

Etnografija ženskog rada u turizmu Istre

Brandeis, Denis

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:350525>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-06**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije
Diplomski sveučilišni studij Kultura i turizam

DENIS BRANDEIS

ETNOGRAFIJA ŽENSKOG RADA U TURIZMU ISTRE

Diplomski rad

Pula, studeni 2020. godine.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije
Diplomski sveučilišni studij Kultura i turizam

DENIS BRANDEIS

ETNOGRAFIJA ŽENSKOG RADA U TURIZMU ISTRE

Diplomski rad

JMBAG: 0303031149 redoviti student

Studijski smjer: Kultura i turizam

Predmet: Etnografija industrije

Znanstveno područje: Humanističke znanosti

Znanstveno polje: Etnologija i antropologija

Znanstvena grana: Etnologija

Mentor: izv. prof. dr. sc. Andrea Matošević

Pula, studeni 2020. godine.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. POVIJEST TURIZMA U ISTRI	4
2.1. Doba Carevine Austrije i Austro-Ugarske Monarhije	4
2.2. Istra kao dio Kraljevine Italije.....	5
2.3. Istra u doba Federativne Narodne Republike Jugoslavije i Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije.....	6
2.4. Turizam u razdoblju od 1991. do danas	11
3. O TURIZMU	13
3.1. Definirati turizam?	13
3.2. Konture i učinci turizma	18
3.3. Postmoderni turizam i postmoderni turisti/turistkinje	23
3.4. Statističke brojke turizma s osvrtom na rodnu strukturu radništva.....	25
4. ŽENSKO ISKUSTVO RADA U TURIZMU	30
4.1. Obilježja i rodna dimenzija poslova u turizmu.....	30
4.2. Žensko iskustvo rada u turizmu Istre	37
4.2.1. Poslovi u turizmu i radno mjesto	38
4.2.2. Motivacija za rad u turizmu i motivacija na poslu	40
4.2.3. Stručnost u turizmu?	43
4.2.4. Ugovor i plaća	45
4.2.4.1. Radno vrijeme.....	52
4.2.4.2. Sindikalna organiziranost.....	53
4.2.5. Turizam kao ženska industrija.....	55
4.2.5.2. Uvjeti rada i mjesečnica	55
4.2.5.3. Konstrukt radnice u turizmu	57
4.2.6. Emocionalni rad u turizmu.....	59
4.2.6.1. Tourist (male) gaze	64

5. ZAKLJUČAK	68
POPIS LITERATURE	70
POPIS PRILOGA	80
SAŽETAK.....	81
SUMMARY	82

1. UVOD

Ideja o pisanju diplomskog rada na temu ženskog radništva u turizmu, godinama se „kotrljala“ i modelirala u mojim mislima. Iskra interesa pojavila se usporedno sa zapošljavanjem u turizmu još prije početka studiranja, a u godinama koje su uslijedile propitkivana je i analizirana iz različitih kutova. Bivajući i sam dio radništva u toj gospodarskoj grani, imao sam priliku svjedočiti odnosima, načinima funkcioniranja i obrascima rada u turizmu. Iskustvom rada u različitim turističkim djelatnostima uočeni su obrasci rada koji se kao determinante patrijarhalnog društva i kapitalizma drugačije reflektiraju i utječu na žensko radništvo. Moglo bi se reći kako je sudioničko promatranje krenulo i prije same izrade diplomskog rada vezanog uz etnologiju ženskog radništva u turizmu. Kroz razgovor i razmjenu impresija o poslu, uočio sam, a i potvrdio si, kako se žensko iskustvo rada u turizmu zaista u određenoj mjeri razlikuje od muškog iskustva. Dakako, treba istaknuti kako su na poslovima koje sam radio, a radi se o hijerarhijski niskim poslovima u ugostiteljstvu i hotelijerstvu, uglavnom bile zaposlene žene.

Studirajući Kulturu i turizam, u nekoliko navrata susreo sam se s izjavom: „Turizam osnažuje žene“. Navedena izjava potaknula bi niz pitanja, jer iz mojeg iskustva, kolegice s kojima sam radio nisu izgledale „osnaženo“, čak štoviše, djelovale su „oslabljeno“ i dovedeno u ovisnički položaj. Čitajući različitu stručnu literaturu tijekom studiranja, a među ostalim i feminističku, te polagano razumijevajući da su „kapitalistička društva vrela rodne opresije“ i shvaćajući kako klasa u kapitalističkom društvu nije fokusirana prvenstveno na odnose koji direktno eksploatiraju rad, „već obuhvaća i one koji taj rad proizvode i obnavljaju“¹ nametnuo se dugo propitivani zaključak kako je žensko radništvo u turizmu izloženo dvostrukoj opresiji – patrijarhata i kapitalizma. Taj trenutak shvaćanja bio je polazišna točka za odluku o temeljitijem istraživanju ženskog rada u turizmu kroz diplomski rad.

Obzirom da sam mišljenja kako potpunom razumijevanju ženskog iskustva rada u turizmu ponajprije i isključivo mogu doprinijeti svjedočanstva samih radnica u turizmu, odluka o etnografskom istraživanju bila je neminovna. Nalazeći se po prvi puta u ulozi etnologa koji svjedočanstva i iskustva kazivačica analizira, interpretira,

¹ Arruzza, C., et al. (2019.): Feminizam za 99%, Multimedijalni institut, Institut za političku ekologiju, Udruga Bijeli val, Centar za ženske studije, Zagreb, str. 27.

kontekstualizira i pretvara u znanstveni tekst bilo je za mene dugotrajno, zahtjevno, pomalo frustrirajuće, ali nadasve obogaćujuće iskustvo. Etnologija i kulturna antropologija znanost je sazdana na iskustvu i interakciji, polazeći od gledišta da postoje raznovrsne interpretacije svakodnevice i stvarnosti te odbacuje vrijednosnu neutralnost stvaratelja znanja. Usto je i reflektivna znanost, jer znanje poima kao dio individualnog iskustva interpretacije zbilje.² Etnografija kao „način na koji razumijemo svijet“ odnosi se na konstataciju kako etnolozi/etnologinje i kulturni/e antropolozi/antropologinje, osim što opisuju svijet, zajednicu ili kulturu koju proučavaju nastoje razumjeti i interpretirati proučavano“.³

Predmet istraživanja diplomskog rada je etnologija ženskog rada u turizmu Istre. Turizam se može promatrati kao kompleksno sociokulturno iskustvo koje se ne može u potpunosti razumjeti, osim u odnosu s ostalim dijelovima društva poput obitelji, klasne strukture, ideoloških konstrukcija, fizičkog okruženja i najvažnije „semiotike kapitalističke produkcije“ i „političke ekonomije znakova“⁴ što se u ovom radu promatra i analizira kroz svjedočanstva radnica u turizmu. Istra kao vodeća turistička regija u Hrvatskoj iz godine u godinu obara rekorde u posjećenosti turista/turistkinja što neminovno zahtijeva zapošljavanje velikog broja radnika/radnica koji će istim tim turistima/turistkinjama isporučiti adekvatnu, jedinstvenu i naprosto besprijekornu uslugu. Svako, pa i najmanje mjesto, u Istri izloženo je turističkim kretanjima i zagledavanjima. Govoreći iz konteksta osobe koja živi u Istri, ako sada zastanete i na trenutak promislite, shvatit ćete, ako i sami niste dio, kako zasigurno blisko poznajete nekoliko osoba čiji je rad vezan uz turizam.

