatska je međunarodno najprepoznatljivija:								
a) po obali, otocima i plažama	2	7	5	14	14,29%	50%	35,71%	100%
b) po svojem prepoznatljivom vizualnom identitetu (nacionalna obilježja, crvene kockice i sl.)	0	2	3	5	0%	40%	60%	100%
c) po kravati	0	0	2	2	0%	0%	100%	100%
d) po Dubrovniku	1	3	3	7	14,29%	42,86%	42,86%	100%
e) po međunarodnim znanstvenim postignućima hrvatskih znanstvenika (Nikola Tesla, Ruđer Bošković)	0	1	0	1	0%	100%	0%	100%
f) po sportskim dostignućima i reprezentacijama	1	1	3	5	20%	20%	60%	100%
g) kao lider u regiji po pitanju ekonomsko-gospodarsko-političkog razvoja i stabilnosti	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
h) po demokraciji	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
i) po domovinskom ratu	0	2	3	5	0%	40%	60%	0%
j) po nečem drugom (molim navedite)	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
k) po ničemu	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%

Tabela 11: Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „Hrvatska je međunarodno najprepoznatljivija:“

Kao što se može vidjeti u tabeli, ispitanici smatraju da je Hrvatska međunarodno najprepoznatljivija po obali, otocima i plažama. Za navedeni odgovor odlučilo se ukupno 14 ispitanika, u postotnom iznosu od 14 ispitanika odlučilo se 14,29% ispitanika prve skupine, 50% ispitanika druge skupine te 35,71% ispitanika treće skupine. Navedeni broj odgovora je sasvim očekivan, s obzirom da su ispitanici već kroz odgovore na prethodna pitanja istaknuli prirodne ljepote Hrvatske. Jednak broj ispitanika (odnosno petero njih) odlučio se za odgovore koji se odnose na vizualni identitet, sportska dostignuća te Domovinski rat. Što se tiče različitosti u odgovorima ispitanika s obzirom na skupine, u tabeli se može vidjeti da su se za odgovore a), d) i f) odlučili svi ispitanici, dok su se za odgovore b) te i) odlučili ispitanici zemlja Europe te zemlja svijeta.

Kod dvanaestog pitanja ispitanici su trebali procijeniti koliko je važna uloga RH u određenim područjima u okvirima međunarodnih odnosa. Ispitanici su trebali procijeniti deset područja, odnosno bilo im je zadano deset tvrdnji. Kako bi ispitanici što bolje i preciznije izvršili procjenu određenih područja, odgovori na tvrdnje su formirani uz pomoć Likertove

skale. Svaki ispitanik je za svaku tvrdnju mogao odabrati jedan od sljedećih odgovora: „uopće se ne slažem“, „ne slažem se“, „niti se slažem, niti se slažem“, „slažem se“, „u potpunosti se slažem“.

Pitanje	Tvrdnja	Odgovor	Zemlje susjedi	Zemlje Europe	Ostale zemlje	UK.	Zemlje susjedi	Zemlje Europe	Ostale zemlje	UK.
			UZORAK: 2 ispitanika	UZORAK: 8 ispitanika	UZORAK: 6 ispitanika		UZORAK: 2 ispitanika	UZORAK: 8 ispitanika	UZORAK: 6 ispitanika	
12. U okvirima međunarodnih odnosa, koliko je važna uloga RH u sljedećim područjima	a) razvoj svjetske ekonomije	uopće se ne slažem	1	2	0	3	33,33%	66,67%	0%	100%
		ne slažem se	0	4	1	5	0%	80%	20%	100%
		niti se slažem, niti se ne slažem	1	1	4	6	16,66%	16,67%	66,67%	100%
		slažem se	0	1	1	2	0%	50%	50%	100%
		u potpunosti se slažem	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
	b) ekonomski razvoj regije	uopće se ne slažem	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
		ne slažem se	0	2	0	2	0%	100%	0%	100%
		niti se slažem, niti se ne slažem	0	2	0	2	0%	100%	0%	100%
		slažem se	2	3	5	10	20%	30%	50%	100%
		u potpunosti se slažem	0	1	1	2	0%	50%	50%	100%
	c) predvođenje ekonomskog razvoja u regiji	uopće se ne slažem	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
		ne slažem se	0	3	0	3	0%	100%	0%	100%
		niti se slažem, niti se ne slažem	0	2	0	2	0%	100%	0%	100%
		slažem se	2	3	4	9	22,21%	33,33%	44,44%	100%
		u potpunosti se slažem	0	1	1	2	0%	50%	50%	100%

	d) razvoj suradnje u međunarodnim odnosima	uopće se ne slažem	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
		ne slažem se	0	1	0	1	0%	100%	0%	100%
		niti se slažem, niti se ne slažem	0	1	3	4	0%	25%	75%	100%
		slažem se	1	6	2	9	11,11%	66,67%	22,22%	100%
		u potpunosti se slažem	1	0	1	2	50%	0%	50%	100%
	e) razvoj suradnje u regionalnim odnosima	uopće se ne slažem	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
		ne slažem se	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
		niti se slažem, niti se ne slažem	0	1	0	1	0%	100%	0%	100%
		slažem se	1	5	4	10	10%	50%	40%	100%
		u potpunosti se slažem	1	2	2	5	20%	40%	40%	100%
	f) razvoji njegovanje protokola i diplomatskih odnosa	uopće se ne slažem	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
		ne slažem se	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
		niti se slažem, niti se ne slažem	1	3	3	7	14,28%	42,46%	42,86%	100%
		slažem se	1	4	2	7	14,28%	57,15%	28,57%	100%
		u potpunosti se slažem	0	1	1	2	0%	50%	50%	100%

	g) svjetska sigurnosna politika	uopće se ne slažem	0	1	0	1	0%	100%	0%	100%
		ne slažem se	1	3	1	5	20%	60%	20%	100%
		niti se slažem, niti se ne slažem	1	3	3	7	14,28%	42,86%	42,86%	100%
		slažem se	0	1	1	2	0%	50%	50%	100%
		u potpunosti se slažem	0	0	1	1	0%	0%	100%	100%
	h) regionalna sigurnosna politika	uopće se ne slažem	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
		ne slažem se	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
		niti se slažem, niti se ne slažem	0	0	1	1	0%	0%	100%	100%
		slažem se	2	7	4	13	15,38%	53,85%	30,77%	100%
		u potpunosti se slažem	0	1	1	2	0%	50%	50%	100%
	i) predvođenje sigurnosne politike u regiji	uopće se ne slažem	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
		ne slažem se	0	1	0	1	0%	100%	0%	100%
		niti se slažem, niti se ne slažem	0	1	1	2	0%	50%	50%	100%
		slažem se	2	5	4	11	18,18%	45,46%	36,36%	100%
		u potpunosti se slažem	0	1	1	2	0%	50%	50%	100%

Tabela 12: Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „U okvirima međunarodnih odnosa, koliko je važna uloga Republike Hrvatske u sljedećim područjima?“

Kao što se može vidjeti u tabeli najviše ispitanika odnosno njih trinaest slaže se sa tvrdnjom da je u okvirima međunarodnih odnosa važna uloga regionalne sigurnosne politike odnosno u postotnim iznosima, za navedeni odgovor odlučilo se od 13 ispitanika 15,38% ispitanika prve skupine, 53,85% ispitanika druge skupine te 30,77% ispitanika treće skupine. Jedanaest ispitanika slaže se sa tvrdnjom vezanom uz provođenje sigurnosne politike u regiji odnosno u postotnim iznosima, za navedeni odgovor odlučilo se od 11 ispitanika 18,18% ispitanika prve skupine, 45,46% ispitanika druge skupine te 36,36% ispitanika treće skupine. Važno je istaknuti da između odgovora zemalja susjeda, zemalja Europe te zemalja svijeta nije bilo nekih prevelikih razlika u odgovorima.

Kod trinaestog pitanja, koje je bilo vezano uz ulogu Hrvatske u međunarodnoj izbjegličkoj krizi, ispitanicima su bile ponuđene tri tvrdnje, a odgovori na tvrdnje su formirani uz pomoć Likertove skale. Svaki ispitanik je za svaku tvrdnju mogao odabrati jedan od slijedećih odgovora: „uopće se ne slažem“, „ne slažem se“, „niti se slažem, niti se slažem“, „slažem se“, „u potpunosti se slažem“.

Pitanje	Tvrdnja	Odgovor	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.
13. Vezano uz međunarodnu izbjegličku krizu	a) uloga RH je iznadprosječna, cijenim i podržavam napore koje RH čini	uopće se ne slažem	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
		ne slažem se	0	1	0	1	1%	100%	0%	100%
		niti se slažem, niti se ne slažem	1	0	0	1	100%	0%	0%	100%
		slažem se	1	6	4	11	9,09%	54,55%	36,36%	100%
		u potpunosti se slažem	0	1	2	3	0%	33,33%	66,67%	100%
	b) s obzirom na položaj RH u međunarodnim odnosima, uloga RH je odgovarajuća	uopće se ne slažem	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
		ne slažem se	0	1	0	1	0%	100%	0%	100%
		niti se slažem, niti se ne slažem	2	0	0	2	100%	0%	0%	100%
		slažem se	0	7	5	12	0%	58,33%	41,67%	100%
		u potpunosti se slažem	0	0	1	1	0%	0%	100%	100%
	c) uloga RH je nedovoljna, trebalo bi se uložiti više diplomatskih napora za poboljšanje i rješavanje gorućih pitanja	uopće se ne slažem	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
		ne slažem se	1	0	2	3	33%	0%	67%	100%
		niti se slažem, niti se ne slažem	1	3	3	7	14,28%	42,86%	42,86%	100%
		slažem se	0	3	1	4	0%	75%	25%	100%
		u potpunosti se slažem	0	2	0	2	0%	100%	0%	100%

Tabela 13: Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „Vezano za međunarodnu izbjegličku krizu uloga Republike Hrvatske je:“

Kao što se može vidjeti u tabeli, najveći broj ispitanika, odnosno njih dvanaest se slaže sa tvrdnjom „s obzirom na položaj RH u međunarodnim odnosima, uloga RH je odgovarajuća“ odnosno navedeni odgovor je odabralo od 12 ispitanika 58,33% ispitanika druge skupine te 41,67% ispitanika treće skupine. Kod ove tvrdnje važno je obratiti pozornost na odgovore zemlja susjeda koje su navele da se sa tvrdnjom niti slažu, niti ne slažu.

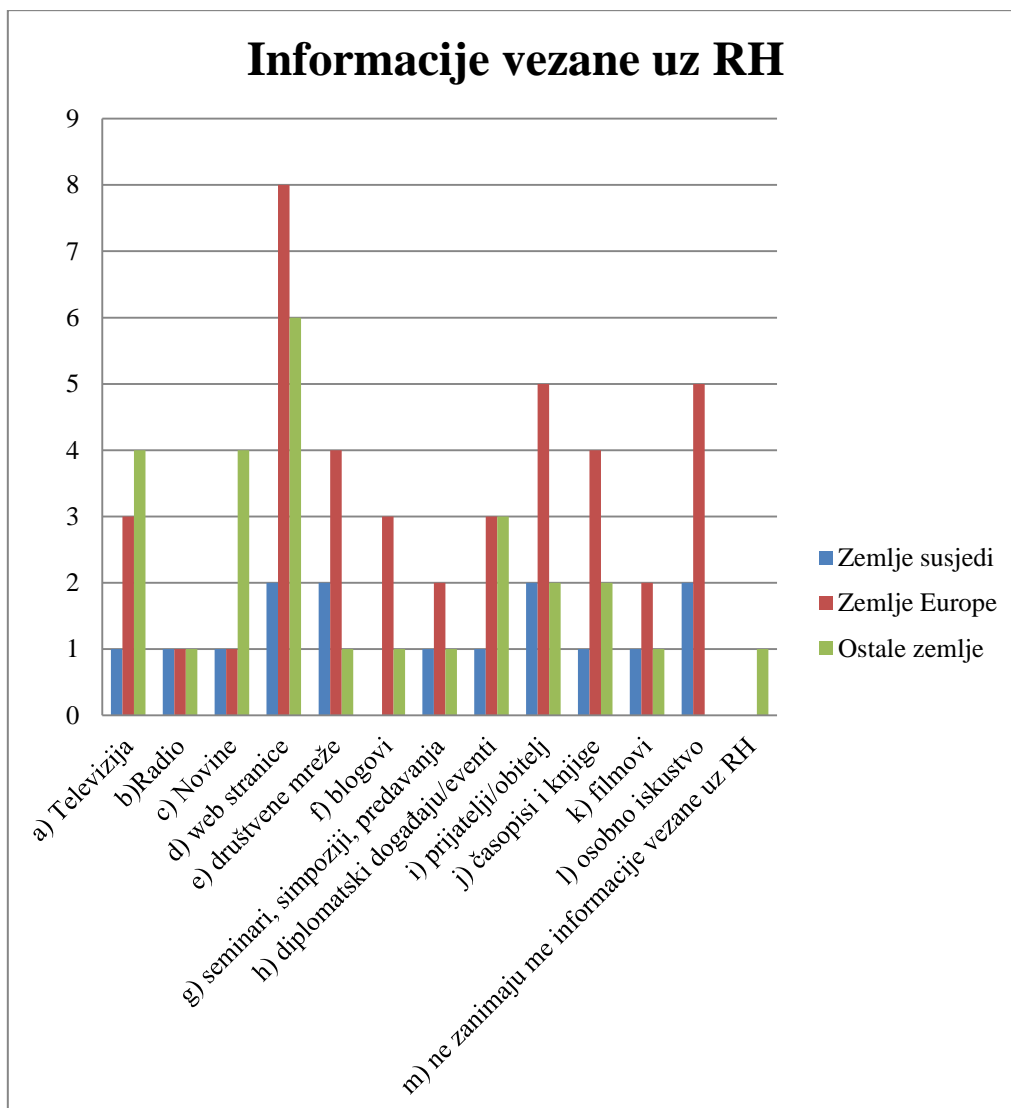
Kod četrnaestog pitanja zatvorenog tipa koje je glasilo „Na koji način građani vaše države dolaze do informacija vezanih uz RH“ ispitanicima je bilo ponuđeno trinaest pitanja. Ispitanici su mogli odabrati jedan odgovor ili više njih.