Obzirom da živim u Puli, gdje je tijekom sezone svaka osoba izložena „čudu“ turizma, može se reći kako je ulazak na teren bio vrlo jednostavan, jer su pronalazak i uspostavljanje kontakta i odnosa s kazivačicama, u Puli i Istri, bili vrlo uspješni. Svaka od osam kazivačica, čija svjedočanstva su korištena u diplomskom radu, radila je na različitim poslovima, posredno ili neposredno vezanim uz turizam i u posrednom ili neposrednom kontaktu s turistima/turistkinjama. Kazivačice su radile za različite poslodavce i u različitim mjestima u Istri. Pri analizi i kontekstualiziranju

² Potkonjak, S. (2014.): *Teren za etnologe početnike*, Hrvatsko etnološko društvo, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Odsjek za etnologiju i kulturnu antropologiju, Zagreb, str. 4.

³ Isto, str. 14-15.

⁴ Watson, I., G., i Kopachevsky, P., J., (1994.): *Interpretations of Tourism as Commodity*, u *Annals of Tourism Research* (Vol. 21, No. 3), Elsevier, New York, str. 643.

iskaza te svjedočanstva kazivačica uočena je iznimno velika podudarnost u iskustvima što svakako govori o vjerodostojnosti i istinitosti iskaza. Nadalje, iskazi su se u velikoj mjeri poklapali s teorijskom podlogom što također govori i o univerzalnosti, u ovom slučaju ženskog iskustva rada u turizmu. I usprkos tome što ja kao etnolog (početnik) bilježim žensko iskustvo rada, kazivačice su bile iznimno otvorene i razgovorljive te nesputane u govoru o svojim iskustvima.

U dvogodišnjem (od lipnja 2018. do rujna 2020.) radu na temi bilo je nužno konzultirati čitav niz literature vezane uz turizam - od feminističke, antropološke, povijesne do sociološke i ekonomske literature. Pri istraživanju je korištena metoda polustrukturiranog intervjua kao i metoda retrodukcije koja se temelji na kombinaciji indukcije i dedukcije. Fokus rada je na prikazu ženskog iskustva rada na poslovima u turizmu kao i na analizi uloge turizma u zapošljavanju ženske radne snage. Cilj je analizirati, prikazati i interpretirati utjecaj dominantnih rodnih konstrukcija na poslove u turizmu te pokušati demonstrirati na koji se način reflektiraju na radnice. Osim toga, cilj je propitati pozicije žena u hijerarhiji poslova u turizmu i što je tome uzrok. Polazeći od spomenutog, dolazi se do glavnih hipoteza rada:

- U zapošljavanju u turizmu postoje rodne razlike.
- Glavnina ženske radne snage u turizmu radi na poslovima koji su produžetak neplaćenih poslova u kućanstvu determiniranih patrijarhalnom podjelom rodnih uloga.
- Turizam egzistira na prekarnom radu eksploatirajući radništvo, što se posebno negativno odražava na žene kroz intenzitet i obujam manualnog te emocionalnog rada.

Diplomski rad strukturiran je u pet poglavlja. Prvo, odnosno uvodno poglavlje, govori o motivaciji za pisanje rada na odabranu temu, metodologiji i načinu rada. Drugo poglavlje posvećeno je povijesnom razvoju turizma u Istri s osvrtom na današnje stanje. O turizmu kao fenomenu, sveopćoj pojavnosti i industriji govori se u trećem poglavlju. U potonje je također uključena analiza statističkih podataka o radništvu u turizmu. Rodni aspekt i žensko iskustvo rada temeljeno na osam polustrukturiranih dubinskih intervjua sa zaposlenicima u različitim turističkim segmentima, prikazano je u četvrtom poglavlju. Posljednje poglavlje ili zaključak posvećeno je zaključnim opservacijama kao i odbacivanju ili prihvaćanju hipoteze postavljene u uvodu.

2. POVIJEST TURIZMA U ISTRI

Otprilike istovremeno dok je otac paket aranžmana i putovanja uopće Thomas Cook 1840-ih razmišljao i sprovodio u djelo organizirane izlete za dokone Engleze koje je trebalo poučiti kako se oduprijeti pošasti zvanj alkohol i ispuniti svoje vrijeme „čavrljajući“ o vrlo novom svijetu na drugom kraju Europe, Austrijanci su odlučili sagraditi pomorsku ratnu luku u pohanom gradu Puli te zimsku odmorišnu rezidenciju za aristokraciju na obali mora prozvanu „zimski Beč“, (ne)svjesno postavljajući temelj svekolikom gospodarskom, kulturnom i društvenom razvoju buduće vodeće hrvatske turističke regije – Istre.

2.1. Doba Carevine Austrije i Austro-Ugarske Monarhije

Godine 1850. Pula je imala 1 104 stanovnika, dok je 1910. imala već 42 067 (uz 16 014 vojnih osoba) stanovnika što ilustrativno govori o naglom procvatu grada.⁵ U grad su doseljavali različiti obrtnici iz svih dijelova Monarhije, ali i nekvalificirano radno stanovništvo sa sela koje je dopunjavalo nedostatak radne snage u gradovima. Godine 1876. Pula se povezala s ostatkom Europe prugom Divača - Pula⁶, a od osnivanja 1838. Austrijski Lloyd (Društvo za pomorsku plovidbu) u lukama na zapadnoj obali Istre (Piran, Umag, Novigrad, Poreč, Rovinj, Fažana, Pula) održavalo je lokalne putničke linije od Trsta do Rijeke.⁷ Godine 1911. u promet je puštena izravna željeznička linija Beč - Pula čime Istra postaje još bliža putnicima namjernicima. Već 1828. godine Lloydovim parobrodom upriličen je izlet iz Trsta u Pulu.⁸

Izgradnja smještajnih objekata za zimski i ljetni odmor monarhijske aristokracije započela je 1882. godine kada Društvo južnih željeznica iz Beča otkupljuje Villu Angiolinu i okolno zemljište te je pretvara u vilu za odmor. Usprkos razvoju turističkih sadržaja i infrastrukture u drugim istarskim gradovima, Prilog 1. zorno prikazuje kako je glavnina turističkog prometa kao i posjeta otpadala na Opatiju („zimski Beč“).

⁵ Dukovski, D., (2001.): *Povijest Pule*, Istarski ogranak DHK, Pula, str. 117.

⁶ Krizmanić, A., (2005.): *Prostorni razvitak austrijske Pule*, u Pula, tri tisućljeća mita i stvarnosti, Histria Croatica (C.A.S.H), Pula str. 150.

⁷ <http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=132> (pristup: 20.05.2020.)

⁸ Dukovski, D., (2001.), str. 128.

Također, prilog potvrđuje kako je austrijska vladavina etablirala Istru kao destinaciju i ùtrla put daljnjem razvoju turizma u Istri.

Područje	Broj turist. mjesta	Broj ugostiteljskih objekata	Broj turist. kreveta	Ukupan broj turista	Boravak duži od 14 dana	Udjel Opatije u turist. dolascima
Istra	19	343	12 822	114 162	49 836 (44%)	54 696 (48%)

Prilog 1. Smještajni kapaciteti i turistički promet 1912. u Istri

(Izvor: <http://istra.lzmk.hr>)

Unatoč posvemašnjem gospodarskom razvoju i rastu zaposlenosti, cijena satnice za radnike je i dalje bila vrlo niska, a usto nisu posjedovali zemlju na selu za obradu te proizvodnju hrane što je rezultiralo manjkom sredstava za život i nepovoljnom materijalnom situacijom. Kako bi doprinijele boljitku egzistencijalnog stanja u obitelji žene se uključuju na tržište rada, obično kao jeftina nekvalificirana radna snaga na poslovima sluškinja, pralja, radnica u tvornici duhana, tekstila i ribljih konzervi. Nezaposlenost i životna nesigurnost kao posljedice ekonomskih i gospodarskih kriza manifestirale su se posebno negativno na žensko radništvo zaposleno u hotelijerstvu, graditeljstvu i prehrambenoj industriji.⁹

2.2. Istra kao dio Kraljevine Italije

Prvi svjetski rat kao i španjolska gripa 1918. pokosili su stanovništvo Istre, a k tome uslijedio je razdoblje fašističke vladavine Italije od 1918. do 1943. godine čime su zaustavljeni procesi modernizacije i daljnjeg gospodarskog razvitka.¹⁰ Propadanje gospodarstva vodilo je u nezaposlenost, a time i iseljavanja stanovništva iz Istre.¹¹

⁹ Dukovski, D., (2001.), str. 134-135.