14. Na koji način građani Vaše države dolaze do informacija vezanih uz RH?	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.
a) Televizija	1	3	4	8	12,5%	37,5%	50%	100%
b) Radio	1	1	1	3	33,33%	33,33%	33,33%	100%
c) Novine	1	1	4	6	16,67%	16,67%	66,67%	100%
d) web stranice	2	8	6	16	12,5%	50%	37,5%	100%
e) društvene mreže	2	4	1	7	28,58%	57,14%	14,28%	100%
f) blogovi	0	3	1	4	0%	75%	25%	100%
g) seminari, simpoziji, predavanja	1	2	1	4	25%	50%	25%	100%
h) diplomatski događaji/eventi	1	3	3	7	14,28%	42,86%	42,86%	100%
i) prijatelji/obitelj	2	5	2	9	22,22%	55,56%	22,22%	100%
j) časopisi i knjige	1	4	2	7	14,28%	57,14%	28,58%	100%
k) filmovi	1	2	1	4	25%	50%	25%	100%
l) osobno iskustvo	2	5	0	7	28,58%	71,42%	0%	100%
m) ne zanimaju me informacije vezane uz RH	0	0	1	1	0%	0%	100%	100%

Tabela 14: Prikaz rezultata istraživanja na pitanje“Na koji način građani Vaše države dolaze do informacija vezanih za Republiku Hrvatsku?“

Kao što se može vidjeti u tabeli, najviše ispitanika, odnosno svih šesnaest navelo je da građani njihove države dolaze do informacija vezanih uz RH putem web stranica, u postotnom iznosu za navedeni odgovor odlučilo se 12,5% ispitanika prve skupine, 50% ispitanika druge skupine te 37,5% ispitanika treće skupine. Važno je obratiti pozornost na to da niti jedan ispitanik iz zemalja susjeda nije naveo da se do informacija dolazi putem bloga, dok niti jedan ispitanik iz zemalja svijeta (odnosno ostalih zemalja) nije naveo da se do informacija dolazi kroz vlastito

iskustvo. Pomalo začuđujući je i odgovor jednog ispitanika iz kategorije zemlje svijeta koji se odlučio za odgovor m). Odgovori na navedeno pitanje, u nastavku rada prikazat će se grafički.



Grafikon 6: Prikaz rezultata istraživanja na pitanje, „Na koji način građani Vaše države dolaze do informacija vezanih za Republiku Hrvatsku?“

Na zadnjem pitanju ispitanici su trebali procijeniti koliki je značaj protokola i diplomacije u promicanju imidža neke zemlje. Ispitanicima su bili ponuđeni odgovori formirani uz pomoć Likertove skale. Prema tome ispitanici su mogli odabrati jedan od slijedećih odgovora: „izuzetno je važan“, „važan je“, „niti je važan, niti nevažan“, „nevažan je“, „u potpunosti je nevažan“.

15. Koliki je značaj protokola i diplomacije u promicanju imidža neke zemlje?	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.	Zemlje susjedi UZORAK: 2 ispitanika	Zemlje Europe UZORAK: 8 ispitanika	Ostale zemlje UZORAK: 6 ispitanika	UK.
a) izuzetno je važan	2	2	4	8	25%	25%	50%	100%
b) važan je	0	6	2	8	0%	75%	25%	100%
c) niti je važan niti je nevažan	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
d) nevažan je	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%
e) u potpunosti je nevažan	0	0	0	0	0%	0%	0%	0%

Tabela 15: Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „Koliki je značaj protokola i diplomacije u pomicanju imidža neke zemlje?“

Kao što se može vidjeti u tabeli polovina ispitanika smatra da je značaj protokola i diplomacije u promicanju imidža neke zemlje „izuzetno važan“ (25% ispitanika prve skupine, 25% ispitanika druge skupine te 50% ispitanika treće skupine), dok polovina ispitanika smatra da je „važan“ (75% ispitanika druge skupine, te 25% ispitanika treće skupine). Važno je istaknuti sa svi ispitanici prve skupine odnosno zemalja susjeda smatraju da je odnos „izuzetno važan“. Što se tiče druge i treće skupine, više ispitanika zemalja Europe smatra da je odnos „važan“ dok je kod ostalih zemalja situacija nešto malo drugačija te više ispitanika smatra da je odnos „izuzetno važan“. U nastavku rada grafički će se prikazati odgovori na navedeno pitanje.



Grafikon 7: Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „ Koliki je značaj protokola i diplomacije u pomicanju imidža neke zemlje?“

8.1. Diskusija rezultata po hipotezama

Glavna hipoteza istraživanja:

Prirodne ljepote i domovinski rat i dalje su dvije kategorije po kojima je RH najprepoznatljivija u međunarodnom okruženju.

Navedena hipoteza je potvrđena već u prvom pitanju gdje se jasno vidi da su se svi ispitanici složili da je Hrvatska zemlja koju opisuju prirodne ljepote. Vezano uz prirodne ljepote važno je obratiti pozornost i na jedanaesto pitanje, kod kojeg je 11 ispitanika odnosno 68,75% ispitanika odgovorilo da je Hrvatska međunarodno najprepoznatljivija po obalama, otocima i plažama. Što se tiče domovinskog rata, potvrda hipoteze nalazi se u prvom i u jedanaestom pitanju. Kod prvog pitanja 9 ispitanika odnosno 56,25% ispitanika smatra da je Hrvatska zemlja koja je još uvijek previše preopterećena ratom i povijesnim zbivanjima. Kod jedanaestog pitanja 5 ispitanika odnosno 31,25% smatra da je Hrvatska međunarodno najprepoznatljivija po domovinskom ratu.

Glavna hipoteza istraživanja je potvrđena.

H1: Sa zemljama u okruženju RH ima kompleksnije diplomatske odnose pa je i imidž RH u njihovim očima kompleksniji.

Potvrda ove hipoteze dobivena je već u fazi prikupljanja anketa. Od veleposlanstava 7 zemalja u okruženju od kojih je zatraženo popunjavanje ankete (Slovenija, BiH, Crna Gora, Srbija, Mađarska, Italija i Makedonija) anketa je dobivena samo od 2 veleposlanstva i to Crne Gore i Makedonije. Kao što je navedeno u ograničenju istraživanja to je rezultat što sa zemljama u okruženju postoje otvorena bitna vanjskopolitička pitanja i zbog toga su oni u bilo kakvom davanju javnog mišljenja o odnosima sa RH puno suzdržaniji i zatvoreniji. U njihovoj percepciji javno iskazivanje bilo kakvih stavova vezanih za odnose sa RH izgleda znatno kompleksnije i ima puno veću težinu od percepcije zemalja koje su nam geografski udaljenije. Potvrda ove hipoteze također se pronalazi u sljedećim pitanjima i odgovorima ispitanika: Na pitanje broj 7 kako opisujete sveukupni odnos Vaše zemlje i Republike Hrvatske, zemlje u okruženje odlučile su se za tvrdnju b) većim djelom prijateljski – jedan ispitanik i c) prijateljski – jedan ispitanik. Niti jedna od zemalja susjeda nije ocjenila odnos Republike Hrvatske i svoje zemlje kao izuzetno prijateljski, kao što je to slučaj kod zemalja Europe gdje se 75% ispitanika odlučilo za tvrdnju a) izuzetno prijateljski. I kod tog pitanja možemo zaključiti da su zemlje susjedi u ocjeni odnosa sa RH suzdržaniji i hladniji od zemalja Europe i ostalih zemalja svijeta. Potvrda ove hipoteze pronalazi se i u 8. pitanju gdje se od ispitanika tražilo da ocjene čemu su najviše pridonijeli diplomatski odnosi vaše zemlje i Republike Hrvatske, oba ispitanika zemlje u okruženju izabrali su tvrdnju b) rješavanju zajedničkih političkih pitanja između vaše zemlje i RH, dok su se zemlje Europe i ostale zemlje svijeta odlučile za tvrdnju pod a) promociji hrvatskog turizma u Vašoj zemlji i porastom interesa građana Vaše zemlje za upoznavanjem prirodnih ljepota i turističkih posjeta Republici Hrvatskoj te tvrdnju c) jačanju gospodarskih veza i boljoj poslovnoj suradnji između kompanija u Republici Hrvatskoj i Vašoj zemlji. U svim ovim odgovorima provlači se ista suzdržanost i hladnoća ocjene odnosa sa RH u odnosu na zemlje Europe i svijeta. Zaključak je da se hipoteza prihvaća.

Hipoteza 1 je potvrđena.

H2: Zemlje koje su udaljenije imaju pozitivniju percepciju imidža RH.

Temeljem rezultata istraživanja dobivenih kroz gotova sva pitanja ankete može se zaključiti da je percepcija imidža Republike Hrvatske u geografski udaljenijim zemljama pozitivnija, te je njihov stav o imidžu Republike Hrvatske puno opušteniji u odnosu na stavove zemalja u okruženju. Analizirajući odgovore na anketni upitnik, zemlje u okruženju ili zemlje susjedi puno su suzdržaniji i hladniji u odgovorima u odnosu na zemlje Europe i zemlje svijeta.

U prilog potvrde ove hipoteze ide i potvrda prethodne hipoteze prema kojoj su nam diplomatski odnosi sa zemljama u okruženju kompleksniji pa je samim time i imidž Republike Hrvatske u njihovim očima kompleksniji. Potvrda ove hipoteze nalazi se već u prvom pitanju kod tvrdnje „Hrvatska je zemlja koju je teško razumijeti“ ako rezultate te tvrdnje promatramo skupno 6 od 8 ispitanika zemlje Europe (odnosno 75% ispitanika) 5 od 6 ispitanika (odnosno 83,33% ispitanika) zemlje svijeta opredijelile su se za opciju ne opisuje, što ukazuje na činjenicu da nas one u odnosu na zemlje u okruženju ne smatraju zemljom koju je teško razumijeti. U prilog ove hipoteze idu i odgovori uz tvrdnje na pitanje „Razmišljajući o Republici Hrvatskoj želio/željela bih više saznati“, zemlje svijeta (koje su nam geografski najudaljenije) u vrlo visokom postotku oprijedijelile su se za sve navedene tvrdnje što upućuje na veliko zanimanje za Republiku Hrvatsku, a sam interes i zanimanje za određenu zemlju ujedno je i dobar pokazatelj pozitivne percepcije te zemlje, u ovom slučaju Republike Hrvatske u očima tih zemalja. Potvrdu hipoteze pronalazimo i kod pitanja „U poslovnom smislu Hrvatska je“ gdje je jedan od ispitanika iz zemalja svijeta izabrao tvrdnju „jako pouzdana zemlja za ulaganja“, što je opet svojevrsna potvrda pozitivne percepcije imidža u geografski udaljenijim zemljama.

Potvrda pozitivne percepcije imidža daje se i kod pitanja 10 gdje se ako gledamo ukupno 8 ispitanika od 16 (50%) složilo da je Hrvatska zemlja pretežito miroljubivih, prijateljskih i dobronamjernih ljudi. Pri tome važno je skrenuti pozornost na podatak da se od tih 8 ispitanika za navedena tvrdnju „opisuje“ nije složilo niti jedan ispitanik skupine zemlje u okruženju, dok se složilo 5 od ukupno 8 ispitanika iz zemlje Europe te 3 od 6 ispitanika zemalja svijeta. Takav rezultat također upućuje na pozitivniju percepciju geografski udaljenijih zemalja.

Pozitivna percepcija potvrđena je i rezultatom da od ukupno 9 ispitanika koji bi voljeli da njihova djeca/ prijatelji studiraju u Republici Hrvatskoj najveći postotak njih 44,44% je iz skupine ostale zemlje svijeta.

Percepcija pozitivnog imidža udaljenijih zemalja potvrđena je i u pitanju broj 7 gdje je ukupno 50% ispitanika na pitanje „Sveobuhvatni odnos Vaše zemlje i Republike Hrvatske opisali biste opisuje kao izuzetno prijateljski i to u sljedećim iznosima; zemlje u okruženju -0 ostale zemlje svijeta – 2 i zemlje Europe–6, znači i u toj kategoriji udaljenije zemlje izrazile su pozitivniju i prijateljskiju percepciju Republike Hrvatske u odnosu na zemlje u okruženju.

Hipoteza 2 je potvrđena.

H3: U međunarodnom okruženju Hrvatsku se percipira kao lidera ekonomskog razvoja u regiji.

Percipiranje Hrvatske kao lidera ekonomskog razvoja u regiji potvrđeno je kod pitanja 12 „U okvirima međunarodnih odnosa koliko je važna uloga Republike Hrvatske u području“: s tvrdnjom c) „predvođenje ekonomskog razvoja u regiji“ slaže se 9 od 16 ispitanika što je u postotnom iznosu 56,25%. Važno je obratiti pozornost da od tih 9 ispitanika sa tvrdnjom se slažu svi ispitanici zemalja iz okoline, 3 od 8 ispitanika iz zemalja Europe te 4 od 6 ispitanika iz zemalja svijeta. Potvrdu hipoteze imamo i kod tvrdnje b) „ekonomski razvoj regije“ s kojom se složilo ukupno 10 ispitanika, odnosno 62,5% što govori da se hipoteza 3 prihvaća.

Hipoteza 3 je potvrđena.

9. ZAKLJUČNA DISKUSIJA

Svrha ovog diplomskog rada bila je analizirati i utvrditi trenutačni imidž i prepoznatljivost Republike Hrvatske na međunarodnoj sceni kroz gledišta inozemnih veleposlastava akreditiranih u Republici Hrvatskoj.

Što se tiče imidža i prepoznatljivosti Republike Hrvatske gledajući rezultate istraživanja zbirno, ona je na međunarodnoj sceni i dalje najprepoznatljivija po svojim prirodnim ljepotama (otocima, plažama, Dubrovniku). Prema Skokinom istraživanju 2002. godine Hrvatska je još uvijek u međunarodnom okruženju bila najprepoznatljivija po ratu - 50% ispitanika (za tu tvrdnju izjasnio se velik broj europskih država no ipak treba uzeti u obzir činjenicu da se tu radi o 2002. godini kad su ratna zbivanja još uvijek bila svježija), prirodne ljepote bile su na drugom mjestu – 24 % ispitanika. Prema ovom istraživanju najveći postotak ispitanika smatra da je Hrvatska zemlja izuzetnih prirodnih ljepota (zemlje u okruženju 12,5%, zemlje Europe – 50%, ostale zemlje svijeta 37,5%), što se tiče tvrdnje da je Hrvatska još uvijek opterećena povijesnim zbivanjima i ratom u prvom pitanju za navedenu tvrdnju opredijelilo se 9 ispitanika (11,11% ispitanika zemalja u okruženju, 55, 56% zemalja Europe i 33, 3% ostale zemlje svijeta), znači možemo zaključiti da nas Europa još uvijek najviše percipira kroz prizmu opterećenosti povijesnim zbivanjima i domovinskim ratom što je i slučaj u istraživanju Skoke iz 2002. godine. Za prepoznatljivost po kulturnoj baštini izjasnilo se 12,5% ispitanika zemlja u okruženju, 50% zemlja Europe i 37,5% zemlje svijeta. Po svom vizualnom identitetu najprepoznatljivija je među zemljama Europe za koju tvrdnju u prvom pitanju izjasnili su se svi ispitanici.

Ne iznenađuje činjenica da se Hrvatsku percipira kao konzervativnu zemlju za koju tvrdnju se izjasnilo čak 10 ispitanika, unutar tih 10 ispitanika za tu tvrdnju se odlučilo 70% ispitanika zemalja Europe. Ovo je zapravo dosta poražavajući rezultat koji nikako ne ide u prilog pozitivnog imidža Republike Hrvatske. U svojoj osnovi Republika Hrvatska je konzervativna zemlja ali ovakav rezultat u ovako visokom postotku, svojevrsna je opaska da bi hrvatska diplomacija trebala zaokrenuti svoje aktivnosti u smjeru gradnje imidža ipak malo liberalnije i otvorenije zemlje.