¹⁰ Isto, str. 158.

¹¹ <http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=2809> (pristup: 21.05.2020.).

2.3. Istra u doba Federativne Narodne Republike Jugoslavije i Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije

Po potpisivanju Mirovnog ugovora u Parizu 1947. godine Istra uzlazi u sastav socijalističke Jugoslavije, a time započinje i nova era istarskog turizma. U godinama nakon Drugog svjetskog rata pažnja se usmjerava na obnovu i razvitak što je uključivalo i oporavak stanovništva u radničkim odmaralištima, odnosno poticanje domaćeg turizma.¹² Tijekom 1950-ih osnivaju se turistička poduzeća i ugostiteljske komore kao i turističke zajednice. Također, grade se smještajni kapaciteti, razvija se komunalna infrastruktura i potiče obrazovanje budućih zaposlenika/ica u turizmu. Obzirom na trend rasta turističkih ekonomskih pokazatelja, postupno se javlja potreba za sve većim brojem radnika/radnica što doprinosi promjenama u načinu života i privređivanja u gradu, ali i na selu.¹³ Važno je napomenuti kako je velik broj radnika/ica u turizmu sezonski posao odrađivao uz svoj stalni posao što svakako implicitno govori o motivaciji, ali i (ne)stručnosti radnika/radnica. Ipak, s druge strane, na inicijativu istarskog književnika i ekonomista Mije Mirkovića 1962. otvara se prvi sveučilišni studij turizma na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu i to postdiplomskom studiju pod nazivom Ekonomika turizma.¹⁴

Istra se orijentira na masovni turizam temeljen na 4 S (sea-sand-sun-sex)¹⁵, osim Brijuna koji postaju rezidencija Josipa Broza Tita te 1983. odlukom hrvatskog Sabora postaju nacionalni park, a u godini nakon otvaraju vrata masovnom turizmu.¹⁶ Obzirom na najveći turistički potencijal Hrvatske, tadašnje jugoslavenske republike, u Zagrebu se osniva specijalizirana institucija za istraživanje turizma – Biro za turističko-ugostiteljsku izgradnju koji će za tri desetljeća postati Institut za turizam.¹⁷

¹² Andrić, N., 1982: *Turizam Istre i Kvarnera u međunarodnom turizmu Jugoslavije*, u Zbornik radova desetog znanstvenog skupa "Susreti na dragom kamenu", Fakultet za vanjsku trgovinu Zagreb, Viša ekonomska škola "Dr Mijo Mirković" Pula, str. 269.

¹³ Dukovski, D., (2001.), str. 264

¹⁴ Bilandžić, D., (1999.): *Hrvatska moderna povijest*, Golden marketing – tehnička knjiga, Zagreb, str. 151.

¹⁵ Dujmović, M., (2014.): *Kultura turizma*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za ekonomiju i turizam „Dr. Mijo Mirković“, Odsjek za interdisciplinarne studije, Pula, str. 28.

¹⁶ Blažević, I., (1993.): *Paul Kupelwieser - promotor brijunskog turizma*, u Godišnjak hotelijerskog fakulteta u Opatiji, (Vol. 1, No. 1), Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski Fakultet Opatija, Opatija, str. 273-277.

¹⁷ Čorak, S. (ur.) (2015.): *55 godina Instituta za turizam*, Institut za turizam, Zagreb, str. 80.

Pula kao industrijski i vojni grad turistički se počinje razvijati u 1960-im godinama, a već na kraju 1960-ih i početkom 1970-ih, turizam i ugostiteljstvo bitno utječu na gospodarski rast. Veću stopu rasta prihoda i dohotka na kraju 1960-ih osim Pule imali su još gradovi Poreč, Novigrad i Umag što je uvelike posljedica razvoja turizma, poljodjelstva i brodogradnje.¹⁸ Osnivanje hotelijersko-turističkih tvrtki kao što su Riviera holding i Plava laguna u Poreču, Istraturist Umag, Anita Vrsar, Jadranturist Rovinj, Arenaturist Pula, Rabac ugostiteljstvo i turizam d. d. i Riviera hoteli Opatija kao i izgradnja brojnih marina utjecalo je na turistički uzlet i pozicioniranje Istre kao najrazvijenije turističke regije u SR Hrvatskoj. O dinamici razvoja turizma u Istri govori i činjenica da je sjedište turizma iz Opatije premješteno u Poreč, gdje se na širem području grada 1988. godine nalazila otprilike jedna trećina smještajnih kapaciteta te ostvarivala trećina noćenja u Istri.¹⁹ Godine 1971. Pula bilježi najveći uzlet turizma te postaje primjer paralelnog razvoja turizma i industrije.²⁰

U jeku gospodarskog zamaha u poslijeratnoj Europi, Jugoslavija 1963. ukida vize za stanovnike država s kojima je imala diplomatske odnose što je potaknulo eksponencijalni rast inozemnog turizma²¹ poglavito s emitivnih tržišta koja gravitiraju sjevernom Jadranu.²² Nadalje, 1967. godine prometovati počinje i Zračna luka Pula što je bio još jedan poticaj pružateljima turističkih usluga u Istri na proširenje kapaciteta i razine ponude.²³

U razdoblju od 1965. do 1975. izgradilo se gotovo 70 % kapaciteta kojima je Hrvatska raspolagala 1990. godine. Valja napomenuti kako rast ukupnog organiziranog turističkog prometa nisu omele opasnosti za turizam kao epidemija boginja 1972. godine, niti energetska kriza 1976. godine, a niti potres u Crnogorskom primorju koji je potresao Dubrovnik 1979. godine.²⁴

Zaposlenost oba člana obitelji i gospodarski rast povoljno su utjecali na kućni budžet i stvaranje viška sredstava koja su se trošila na električne aparate (za uštedu

¹⁸ Dukovski D., (2011.), str. 262

¹⁹ <http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=2809> (pristup: 21.5.2020.)

²⁰ Vojnović, N., (2002.): *Model geografskog istraživanja odnosa turizma i industrije na primjeru Pule*, u *Geoadria*, (Vol. 7, No. 1), Hrvatsko geografsko društvo i Odjel za geografiju Sveučilišta u Zadru, Zadar, str. 122.

²¹ Žagar, I., (2014.): „A u mjestu samo jedna gostionica, neugledna i vlažna i – ništa više“: *O razvoju putu turizma i participaciji u gospodarstvu pojedinih mjesta Puljštine od 1960-ih do 1980-ih*, u *Časopis za suvremenu povijest* (Vol. 6, No. 3), Hrvatski institut za povijest, Zagreb, str. 497.

²² <http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=2809> (pristup: 21.05.2020.)

²³ Žagar, I. (2014.), str. 497.