Odgovorima koji su se odnosili na drugo i treće pitanje želio se ispitati stav o uvjetima obrazovanja i života u Republici Hrvatskoj, rezultati percepcije imidža Republike Hrvatske u tim područjima su sljedeći: ako ovdje rezultate promatramo zbirno što se tiče obrazovanja od ukupno 16 ispitanika njih 11 smatra da Hrvatska mora uložiti veće napore u visokoškolski obrazovni sustav, što bi u konačnici pridonijelo i malo boljem razvoju znanstvene i akademske

suradnje između Republike Hrvatske i međunarodne zajednice, svakako bi pomoglo mladim akademskim građanima u lakšem ostvarenju znanstvenih suradnja u inozemstvu. Konačan rezultat bio bi pozitivnija promocija Republike Hrvatske kroz znanost i obrazovanje.

Ukupno 9 ispitanika voljelo bi da njihova djeca/ prijatelji studiraju u Republici Hrvatskoj (od ukupno 9 ispitanika koji su se složili sa navedenom tvrdnjom najveći broj je iz zemalja svijeta njih 44,44%) s druge strane ovaj rezultat ipak ide u prilog relativno pozitivnoj percepciji obrazovnog sustava u Republici Hrvatskoj od strane šireg međunarodnog okruženja. Pokazatelj dobre percepcije imidža je i rezultat da bi 10 od ukupno 16 ispitanika preporučilo Hrvatsku za život svima neovisno o dobnoj skupini. Ispitanici (zemlje Europe i svijeta) smatraju da Hrvatska vodi brigu o potrebama građana kako mladih tako i drugih starosnih skupina.

Značajno pitanje za ovakvu temu istraživanja je „Razmišljajući o Republici Hrvatskoj želio/željela bi više znati:“ odgovori dobiveni kroz tvrdnje navedene za to pitanje su pokazatelji koje to kategorije predstavljaju zanimanje građana drugih zemalja za Republiku Hrvatsku, te mogu poslužiti kao pokazatelj na čemu bi Hrvatska ubuduće trebala graditi svoj imidž.

Ispitanici svih skupina najviše žele znati o hrvatskoj kulturi, tradiciji i prirodnim ljepotama. Rezultati nam pokazuju da su u najvećem postotku zemlje svijeta najzainteresiranije za gotovo sve ponuđene tvrdnje uz ovaj odgovor.

Zemlje svijeta osim zanimanja za hrvatsku kulturu, tradiciju i povijest, žele više saznati i o hrvatskoj znanosti i tehničkim dostignućima (vrlo pozitivan faktor), ekonomiji, hrvatskim kompanijama i poslovnim mogućnostima (također pozitivan faktor) i tek na zadnjem mjestu o politici i diplomaciji. Zanimljivo je da je kod zemalja Europe situacija potpuno drugačija nakon zanimanja za prirodne ljepote, Europljani najviše žele znati o hrvatskoj politici i diplomaciji, hrvatskim kompanijama i poslovnim mogućnostima, a na zadnjem mjestu o hrvatskoj znanosti i tehničkim dostignućima.

Što se tiče zemalja u okruženju nakon zanimanja za hrvatsku kulturu tradiciju i povijest njih najviše zanima hrvatska politika i diplomacija, a za ostale kategorije su gotovo nezainteresirani, vjerovatno iz razloga što zbog geografske blizine imaju dosta saznanja o ostalim kategorijama.

Rezultati istraživanja dobiveni na temelju ovakvih odgovora trebali bi služiti kao smjernice hrvatskoj diplomaciji na kojim poljima bi trebala više djelovati u pojedinim dijelovima Europe i svijeta.

Kako nas međunarodno okruženje percipira u kontekstu sveobuhvatnih prijateljskih i diplomatskih odnosa također je slika određene pozitivne ili negativne percepcije Republike

Hrvatske. Tu sliku dobili smo kroz odgovore na sedmo i osmo pitanje. Na pitanje kakvi su sveobuhvatni odnosi Republike Hrvatske i Vaše zemlje čak 50% ispitanika smatra da su izuzetno prijateljski, dok po 25% ispitanika smatra da su „većim dijelom prijateljski“ i „prijateljski“. Najbolji rezultati su dobiveni od ispitanika iz zemlja Europe, gdje od ukupno 8 ispitanika njih 6 smatra da su im odnosi sa Republikom Hrvatskom izuzetno prijateljski. Ovdje je jedini fenomen kako nas Europa smatra „izuzetno prijateljskom državom“, ali mislim da su za takav rezultat ipak zaslužni diplomatski odgovori.

Diplomatski odnosi sa Zemljama Europe i svijeta najviše su pridonijeli jačanju gospodarskih veza i boljoj poslovnoj suradnji između Republike Hrvatske i drugih zemalja, ali i promociji hrvatskog turizma i porastom interesa građana određene zemlje za upoznavanjem prirodnih ljepota i turističkih posjeta Republici Hrvatskoj. Razlika je opet ustanovljena kod skupine zemlje u okruženju koje smatraju da su diplomatski odnosi Republike Hrvatske i njihove zemlje, najviše pridonijeli uspješnom rješavanju zajedničkih političkih pitanja. Ovakvi rezultati su i logični jer sigurno je da hrvatska diplomacija što se tiče zemalja susjeda najviše radi na rješavanju otvorenih zajedničkih političkih pitanja, dok u geografski najudaljenijim zemljama svijeta hrvatska izaslanstva puno više rade na promociji Hrvatske kao turističke zemlje i zemlje prirodnih ljepota, te je sigurno cilj diplomatskog djelovanja u tim zemljama da se pobuditi veće zanimanje i interes građana za posjete Republici Hrvatskoj.

Percepcija Republike Hrvatske u poslovnom smislu ima negativan imidž, što zapravo i nije iznenađujući rezultat. Takav rezultat odraz je loše ekonomske i gospodarske situacije u zemlji. Ako rezultate promatramo skupno, najveći broj ispitanika njih 7 smatra da je Hrvatska „nekad nepouzdana“, „nekad pouzdana zemlja“ za poslovna ulaganja, dvoje ispitanika misle da je pretežito nepouzdana, dok samo jedan ispitanik iz grupe zemlje svijeta smatra da je jako pouzdana za poslovna ulaganja (takav odgovor smatram rezultatom nepoznavanja ekonomske i gospodarske situacije u Republici Hrvatskoj). Jedna od europskih zemalja jasno je izrazila i stav da je Hrvatska korumpirana zemlja. Sukladno takvim rezultatima može se zaključiti da Hrvatska u međunarodnom okruženju kotira kao potencijalno nepouzdana zemlja za poslovna ulaganja i suradnje što nikako nije pozitivan faktor, pogotovo ne za budući gospodarski i ekonomski razvoj. Ovakav rezultat također je svojevrsni pokazatelj hrvatskoj diplomaciji na kojim područjima treba mijenjati strategiju svog djelovanja ili da bi na području gospodarskog razvoja i međunarodne gospodarske i poslovne suradnje trebala uložiti puno veće napore.

Što se tiče uloge Republike Hrvatske u međunarodnim odnosima promatrajući rezultate skupno, najveći broj ispitanika njih čak 13 smatra da je uloga Republike Hrvatske u

međunarodnim odnosima najistaknutija na području regionalne sigurnosne politike. Što se tiče međunarodne izbjegličke krize gdje je smatram uloga Hrvatske bila značajnije izražena zbog drugačijeg stava Republike Hrvatske u odnosu na stajališta drugih zemlja u susjedstvu, najveći broj ispitanika njih 12 smatra da je uloga Republike Hrvatske s obzirom na njezin međunarodni položaj odgovarajuća. Razlike u stavu Republike Hrvatske i susjednih zemalja oko pitanja izbjegličke krize također su pridonijele zaoštavanju i zahlađenju odnosa sa zemljama u okruženju. Prema rezultatima istraživanja na ova dva pitanja koja bi trebala dati sliku uloge Republike Hrvatske na području zajedničkih pitanja iz sfere međunarodnih odnosa, zaključak je da je i u ovom području imidž relativno pozitivan. No ovakvi rezultati vjerojatno su jednim djelom uvjetovani također diplomatskim odgovorima.