²⁴ Isto, str. 156-157

vremena ili zabavu), opremanje doma ili za izgradnju sekundarne rezidencije, odnosno vikendice. Prema Zoranu Klariću broj sekundarnih rezidencija narastao je s 42 997 jedinica, 1971. godine na 216 204 jedinica u 1981. što je peterostruki porast. Utvrđeno je kako su sekundarne rezidencije uglavnom koncentrirane na obali Jadranskog mora i u bližoj okolici velikih gradova. Na obali je povećana koncentracija sekundarnih rezidencija zabilježena na zapadnoj obali Istre sa Slovenskim primorjem, potom na Vinodolskoj rivijeri, južnom dijelu podvelebitskog primorja, duž dalmatinske obale od Nina do Trogira, na Makarskoj rivijeri te na cijeloj crnogorskoj obali. Što se tiče otoka, najviše kuća za odmor ima na Krku, Lošinju, Pagu, Murteru i Šolti te na zapadnim dijelovima Brača, Hvara i Korčule.²⁵

Ekspanziji potrošačkog mentaliteta, a potom i „vikend – pokreta“ svakako doprinosi i popularni tisak objavom časopisa poput onih izdavačke kuće Vjesnik – Svijet, Arena, Studio, Vikend i Start.²⁶ Također, Osnovnim zakonom o radnim odnosima iz 1965. i kasnijim dopunama i izmjenama radni tjedan sveden je na 42 sata u pet radnih dana, čime je vikend postao slobodno vrijeme za dokolicu i odmor.²⁷ Na vikend se putovalo vlakom ili autobusom, a pojava automobila svakako je doprinijela kvalitetnom iskorištavanju vikenda za odmor i razonodu. Ipak, nisu svi članovi/ce obitelji imali vremena za dokoličarenje i uživanje u slobodnom vremenu. Tako su žene u časopisu Vikend²⁸ navodile kako nakon radnog vremena obavljaju kućanske poslove, brinu o obitelji i starijim članovima obitelji, tako da krilatica „Ja od jutra nisam stala“²⁹, a koja, među ostalim, govori o neplaćenom kućnom radu, dobiva puni smisao. Časopis Vikend objavljuje ispovijesti radnica kao: „Vremena za sebe gotovo i nemam. Službenik sam, majka, supruga i kćerka koja njeguje bolesne roditelje. Nedjeljom ipak 'ukradem' vremena da se odmorim u prirodi“ ili „Jedini slobodni dan mi je nedjelja. Tada ne kuham kod kuće, ostavljam sve poslove i odlazim na izlet. Ako nemam druge ideje, zabavi me i posjet rođacima, kojih imam mnogo, osobito u Hrvatskom Zagorju. Odmaram se uz novine, dobru knjigu, dobar film ili u dobrom

²⁵ Klarić, Z., (1989.): *Sekundarne rezidencije u Jugoslaviji – prostorni raspored i utjecaj na okolinu*, u Geografski glasnik (Vol. 51, No. 1), Institut za turizam, Zagreb, str. 75-76.

²⁶ Duda, I. (2005.): *U potrazi za blagostanjem*, Srednja Europa, Zagreb, str. 5.

²⁷ Duda, I. (2002.): *I vlakom na vikend. Prilog socijalnoj i kulturnoj povijesti slobodnoga vremena u Hrvatskoj krajem 1960-ih*, u Časopis za suvremenu povijest (Vol. 34, No. 3), Hrvatski institut za povijest, Zagreb, str. 664.

²⁸ Duda, I. (2005.), str. 98.

²⁹ <https://www.libela.org/vijesti/7438-ja-od-jutra-nisam-stala/> (pristup: 05.06.2020.)

društvu.³⁰ U potonjim svjedočanstvima indikativno je kako žene pronalaze tek trenutke za odmor nakon svih obavljenih plaćenih i neplaćenih poslova.³¹

Političko vodstvo Jugoslavije shvaćalo je kako provođenje slobodnog vremena nije stvar pojedinca, već društveno pitanje, jer ako pojedinac kvalitetno provodi slobodno vrijeme, odnosno odmara se, moći će više doprinosti društvu. Tako izjave u radničkim i sindikalnim glasilima kao: „samo od odmorenog čovjeka može biti koristi“ apsolutno nisu bile rijetkost, jer odmor tj. slobodno vrijeme mora biti primjereno i korisno iskorišteno na smišljen i organiziran način.³² Iznimna važnost turizma za Jugoslaviju reflektirala se i u govoru državnika Tita: „Turizam i ugostiteljstvo predstavljaju za našu ekonomiku vrlo važnu granu, ne zbog priljeva deviznih sredstava, nego zato što znače neophodnu potrebu pružanja turističko-ugostiteljskih usluga našim građanima“.³³ Dakako i priljev deviznih sredstava je bio iznimno bitan, jer je doprinio balansu jugoslavenske ekonomije.³⁴

O uspješnosti turizma u Jugoslaviji govori i odnos prema radništvu u turizmu i ugostiteljstvu. Tako primjerice u „istarskom Hiltonu“ odnosno hotelu Adriatic u Umagu, direktor Milan Svorcan navodi sljedeće: „Kod nas nema radnog vremena.“ I nastavlja: „Mi smo ovdje radi gostiju.“ Što samo može upućivati na radne obveze zaposlenih u hotelu. Za rad u hotelu visoke kategorije zaposlenici su bili 40 % više plaćeni od nacionalnog prosjeka u turizmu.³⁵ Usprkos naučenoj turističkoj mantri kako je gost uvijek u pravu, očito se osoblje ponekad odlučilo oglušiti. Tako se jedan gost hotela Adriatic u Opatiji žalio na rad konobara i sobarica, dok je gošća iz Švicarske konstatirala kako su „Jugoslaveni zaista simpatični i gostoljubivi“ no „kad obuku konobarsku bluzu, odnosno kad su na nekoj dužnosti, daju utisak čovjeka na prisilnom radu“.³⁶ Godine 1982. jugoslavenska gostoljubivost loše je ocijenjena i u međunarodnom kontekstu pa se tako Jugoslavija našla na 20. mjestu od 23 ocjenjivane zemlje. U partijskom vrhu također je osviješten problem gostoljubivosti domaćih turističkih radnika pa je tako na Saveznoj konferenciji SSRNJ

³⁰ Duda, I., (2005.), str. 98.

³¹ Više o temi: Tomić-Koludrović et al. (2018.): *Rodni stavovi i prakse u Hrvatskoj. Izvještaj o kvantitativnim rezultatima projekta GENMOD*, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, str. 94-109.

³² Duda, I., (2010.): *Pronađeno blagostanje*, Srednja Europa, Zagreb, str. 297-298

³³ Isto, str. 291-386

³⁴ Više o temi: Antunac, I., (2002.): *Mit o deviznoj potrošnji inozemnih turista*, u *Ekonomski pregled* (Vol. 53, No. 3-4), Hrvatsko društvo ekonomista, Zagreb, str. 234-235.

³⁵ Duda, I., (2010.), , str. 308.

³⁶ Isto, str. 313-314.

(Socijalističkog saveza radnog naroda Jugoslavije) 1983. godine u uvodnom izlaganju predsjednik Turističkog saveza Jugoslavije, Miodrag Mirković natuknuo: „Tradicionalna gostoljubivost je etnološka osobina naših ljudi. U profesionalnoj obvezi usluživanja neopravdano je malo prisutna“.³⁷

Masovnost turizma ogledala se i u promjeni mentaliteta lokalnog stanovništva koje je ubrzo shvatilo kako na jednostavan način u kratkom vremenu može doći do toliko željenih deviza. Tako Veselko Tenžera 1975. godine u piše časopisu Start kako nekadašnji ribari sada pecaju turiste za svoje sobe, a novonastali mentalitet opisuje kao „spoj megalomanije i primitivizma, mita o lakoj zaradi i mediteranske fjake“³⁸ što je očito značilo da je tip turizma „zimmer frei“ na kartonskim pločama uz prometnice zaživio u punom jeku. Predstavnici turističkih zajednica prigovarali su kako država ne ulaže novac u izgradnju mjesta koja se turistički eksploatiraju u dva, tri mjeseca sezone te kako stanovnici ulažu značajna sredstva u privatni smještaj „ne radi sebe, već radi gostiju i ako gosti ne dođu to je mrtvi kapital“. Dodatna zarada kroz iznajmljivanje soba turistima omogućavala je domaćinima lagodniji život tijekom godine, ali bez napuštanja stalnog posla što je dovelo i do zabrane bavljenja kućnom turističkom radinošću za osobe na rukovodećim pozicijama od strane Rapskog Općinskog komiteta SKH.³⁹

Sve do kraja 1980-ih godina turizam je zbog bogaćenja pojedinaca i privatnog sektora na osnovu doprinosa ili rada zajednice i društvenog sektora bio promatran kao kapitalistički produkt koji stanovništvo odvodi u bespoštedni konzumerizam. Tako je direktor Instituta za turizam u Zagrebu Miroslav Dragičević među ostalim konstatirao kako postoje predrasude o turizmu kao: „gnjilom tercijaru, odnosno o „konobarskoj ekonomiji“, što je u osnovi pritajene, ali ponekad i javno iskazane nevjerice da turizam ne može biti nikakav relevantan oslonac u privredi zemlje i nikakav faktor od dugoročnog ekonomskog interesa“.⁴⁰

Statistički podaci najbolje oslikavaju stanje razvoja turističke industrije u Jugoslaviji: od poratnih milijun noćenja jugoslavenskih turista do 11,5 milijuna 1970. godine pa

³⁷ Isto, str. 314.

³⁸ Isto, str. 318.

³⁹ Isto, str. 319.

⁴⁰ Duda, I., (2010.), str. 320.

sve do 26,7 milijuna rekordne 1986. godine kada je ukupno ostvareno 68,2 milijuna noćenja (39 % domaći i 61 % strani turisti).⁴¹

Želja za devizama i lagodnijim životom nadilazila je sve kritike bilo struke, bilo turista ili samih turističkih djelatnika, jer u konačnici bilo je bitno u kratkom roku sezone zaraditi što više deviza čime je nesvjesno konzumeristička mašinerija u obliku turizma oblikovala svijest stanovnika Jugoslavije, poglavito onih u primorskim dijelovima.

2.4. Turizam u razdoblju od 1991. do danas

Ratnim zbivanjima od 1991. do 1995. razvoj turizma u Hrvatskoj je zaustavljen, a potrošnja, broj noćenja i dolazaka te investicije naglo padaju. Paralelno s ratnim zbivanjima odvijao se proces tranzicije poduzeća u privatno vlasništvo pa tako i turističkih poduzeća. Krovna nacionalna turistička organizacija Hrvatska turistička zajednica osniva se 1992. godine s ciljem „stvaranja i promicanja identiteta i ugleda hrvatskog turizma, planiranja i provedbe zajedničke strategije i koncepcije njegove promocije, predlaganja i izvedbe promidžbenih aktivnosti u zemlji i inozemstvu od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu, te podizanja razine kvalitete cjelokupne turističke ponude Hrvatske“.⁴² Dvije godine kasnije, 1994., osniva se Turistička zajednica Istarske županije, a potom slijedi i osnivanje lokalnih (mjesnih) turističkih zajednica.⁴³

Obzirom da je turizam, uz brodogradnju, prepoznat kao glavna komparativna prednost Hrvatske, već krajem 1990-ih, a poglavito početkom 2000-ih, pristupilo se temeljitoj analizi budućnosti razvoja turizma u Hrvatskoj.⁴⁴ Potonjem u prilog govori i definiranje te izdavanje strateških dokumenata kao „Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2010. godine“⁴⁵ 2003. godine, „Strateški marketing plan turizma Hrvatske

⁴¹ Isto, str. 292.

⁴² <https://htz.hr/hr-HR/opce-informacije/o-nama> (pristup: 10.6.2020.)

⁴³ <https://www.istra.hr/hr/o-nama> (pristup: 10.06.2020.)

⁴⁴ Lončar, J., (2004.): *Financijska obilježja hrvatskog hotelijerstva tijekom privatizacije*, u Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci: časopis za ekonomsku teoriju i praksu (Vol. 22, No. 1.), Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka, str. 89.

⁴⁵ Više o temi: Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2010. godine, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske. (Dostupno na: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//Strategija%20hrvatskog%20turizma%20-%20finalna%20verzija.pdf>), (pristup 15.07.2020.)

2001.-2005.“, „Reklasiranje hotelskog sektora u Hrvatskoj 2001.-2002.“ i drugih. Na razini Istre strateško usmjerenje turizma definira se dokumentom „Master plan razvoja Istre 2002.-2010.“ u kojem se, shodno globalnom trendu specijaliziranih i individualiziranih putovanja i turista, definiraju *clusteri*, odnosno subpodručja ili mikrodestinacije koji predstavljaju „dinamičnu koncentraciju i kombinaciju turističkih atrakcija, infrastrukture, opreme, usluge, poslova ljudi i drugog u zatvorenim zemljopisnim područjima u kojima se razvija određeno turističko iskustvo“.⁴⁶

Istra se u novijoj hrvatskoj povijesti profilirala kao vodeća turistička regija koja nosi gotovo trećinu⁴⁷ ukupnih dolazaka turista te oko četvrtine⁴⁸ noćenja u Hrvatskoj. Istarske destinacije kao što su Rovinj, Poreč, Medulin, Umag, Tar-Vabriga i Funtana iz godine u godinu bivaju među destinacijama s najvećim brojem noćenja i dolazaka u Hrvatskoj.⁴⁹

Turizam u Istri oduvijek je bio jedna od glavnih gospodarskih grana. Ipak, pri planiranju budućeg razvoja turizma treba se prisjetiti, a vjerojatno i dubinski analizirati naputke švicarskog općinskog društva *Pro Erschmatt*, koje spominje Jost Krippendorf u knjizi „Putujuće čovječanstvo“ izdanoj 1984. godine. Društvo *Pro Erschmatt* u turizmu vidi razvojnu mogućnost vlastitih sela i zalaže se za zdrav te prilagođen turizam, jer su svjesni kako gospodarstvo koje se oslanja na jednu granu, lakše propada, nego gospodarstvo koje se oslanja na više gospodarskih grana.⁵⁰

⁴⁶ <http://www.istra-istria.hr/masterplan/odgovori.html> (pristup: 05.07.2020.)

⁴⁷ Više o temi: Dolasci i noćenja turista u 2018., 2017., 2016., 2015., 2014., 2013., 2012., 2011. (<https://www.dzs.hr>)

⁴⁸ Isto.

⁴⁹ Isto.

⁵⁰ Krippendorf, J., (1986.): *Putujuće čovječanstvo*, Sveučilišna naklada Liber, Zavod za istraživanje turizma, Zagreb, str. 77-78.

3. O TURIZMU

Poglavlje koje slijedi posvećeno je pokušaju definiranja turizma iz različitih perspektiva. Osim toga, govori se o efektima turizma te na koji način se odražavaju na domicilnu zajednicu. U drugoj polovici 20. stoljeća uz rapidni gospodarski razvoj te razvoj konzumerizma dogodio se niz društvenih te kulturnih promjena koje turizam pozicioniraju na pijedestal aktivnosti u slobodnom vremenu. Sveobuhvatne metanaracije modernosti prepustile su mjesto raznolikim mikronaracijama postmodernosti što se u turizmu ogleda kroz napuštanje masovnosti i prelazak na selektivne i alternativne oblike turizma. Poglavlje „O turizmu“ završava uvidom u statističke brojke i rodnu strukturu radništva u turizmu.

3.1. Definirati turizam?

Sveobuhvatnu definiciju turizma teško je dati, jer se radi o kompleksnoj pojavi koja zahtjeva multidisciplinarno znanstveno sagledavanje te svaka definicija implicira limitirani kut znanstvenog promatrača/ice.