Kako građani drugih zemalja dolaze do informacija o Republici Hrvatskoj, zaključak na ovo pitanje sukladno dobivenim rezultatima prikazat će se po grupama: U zemljama Europe do informacija se najčešće dolazi putem sljedećih kanala (web stranice, prijatelji/obitelj, osobno iskustvo, društvene mreže, časopisi, knjige, blogovi, televizija, diplomatski događaji/eventi, seminari, filmovi), u ostalim zemljama svijeta (web stranice, televizija, novine, diplomatski događaji/eventi, prijatelji, časopisi i knjige, film, seminari, blogovi i društvene mreže), u zemljama u okruženju (web stranice, društvene mreže, prijatelji, osobno iskustvo), naravno zemljama u okruženju puno lakše je doći do informacija o Republici Hrvatskoj putem osobnih iskustava jer su zbog geografske blizine vjerojatno češće posjećivali Republiku Hrvatsku. Ono što je ovdje svojevrsni negativni pokazatelj je da su društvene mreže u ukupnom poretku uglavnom tek na petom mjestu. Ovakava činjenica predstavlja veliki nedostatak u vremenu suvremene komunikacije. Taj rezultat bi hrvatska veleposlanstva i drugi subjekti koji rade na promociji Hrvatske u svijetu svakako trebali uzeti u obzir, te više poraditi na razvoju i dostupnosti većeg broja informacija o Hrvatskoj na društvenim mrežama. Ovo je značajno i iz razloga jer građani u udaljenijim zemljama svijeta koji žele vidjeti i upoznati nove turističke destinacije, najveći broj informacija o potencijalnoj zemlji koju bi željeli posjetiti istražuju putem društvenih mreža, a na odluke o odabiru turističke destinacije utječu iskustava o posjetima tim zemljama koja se također dijele putem društvenih mreža.

Zanimljiva je i činjenica da nijedna zemlja u susjedstvu ne dolazi do informacija o Hrvatskoj putem blogova, i to je jedan od zadataka za veleposlanstva Republike Hrvatske u zemljama u okruženju. Svojevrsni fenomen predstavlja rezultat prema kojem se ni jedna zemlja iz skupine ostale zemlje svijeta nije izjasnila da informacije dobiva putem osobnih iskustava, vjerojatno iz razloga što su na pitanja odgovarala veleposlanstva. Pitanje na koji način građani

vaše zemlje primaju informacije o Republici Hrvatskoj imao je i Skoko u svom istraživanju a rezultati su izgledali ovako: putem medija – 60%, osobnim iskustvom 23% (uglavnom europske zemlje), posredstvom prijatelja i rođaka – 13% (zemlje u kojima žive brojne hrvatske zajednice i zemlje susjedi), putem literature i filma – 4%. Rezultati su slični kao i kod istraživanja provedenog za svrhe ovog diplomskog rada. Temeljem odgovora dobivenih na četrnaesto pitanje za primanje informacija također su najzaslužniji mediji, dok se recimo Hrvatska puno rijede promovira putem ozbiljnije literature i filma. I tu se također otvara vrlo velik prostor za nov način promocije Hrvatske. Temeljem rezultata dobivenih unutar pojedine skupine, potrebno je izraditi načine i strategiju komuniciranja kojom bi se promovirala Republika Hrvatska u određenim zemljama.

Na pitanje koliko je važan utjecaj protokola i diplomacije u promicanju imidža neke zemlje, ovdje je neosporna činjenica da su protokol i diplomacija izuzetno važni za promociju i imidž zemlje, tome u prilog ide i rezultat istraživanja prema kojem zemlje susjedi i zemlje svijeta smatraju da je izuzetno važan, dok zemlje Europe smatraju da je važan.

U svakom slučaju dobra i vješta diplomacija koja je otvorena prema domaćoj i inozemnoj javnosti, koja u izgradnju imidža i promociju svoje zemlje uključuje sve segmente društva (socijalne, ekonomske, političke, gospodarske, kulturne, znanstvene), koja aktivno surađuje sa svim subjektima društvene zajednice koji zajedno s njom rade na izgradnji imidža i koju prati dobro organiziran protokol, u svakom pogledu biti će najbolji promotor svoje zemlje u međunarodnom okruženju.

U Varaždinu, 26. svibnja 2017.

Potpis Studenta/ice
Nadalina Katovčić Vlašić

**IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU**

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, NADALINA KATOVIĆ KVAŠIĆ (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom PROTOKOL I IMIDŽ ZEMLJE (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Nadalina Katović Kvašić

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, NADALINA KATOVIĆ KVAŠIĆ (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom PROTOKOL I IMIDŽ ZEMLJE (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Nadalina Katović Kvašić

(vlastoručni potpis)

10. PRILOG - ANKETNI UPITNIK

Pored svake od sljedećih tvrdnji, **označite opisuje li ona ili ne opisuje imidž RH:**

Pored svake tvrdnje nalazit će se odgovori: opisuje, ne opisuje, ne mogu procijeniti

1) Hrvatska je zemlja:

a) izuzetnih prirodnih ljepota

- opisuje
- ne opisuje
- ne mogu procijeniti

b) bogate kulturne baštine

- opisuje
- ne opisuje
- ne mogu procijeniti

c) ima bogatu i dugačku povijest

- opisuje
- ne opisuje
- ne mogu procijeniti

d) koja je još uvijek previše opterećena povijesnim zbivanjima i domovinskim ratom

- opisuje
- ne opisuje
- ne mogu procijeniti

e) jake ekonomije i visoke tehnologije

- opisuje
- ne opisuje
- ne mogu procijeniti

f) visokog životnog standarda

- opisuje
- ne opisuje
- ne mogu procijeniti

g) koju je teško razumjeti

- opisuje
- ne opisuje
- ne mogu procijeniti

h) u kojoj mladi građani žele i vole živjeti

- opisuje
- ne opisuje
- ne mogu procijeniti

i) koja je konzervativna

- opisuje
- ne opisuje

- ne mogu procijeniti
- j) koja je gurmanska**
 - opisuje
 - ne opisuje
 - ne mogu procijeniti
- k) vizualno prepoznatljiva po svojem vizualnom identitetu**
 - opisuje
 - ne opisuje
 - ne mogu procijeniti
- l) nešto drugo (molim nadopišite što) _____**

2) Hrvatska je zemlja:

- a) koja cijeni i potiče kvalitetno visokoobrazovanje**
 - opisuje
 - ne opisuje
 - ne mogu procijeniti
- b) u kojoj se cijeni sposobnost koja ne mora nužno biti povezana s formalnim obrazovanjem**
 - opisuje
 - ne opisuje
 - ne mogu procijeniti
- c) koja ima dobro razvijen i kvalitetan javni visokoškolski sustav**
 - opisuje
 - ne opisuje
 - ne mogu procijeniti
- d) koja ima dobro razvijen i kvalitetan privatni visokoškolski sustav**
 - opisuje
 - ne opisuje
 - ne mogu procijeniti
- e) u kojoj se cijeni i potiče cjeloživotno učenje**
 - opisuje
 - ne opisuje
 - ne mogu procijeniti
- f) u kojoj bi volio/voljela da moja djeca i/ili prijatelji studiraju**
 - opisuje
 - ne opisuje
 - ne mogu procijeniti
- g) koja mora uložiti veće napore u kvalitetan visokoškolski obrazovni sustav**
 - opisuje
 - ne opisuje
 - ne mogu procijeniti

h) nešto drugo (molim nadopišite što) _____

3) Hrvatska je zemlja:

- a) orijentirana isključivo na mlade i njihove potrebe**
- opisuje
 - ne opisuje
 - ne mogu procijeniti
- b) koja vodi računa o potrebama mladih, ali vodi računa i o potrebama građana drugih starosnih skupina**
- opisuje
 - ne opisuje
 - ne mogu procijeniti
- c) koju bih preporučio/la za život samo mladim građanima**
- opisuje
 - ne opisuje
 - ne mogu procijeniti
- d) koju bih preporučio/la za život samo građanima srednje životne dobi**
- opisuje
 - ne opisuje
 - ne mogu procijeniti
- e) koju bih preporučio/la za život samo građanima starije životne dobi**
- opisuje
 - ne opisuje
 - ne mogu procijeniti
- f) koju bih preporučio/la za život svima, neovisno o starosnoj dobi**
- opisuje
 - ne opisuje
 - ne mogu procijeniti
- g) koju ne bih preporučio/la za život**
- opisuje
 - ne opisuje
 - ne mogu procijeniti
- h) nešto drugo (molim nadopišite što) _____**

Molimo označite **jedan ili više odgovora:**

4) Razmišljajući o RH, želio/željela bih više saznati o:

- a) hrvatskoj kulturi i tradiciji, uključujući tradicionalnu kulturu, glazbu, film, hranu i sl.
- b) hrvatskoj povijesti
- c) prirodnim ljepotama u Hrvatskoj
- d) hrvatskoj znanosti i tehnološkim dostignućima
- e) politici i diplomaciji

- f) ekonomiji
- g) hrvatskim kompanijama i poslovnim mogućnostima
- h) ostalo (molim navedite):
- i) informiran sam dovoljno o svemu, nemam potrebe saznati više

Molimo označite **jedan odgovor**:

5) Jeste li zainteresirani za učenje i usavršavanje hrvatskog jezika?

- a) da
- b) ne

Molimo označite **jedan ili više odgovora**:

6) Za dodatno učenje i usavršavanje hrvatskog jezika zainteresirani ste:

- a) kako biste bolje razumjeli hrvatsku kulturu i životni stil
- b) kako biste se bolje asimilirali u hrvatsko društvo
- c) kako biste lakše komunicirali sa svojim prijateljima u Hrvatskoj
- d) zbog poslovnih razloga
- e) zato što su škole i tečajevi hrvatskog jezika lako dostupni
- f) zato što ljudi u Hrvatskoj u većini slučajeva ne znaju strani jezik
- g) formalni tečajevi hrvatskog jezika teško su dostupni i/ili rijetki
- h) hrvatski jezik znam odlično, nemam potrebe za daljnjim učenjem hrvatskog jezika

Molimo označite **jedan odgovor** koji najbolje odražava Vaš stav:

7) Sveukupni odnos Republike Hrvatske i Vaše zemlje opisali biste kao:

- a) izuzetno prijateljski
- b) većim dijelom prijateljski
- c) prijateljski
- d) većim dijelom neprijateljski
- e) neprijateljski
- f) ne mogu procijeniti

8) Diplomatski odnosi između Republike Hrvatske i Vaše zemlje najviše su pridonijeli:

- a) promociji hrvatskog turizma u Vašoj zemlji i porastom interesa građana Vaše zemlje za upoznavanjem prirodnih ljepota i turističkih posjeta Republici Hrvatskoj
- b) uspješnijem rješavanju zajedničkih političkih pitanja između Republike Hrvatske i Vaše zemlje
- c) jačanju gospodarskih veza i boljoj poslovnoj suradnji između kompanija u Republici Hrvatskoj i Vašoj zemlji

- d) boljoj povezanosti i suradnji akademske i znanstvene zajednice Republike Hrvatske i Vaše zemlje

9) U poslovnom smislu, Hrvatska je:

- a) jako pouzdana zemlja za ulaganja
- b) pretežito pouzdana zemlja za ulaganja
- c) nekad pouzdana, nekad nepouzdana zemlja za ulaganja
- d) pretežito nepouzdana zemlja za ulaganja
- e) jako nepouzdana zemlja za ulaganja
- f) ne mogu procijeniti
- g) nešto drugo (molim nadopišite što) _____

10) Hrvatska je:

- a) zemlja pretežito miroljubivih, prijateljskih i dobronamjernih ljudi
- b) zemlja pretežito pozitivnih ljudi
- c) zemlja pretežito ravnodušnih ljudi koji su hladni u odnosima
- d) zemlja pretežito koristoljubivih ljudi
- e) zemlja pretežito neljubaznih i zlonamjernih ljudi
- f) nešto drugo (molim nadopišite što) _____

11) Hrvatska je međunarodno najprepoznatljivija:

- a) po obali, otocima i plažama
- b) po svojem prepoznatljivom vizualnom identitetu (nacionalna obilježja, crvene kockice i sl.)
- c) po kravati
- d) po Dubrovniku
- e) po međunarodnim znanstvenim postignućima hrvatskih znanstvenika (Nikola Tesla, Ruđer Bošković)
- f) po sportskim dostignućima i reprezentacijama
- g) kao lider u regiji po pitanju ekonomsko-gospodarsko-političkoj razvoja i stabilnosti
- h) po demokraciji
- i) po domovinskom ratu
- j) po nečem drugom (molimo navedite): _____
- k) po ničemu

Pored svakog ponuđenog odgovora, označite u kojoj se mjeri slažete s njim:

Pored svake tvrdnje nalazit će se odgovori: *Uopće se ne slažem* | *Ne slažem se* | *Niti se slažem niti se ne slažem* | *Slažem se* | *U potpunosti se slažem*

12) U okvirima međunarodnih odnosa, koliko je važna uloga RH u sljedećim područjima?

- a) razvoj svjetske ekonomije
 - uopće se ne slažem

- ne slažem se
 - niti se slažem, niti se ne slažem
 - slažem se
 - u potpunosti se slažem
- b) **ekonomski razvoj regije**
- uopće se ne slažem
 - ne slažem se
 - niti se slažem, niti se ne slažem
 - slažem se
 - u potpunosti se slažem
- c) **predvođenje ekonomskog razvoja u regiji**
- uopće se ne slažem
 - ne slažem se
 - niti se slažem, niti se ne slažem
 - slažem se
 - u potpunosti se slažem
- d) **razvoj suradnje u međunarodnim odnosima**
- uopće se ne slažem
 - ne slažem se
 - niti se slažem, niti se ne slažem
 - slažem se
 - u potpunosti se slažem
- e) **razvoj suradnje u regionalnim odnosim**
- uopće se ne slažem
 - ne slažem se
 - niti se slažem, niti se ne slažem
 - slažem se
 - u potpunosti se slažem
- f) **razvoj i njegovanje protokola i diplomatskih odnosa**
- uopće se ne slažem
 - ne slažem se
 - niti se slažem, niti se ne slažem
 - slažem se
 - u potpunosti se slažem
- g) **svjetska sigurnosna politika**
- uopće se ne slažem
 - ne slažem se
 - niti se slažem, niti se ne slažem
 - slažem se
 - u potpunosti se slažem
- h) **regionalna sigurnosna politika**
- uopće se ne slažem
 - ne slažem se

- niti se slažem, niti se ne slažem
 - slažem se
 - u potpunosti se slažem
- i) **predvođenje sigurnosne politike u regiji**
- uopće se ne slažem
 - ne slažem se
 - niti se slažem, niti se ne slažem
 - slažem se
 - u potpunosti se slažem

13) Vezano za međunarodnu izbjegličku krizu:

- a) **uloga RH je iznadprosječna, cijenim i podržavam napore koje RH čini**
- uopće se ne slažem
 - ne slažem se
 - niti se slažem, niti se ne slažem
 - slažem se
 - u potpunosti se slažem
- b) **s obzirom na položaj RH u međunarodnim odnosima, uloga RH je odgovarajuća**
- uopće se ne slažem
 - ne slažem se
 - niti se slažem, niti se ne slažem
 - slažem se
 - u potpunosti se slažem
- c) **uloga RH je nedovoljna, trebalo bi se uložiti više diplomatskih napora za poboljšanje i rješavanje gorućih pitanja**
- uopće se ne slažem
 - ne slažem se
 - niti se slažem, niti se ne slažem
 - slažem se
 - u potpunosti se slažem

Molimo označite **jedan ili više odgovora:**

14) Na koji način građani vaše države dolaze do informacija vezanih za Republiku Hrvatsku?

- a) Televizija
- b) Radio
- c) Novine
- d) web stranice
- e) društvene mreže
- f) blogovi
- g) seminari, simpoziji, predavanja
- h) diplomatski događaji / event

- i) prijatelji / obitelj
- j) časopisi i knjige
- k) filmovi
- l) osobno iskustvo (posjećujem mjesta kako bih saznao informacije iz prve ruke)
- m) ne zanimaju me informacije vezane za RH

Molimo označite **jedan odgovor:**

15) Koliki je značaj protokola i diplomacije u promicanju imidža neke zemlje?

- a) izuzetno je važan
- b) važan je
- c) niti je važan niti je nevažan
- d) nevažan je
- e) u potpunosti je nevažan

POPIS LITERATURE:

1. Berridge, Geoff R. *Diplomacija: teorij i praksa*. Biblioteka Politička misao/Fakultet političkih znanosti, Zagreb, 2004.
2. Jelisić Jasna, *Javna diplomatija: ka europskom glasu u globalnom dijalogu*. Zagreb; Sarajevo: Synopsis, 2012.
3. Lapenda, Stjepan. *Diplomacija: načela i funkcije*. Split: Redak, 2007.
4. Markić Boban, Aleksandra, i Božo Skoko, ur. *Javna diplomatija: imidž nacije i brendiranja: zbornik radova*. Zagreb: Hans-Seidel-Sitiftung: Diplomatska akademija Ministarstva vanjskih i europskih poslova, 2012.
5. Mikolić, Mario. *Diplomatski i poslovni protokol*. Civitas. Zagreb: Barbat, 2002.
6. Skoko, Božo. *Država kao brand: upravljanje nacionalnim identitetom*. Biblioteka Theoria/Matica hrvatska. Zagreb: Matica hrvatska, 2009.
7. Skoko, Božo. *Hrvatska: (identitet, image i promocija)*. Zagreb: Školska knjiga, 2004.
8. Skoko, Božo. *Kakvi su hrvati?: ogledi o hrvatskom identitetu, imidžu i neiskorištenim potencijalima*. Zagreb: Fokus komunikacije, 2016.
9. Stanko Nick. *Diplomacija: metode i tehnike*. Zagreb: Barbat, 1997.
10. Street, John, Marijana Grbeša, i Ivona Mendeš. *Masovni mediji, politika i demokracija*. Biblioteka Politička misao / Fakultet političkih znanosti, Zagreb, sv. 44. Zagreb: Fakultet političkih znanosti, 2003.
11. Vrabec Mojžes, Zrinka. „Javna diplomatija i mediji“. *Medianali 2*, izd. 4(2008):str. 175-198.
12. Vukadinović, Radovan, i Vladimir Ibler. *Politika i diplomatija*. Biblioteka Dvojbe i promišljanja, knj. 2. Zagreb: Otvoreno sveučilište, 1994.
13. Wood, John R., i Jean Serres. *Diplomatski ceremonijal i protokol: osnove, postupci i praksa*. Biblioteka Međunarodni odnosi. Zagreb: Mate, 2004.

POPIS SLIKA

Slika 1: Grafički prikaz modela utjecaja na upotrebu javne diplomacije.....	18
---	----

POPIS TABELA

Tabela 1: <i>Prikaz rezultata istraživanja na prvo pitanje</i> , „Hrvatska je zemlja?“	45
Tabela 2: <i>Prikaz rezultata istraživanja za drugo pitanje</i> , „Hrvatska je zemlja?“	47
Tabela 3: <i>Prikaz rezultata istraživanja na treće pitanje</i> , „Hrvatska je zemlja?“	48
Tabela 4: <i>Prikaz rezultata istraživanja na pitanje</i> , „Razmišljajući o Republici Hrvatskoj želio/željela bih više saznati o :“	49
Tabela 5: <i>Prikaz rezultata istraživanja vezano uz pitanje</i> „ Jeste li zainteresirani za učenje i usavršavanje Hrvatskog jezika ?“	51
Tabela 6: <i>Prikaz rezultata istraživanja na pitanje</i> , „Za dodatno učenje i usavršavanje hrvatskog jezika zainteresirani ste:“	52
Tabela 7: <i>Prikaz rezultata istraživanja na pitanje</i> „ Sveobuhvatni odnos Republike Hrvatske i Vaše zemlje opisali biste kao:“	53
Tabela 8: <i>Prikaz rezultata istraživanja na pitanje</i> „Diplomatski odnosi između Republike Hrvatske i Vaše zemlje najviše su pridonijeli“	54
Tabela 9: <i>Prikaz rezultata istraživanja na pitanje</i> „U poslovnom smislu Hrvatska je:“	55
Tabela 10: <i>Prikaz rezultata istraživanja na pitanje</i> „Hrvatska je:“	57
Tabela 11: <i>Prikaz rezultata istraživanja na pitanje</i> „Hrvatska je međunarodno najprepoznatljivija:“	59
Tabela 12: <i>Prikaz rezultata istraživanja na pitanje</i> „U okvirima međunarodnih odnosa, koliko je važna uloga Republike Hrvatske u sljedećim područjima?“	61
Tabela 13: <i>Prikaz rezultata istraživanja na pitanje</i> „Vezano za međunarodnu izbjegličku krizu uloga Republike Hrvatske je:“	63
Tabela 14: <i>Prikaz rezultata istraživanja na pitanje</i> „Na koji način građani Vaše države dolaze do informacija vezanih za Republiku Hrvatsku?“	63
Tabela 15: <i>Prikaz rezultata istraživanja na pitanje</i> „ Koliki je značaj protokola i diplomacije u pomicanju imidža neke zemlje?“	65

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1: <i>Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „Razmišljajući o Republici Hrvatskoj želio/željela bih više saznati o“</i>	50
Grafikon 2: <i>Prikaz rezultata istraživanja vezano uz pitanje „ Jeste li zainteresirani za učenje i usavršavanje Hrvatskog jezika ?“</i>	51
Grafikon 3: <i>Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „ Sveobuhvatni odnos Republike Hrvatske i Vaše zemlje opisali biste kao:“</i>	54
Grafikon 4: <i>Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „U poslovnom smislu Hrvatska je:“</i>	56
Grafikon 5: <i>Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „Hrvatska je:“</i>	58
Grafikon 6: <i>Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „Na koji način građani Vaše države dolaze do informacija vezanih za Republiku Hrvatsku?“</i>	64
Grafikon 7: <i>Prikaz rezultata istraživanja na pitanje „ Koliki je značaj protokola i diplomacije u pomicanju imidža neke zemlje?“</i>	66