Općeprihvaćena definicija turizma je ona krovne globalne turističke organizacije UNWTO (The World Tourism Organization), a kojom se turizam definira kao: „društveni, kulturni i ekonomski fenomen koji podrazumijeva kretanje ljudi u zemlje ili mjesta izvan njihovog uobičajenog okruženja u osobne ili poslovne/profesionalne svrhe. Ti ljudi nazivaju se posjetitelji (koji mogu biti turisti ili izletnici; stanovnici ili nerezidenti) i turizam ima veze s njihovim aktivnostima, od kojih neke uključuju turističke izdatke“.⁵¹

U svojoj pojavnosti turizam generira ekonomske, društvene i ekološke efekte. Ekonomski efekti turizma su najočitiiji i shodno tome konstantno im se pridaje najveća pažnja. U namjeri da se pobliže pojašne i argumentiraju ekonomski efekti na makrorazini, odnosno razini pojedinih država, Svjetska turistička organizacija pokrenula je diskusiju i započela s jedinstvenom metodologijom praćenja gospodarskih efekata turizma, odnosno TSA ili *Tourism Satellite Account*. Kako bi

⁵¹ <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (pristup: 15.07.2020.)

mjerenje ekonomskih rezultata bilo egzaktno bilo je iznimno važno precizirati značenje turizma te je tako nastala definicija: „Turizam su aktivnosti osoba koje putuju prema ili borave u mjestima izvan njihovog uobičajenog okoliša ne duže od jedne godine uzastopno zbog odmaranja, poslovanja i drugih razloga“.⁵² Definicija je uvelike različita od svih prijašnjih, ponajprije zbog toga što se ne odvaja turističko putovanje i putovanje zbog lukrativnih razloga. Razlog tome jest globalna želja za bilježenjem i raspravom očitih posljedica fenomena koji je prihvaćen kao „najveća industrija svijeta“.

Švicarski teoretičari turizma Walter Hunziker i Kurt Krapf 1942. u svome djelu *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre* dali su definiciju turizma koja je prihvaćena na godišnjem okupljanju AIEST⁵³ u Palermu 1954. godine. Kasnije je ista definicija dobila hrvatski prijevod: „Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s njime nije povezana nikakva njihova privredna djelatnost“.⁵⁴ Potonja definicija prihvaćena je među znanstvenicima, jer prikazuje uvjete u kojima se turizam razvija. U središtu je turist, dok se druga strana fenomena, ponuda, tek uopćeno spominje.

Hrvatski ekonomist Boris Vukonić u knjizi indikativnog naziva „Turizam: budućnost mnogih iluzija“ napominje kako su sociološke teme potaknule novo shvaćanje turizma i pristup istraživanjima. Nakon dugog razdoblja pozitivističkog pristupa koji je ponajprije uključivao isticanje pozitivnih ekonomskih efekata turizma, sociolozi su potaknuli drugačija promišljanja o turizmu, ponajprije „vrlo negativna“. Potonja su se odnosila na utjecaj turizma na život ljudi, posebno u receptivnim zemljama. Upravo su ta istraživanja dovela do spoznaje o turističkim odredištima i njihovom stanovništvu kao i o sociološkim karakteristikama posjetitelja te njihovom utjecaju na ponašanje turista tijekom putovanja u vrijeme boravka u turističkoj destinaciji. Fokus socioloških istraživanja bio je odnos „slabijih“, odnosno domicilnih i „jačih“ kultura iz kojih dolaze turisti. Materijal za istraživanja ponajprije se crpio iz turistički neaktivnih regija, gdje je stanovništvo bilo na niskoj razini izobrazbe. Također, Vukonić navodi

⁵² Vukonić, B. (2010.): *Turizam. Budućnost mnogih iluzija*, Visoka poslovna škola Utilus, Plejada, Zagreb, str. 22

⁵³ Značenje je: *Association Internationale D'Experts Scientifiques Du Tourisme* ili Međunarodna organizacija znanstvenih stručnjaka u turizmu.

⁵⁴ Vukonić, B. (2010.), str. 14 i 15.

kako su sociolozi isticali moguće probleme kao: konflikte zbog vjerskih uvjerenja, „uvezenog“ stila života te pogrešna tumačenja lokalnog stanovništva životnih navika turista.⁵⁵

Argumentacijom koja je trebala „razoružati i posljednje pristaše drugačijeg gledanja“, a kojom su sociolozi nastojali prikazati loš utjecaj turizma na domicilno stanovništvo jesu istraživanja o rastućim devijacijama poput kriminala, prostitucije, uživanja droge itd. Takva istraživanja bila su poduprta izvještajima mnogih svjetskih medija, gotovo bez osvrtnja na eventualne druge razloge koji su doveli do pojave spomenutih devijacija. Boris Vukonić napominje kako su brojne zemlje bile pogođene širenjem takvih dezinformacija što je utjecalo na uvođenje drastičnih mjera kao što su ograničavanje broja stranih turista, odnosno posjeta kako bi se smanjili kriminal, prostitucija i uživanje u drogama. Nastavlja, kako su takve mjere bile „osobito bolne“ zbog općeg stanja u gospodarstvu i udjelu koji turizam ima u nacionalnom bruto nacionalnom dohotku.⁵⁶ U konačnici Vukonić zaključuje: „upravo na takvim primjerima sociolozi su još većom upornošću nastojali prikazati da njihova upozorenja nisu bila pogrešna, iako se nikada nije pokušalo pa ni utvrdilo u kojim proporcijama turizam donosi takvu destrukciju u prostor, pogotovo ako takve primjere stavimo u postotni odnos prema ukupnom svjetskom turističkom prometu“.⁵⁷ Iz kuta gledanja ekonomista Vukonića, može se reći kako je ekonomski rezultat bio i ostao još uvijek najbitniji faktor turizma bez obzira na posljedice po lokalno društvo te implicitno odobrava kapitalističku nit vodilju - profit ispred svega.

Naznake društvenih promjena koje Vukonić spominje pišući o sociološkim istraživanjima mogu se detektirati u iskazu kazivačice M.B. koja cijeli je svoj radni vijek provela radeći u ugostiteljstvu i turizmu. Obzirom na bogato iskustvo, pri definiranju turizma osvrnula se, osim na ekonomski aspekt turizma u smislu ekonomskog boljitka te egzistencije, i na društvene aspekte turizma: „Za mene je to život! [...] Iskreno, meni ne smetaju turisti. I kad viču mi ne smetaju. I kad se... Jedino ne volim da mi se tu napije, ali ako vidim da si malo popiju i tako - oni su na godišnjem. Meni ne smeta ako moj susjed ima turiste pa lupaju malo. [...] Meni ništa od toga ne smeta. Muzika jaka mi ne smeta, meni ništa ne smeta od toga. Ja sam tu

⁵⁵ Isto, str. 113-115

⁵⁶ Vukonić, B. (2010.), str. 115

⁵⁷ Isto, str. 115

jako tolerantna! Jedino ne bih htjela da dođu, da se napiju se, da tu rade probleme, to ne bih voljela.“

Antropolog Peter Burns u knjizi *An Introduction to Tourism and Anthropology* usmjerava pažnju na čovjeka – turista te navodi kako u postindustrijskom okruženju koje generira najveći broj turista dolazi do gubitka povezanosti s prirodom i duhovnošću čiji je glavni mit – mit o slobodi. Turizam i putovanje mit o slobodi održavaju živim i proklamiraju ideju kako su putovanja „Savršena sloboda“.⁵⁸

Iz iskaza kazivačice J.S. može se razlučiti kako ona turizam promatra kao svojevrsni oblik slobode ili traganja za slobodom. Ona pri definiranju turizma pojašnjava odmak posao - odmor i tvrdi kako putovanje ne mora nužno značiti promjenu lokacije, već može biti tek duhovni odmak. Za J.S. turizam: „[...] nije samo destinacija, već i putovanje. [...] netko i u svome gradu može biti turista. Definitivno, ukoliko se potruđi da malo izađe iz svog stalnog okruženja, svoje stalne okoline, rutine, da malo prođe i vidi nešto što do sad nije video. [...] Može se desiti da netko ne zna neku sitnicu. [...] I ja se sad⁵⁹ osećam kao turista, nisam znala za to. I normalno, otići negde. Van! Van, svoje sredine. Kad kažem otići, mislim, opustiti se, napuniti baterije. To ne treba da bude more, ne mora da bude neki luksuz. Može se otići u glavni grad države i opustiti se. Može se otići i na selo i opustiti se. Samo malo se maknuti. Videti nešto novo, upoznati nešto novo i naučiti nešto novo. Bilo to, neka sitnica, nešto kulturno, nešto povijesno...“

Globalna disperzija turizma prema autorima Louisu Turneru i Johnu Ashu može se promatrati i kao oblik kulturnog imperijalizma, gdje beskrajna potraga za zabavom, suncem i seksom zlatnih hordi neobuzdanih tražitelja/ica užitaka šteti lokalnim kulturama i zagađuje svijet u svojem sebičnom traganju. Turizam je invazija proizašla iz visoko razvijenih metropolitских središta prema periferiji. Kao takav turizam donosi beskrajno nerazumno i nehajno uništavanje koje se ne može se pripisati tek poduzetnicima i gospodarstvenicima.⁶⁰

⁵⁸ Burns, P., (1999.): *An Introduction to Tourism and Anthropology*, Routledge, London, str. 12

⁵⁹ Za potrebe intervjuiranja kazivačica J.S. je došla u Pulu iz kampa u kojem je zaposlena, a koji se nalazi u široj okolini Pule. Dok je odgovarala na postavljena pitanja promatrala je turiste i okolinu na prominentnoj turističkoj lokaciji u Puli.

⁶⁰ Turner L. i Ash., J. (1975.): *The golden hordes: International tourism and pleasure periphery*, Constable, London, str. 129.

Antropolog Nelson Graburn u knjizi *Hosts and Guests* navodi da glavna karakteristika turizma jest da to nije posao, već je dio recentnog izuma re-kreacije, koji bi nas trebao obnoviti za povratak u radnu atmosferu. Turizam je poseban oblik igre koji uključuje putovanja i udaljavanje od svakodnevne rutine pružajući opuštanje od napetosti, a nekima i priliku da utonu u anonimnost.⁶¹

Naznake Graburnove definicije turizma mogu se pronaći u promišljanjima o turizmu kazivačice T.F. koja turizam promatra kao: „Sticanje nekih novih iskustava, spoznaja, doživljaja u nekom novom okruženju van nekih uobičajenih obrazaca ponašanja. Obrazaca kolotečine životne. Uz naravno promjenu mjesta boravka, promjenu načina modaliteta hranjenja, jednostavno jedno novo [...] iskustvo van ustaljenih obrazaca.“

O kompleksnosti i interdisciplinarnosti dovoljno govori cijeli niz autora/ica koji su svojim istraživanjima pridonijeli teoriji turizma. Tako se Dulčić (2001.) bavio mikro i makro razinom djelovanja u turizmu, Cooper i suradnici/e (1996.) izučavali su dinamiku turističke potražnje, dok su Homer i Swarbrooke (2005.) proučavali marketing u turizmu. Autori kao Goeldner i Ritchie (2006.) te Duckett i Thirlway (2007.) pažnju su usmjerili na turizam kao snagu svjetske ekonomije.⁶² Autori kao McKean (1977.), Jafari (1977.), Pearce (1982.), Urry (1990.), Krippendorf (1986.) Ryan (1991.) i dr. usmjerili su pažnju na humanističke aspekte turizma.⁶³

U konačnici, može se konstatirati kako su ekonomski efekti i ekonomski aspekti turizma uglavnom uvijek u prvom planu većine, iako bi pri razvoju turizma trebala postojati sinergija ekonomske, društvene i ekološke održivosti. Društveni ili socijalni efekti turizma, poglavito na domicilno stanovništvo uglavnom su podcijenjeni, ponajprije zbog toga što je za detektiranje istih potreban protok određenog vremena kako bi se sa sigurnošću mogli utvrditi.

Obzirom na svekoliku prisutnost fenomena turizma kao i važnu ulogu u globalnom, a potom i nacionalnim gospodarstvima, nije neobično da sudionici, odnosno domicilno stanovništvo u emitivnim zemljama koje većinski čini radništvo u turizmu, uglavnom percipira ekonomske aspekte turizma ili u njihovim očima benefite, nauštrb

⁶¹ Graburn, N., (1989.): *Tourism: The Sacred Journey*, u *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (ur. Valene L. Smith), University of Pennsylvania Press, Philadelphia, str. 23.

⁶² Gržinić, J. (2019.): *Uvod u turizam: povijest, razvoj, perspektive*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula, str. 18.

⁶³ Burns, P., (1999.), str. 28-29.

društvenih, odnosno ekoloških vidova turizma. Potonje se, do neke mjere, može iščitati i iz iskaza kazivačica pri definiranju turizma.

Tako se primjerice kazivačice S.N., M.N. i K.F. fokusiraju na ekonomske aspekte turizma proizašle iz perspektive njih kao radnica u turizmu. Za kazivačicu S.N., turizam je: „Turizam je za mene državni proizvod. Broj 1!. U većini zemalja.“ Kazivačica M.N. turizam je opisala kao: „[...] iskorištavanje, dobra zarada, relativno laka zarada i da treba iskoristiti dok je tako kako je, jer neće bit' zauvijek.“ Kao radnica u turizmu K.F. primjećuje nerazmjernu preraspodjelu prihoda od turizma i kratko konstatira: „[...] turizam je hrpa novaca koje poslodavci i [...] privatnici zgrnu u svoje džepove i to je to.“

3.2. Konture i učinci turizma

Utjecaje turizma prvi su definirali Alister Mathieson i Geoffrey Wall (1982.) te ih podijelili na ekonomske, fizičke i društvene. Kreg Lindberg i Rebecca L. Johanson (1997.) detaljnijom razradom utjecaja dolaze do ekonomskih, sociokulturnih i okolišnih koji se uglavnom nastavljaju koristiti u stručnoj literaturi.⁶⁴ Omasovljenjem turizma u 1970-im godinama počinje intenzivnije istraživanje te definiranje utjecaja turizma na okolinu. I dok se u 1970-ima fokusira na ekonomiju i pozitivne utjecaje, sljedeća dva desetljeća donose balans proučavanja pozitivnih i negativnih utjecaja turizma.

U povijesti turizma pozornost je uglavnom bila usmjerena na ekonomske učinke turizma, ponajprije zbog toga što su vidljivi i mjerljivi. Boris Vukonić navodi kako se većina ekonomskih zapažanja o turizmu može sažeti u sljedećim postavkama: „Turizam je generator deviznog priljeva u receptivnoj turističkoj zemlji, turizam osigurava državama prihod po različitim osnovama, turizam posjeduje veliku mogućnost zapošljavanja, naročito ženske i slabije kvalificirane radne snage, potiče razvoj različitih proizvodnih sektora i trgovine, a nadasve ekonomski vrednuje resurse koji se inače teško ili nikako ne mogu ekonomski procijeniti“.⁶⁵

⁶⁴ Pičuljan, M., et al. (2018.): *Identifikacija i sistematizacija utjecaja turizma*, u *Ekonomska misao i praksa* (Vol. 27, No.2), Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, str. 586-588.

⁶⁵ Vukonić, B. (2010), str., 45 i 46.

Ekonomski utjecaji turizma naglašavaju se u nastojanju razvoja turizma u destinaciji, ponajprije zbog opipljivih, usporedivih i lako mjerljivih pokazatelja koristi (broj noćenja, prihodi, zapošljavanja). S druge strane, sociokulturni i ekološki utjecaji zbog svoje neopipljivih i teško mjerljivih troškova uglavnom zapadaju u drugi plan.⁶⁶

Značaj ekonomskih utjecaja turizma opisuje Jost Krippendorf navodeći kako je od 1960-ih godina vladala neopisiva želja svake zemlje, pokrajine i poduzeća za turizmom, odnosno „zlatnim rudnikom 20. stoljeća“. Razvoj gospodarstva države i destinacija te priljev deviza bili su u fokusu nauštrb okoliša i domaćina, odnosno lokalne zajednice. Pojava nekontrolirane masovnosti turizma početkom 1980-ih rezultirala je pobunom stanovništva, a može se sažeti u izjavi lokalnog političara Cejlona koju prenosi Krippendorf, a glasi: „oni, doduše, žele iz džepova turista izvući što je više dolara, ali svoj narod ne žele pretvoriti u poslužitelje, svodnike i varalice“.⁶⁷

Jost Krippendorf u knjizi „Putujuće čovječanstvo“ spominje švicarsko društvo *Pro Erschmatt* nastalo u općini Erschmatt u kantonu Wallis koje se pobunilo protiv nekontroliranog razvoja turizma i zahtijevalo skladan razvoj bez razaranja. Obzirom da se radi o početku 1980-ih nije na odmet spomenuti neke od njihovih zahtjeva te iste usporediti s današnjim strategijama razvoja turizma svake pojedine destinacije. Dakle, društvo *Pro Erschmatt* zahtjeva zdrav i prilagođen turizam:

- u kojem korist imaju i stanovnici destinacije, a ne pojedini spekulanti,
- koji poslovnim malverzacijama ne šteti okolišu, već vodi računa o krajobrazu i strukturi sela,
- koji misli na buduće naraštaje i planira srednjoročna i dugoročna rješenja,
- koji razvija općinu bez opterećenja infrastrukture,
- koji malverzacijama ne podiže cijene zemljišta tako da bude preskupo za lokalno stanovništvo,
- koji ne vodi do rasprodaje zavičaja,
- koji ne podiže mrtva turistička mjesta, ispunjena ljudima samo nekoliko tjedana godišnje,
- koji mjesto stranog utjecaja dopušta samoodređenje što znači sudjelovanje lokalnog stanovništva u planiranju i ostvarivanju turističkih projekata,

⁶⁶ Pičuljan, M., et al. (2018.), str. 587-588.

⁶⁷ Krippendorf, J., (1986.), str. 75-79.

- koji pruža privlačna radna mjesta, ne zanemaruje domaći obrt i nepotrebno uništava gradilišta.⁶⁸

Naravno, sve navedeno vodilo je do spoznaje kako oslonac u jednoj gospodarskoj grani može biti poguban.

Naglasak na kvalitetu socijalne interakcije između pružatelja i konzumenta turističke usluge nisu jednostavno objašnjive u ekonomskim okvirima. Potrebno je ispitati niz kulturnih promjena koje transformiraju očekivanja ljudi u vezi onoga što žele vidjeti, odnosno želja, koliki značaj treba posvetiti željama turista, odnosno atrakcijama koje žele vidjeti i kakve će to učinke imati na pružatelje relevantnih turističkih usluga. Dakako, kreiranje proizvoda koji će privući pozornost turista svakako će podrazumijevati uključivanje viših legislativnih instanci i uključivanje društva u odlučivanje.⁶⁹

Društvene granice turizma kreću se od velike prometne zakrčenosti do prenatrpanosti (brojem turista/turistkinja, ponudom itd.) destinacije, odnosno zanemarivanja kapaciteta nosivosti. Iz neodrživog razvoja turizma, odnosno prekoračenja društvenih granica turizma, proizlazi konflikt interesa sadašnjih i budućih generacija što proizlazi iz trenutnog vrednovanja turizma. Troškovi zagušenja uključuju generalno nepoželjne efekte kao prenapučene plaže, manjak mira i tišine, destrukciju krajobraza i korištenje fosilnih goriva što doprinosi globalnom zagrijavanju.⁷⁰

Kompleksni odnos između turista i domaćina u turističkim mjestima može rezultirati konstruiranom autentičnošću turističkih atrakcija. Postoji niz odrednica specifičnih društvenih odnosa koji se uspostavljaju između domaćina i gostiju, a tiču se:

- broja turističkih posjeta u odnosu na domaću populaciju i veličinu atrakcije,
- glavne ili prevladavajuće atrakcije zbog koje turisti dolaze (krajolik, etnička grupa, gradske jezgre, način života, povijesni artefakti itd.),
- karaktera atrakcije koji uključuje vremensku i prostornu dimenziju kako bi se postigao željeni efekt na turista (iskustvo romantičnosti u Parizu prostorno i vremenski je zahtjevnije od promatranja planina),

⁶⁸ Isto, str. 77-78.

⁶⁹ Urry, J. (2002.): *The tourist gaze*, Sage Publications, London, str. 39.

⁷⁰ Isto, str. 44.

- organizacije industrije koja razvija usluge za masovne turiste; bilo da je u privatnom ili javnom vlasništvu, bilo da je u lokalnom ili internacionalnom vlasništvu, bilo da se radi o velikom ili malom kapitalu uključenom u razvoj,
- postojanja konflikta između lokalne populacije i nadiruće turističke industrije. Konflikti koji se mogu javiti razvojem turizma neusklađenim s lokalnom zajednicom mogu se ticati: konzervacije nasuprot komercijalnom razvoju, plaća lokalnih zaposlenika, efekata razvoja na lokalne običaje i obiteljski život, komodifikacija i banaliziranje domaćih obrta, i kako nadoknaditi bitnu sezonalnost rada,
- efekata turizma na tradicionalne poljoprivredne i industrijske aktivnosti. Mogu varirati od destrukcije potonjih aktivnosti do postupnog podrivanja budući da su radnici i kapital privučeni u turizam, do njihovog očuvanja kako bi u konačnici postali turistička atrakcija.
- ekonomske i društvene razlike između posjetitelja i većine domaćina,
- razine do koje masa turista zahtjeva specifičan standard smještaja i usluge, do mjere da moraju biti ograđeni u „prirodnom balonu“ kako bi se osigurala zaštita od brojnih značajki lokalne zajednice,
- stupnja do kojeg država u određenoj zemlji aktivno promiče turistički razvoj ili ga nastoji spriječiti,
- mjere u kojoj turisti mogu biti identificirani i okrivljeni za naoko nepoželjan ekonomski i društveni razvoj. Ovo je očito češće kada su turisti ekonomski i/ili kulturno i/ili etnički različiti od domaćinske populacije. Također, do ove situacije dolazi kada domaćinska populacija doživljava rapidnu ekonomsku i društvenu promjenu. Međutim takva promjena nije nužno ishod turizma. Povrh toga, neki lokalni prigovori turizmu su zapravo prigovori samom modernitetu – mobilnosti i promjeni, novim oblicima osobnih odnosa, reduciranoj ulozi obitelji i tradicije i drugačijim kulturnim konfiguracijama.⁷¹

Društveni utjecaj turizma ovisit će o križanju širokog spektra faktora. Tako primjerice na elastičnost potražnje zapadnih zemalja s visokim prihodima, odgovaraju zemlje Mediterana koje su razvile enormnu turističku industriju. Te industrije su posebno isplative što je pak rezultiralo smanjenjem troška prekomorskih putovanja i dovelo do daljnjeg širenja potražnje. Problematici efekti takvog naglog i velikog razvoja očituju

⁷¹ Urry, J. (2002.), str. 50-53.

se u velikom broju turista i sezonskom zahtjevu za uslugama, štetnim društvenim efektima što posebno proizlazi iz rodno dostupnog rada, geografske koncentracije posjetitelja, nedostatka usklađenih političkih i zakonskih odgovora, kulturne razlike između posjetitelja i gosta te zahtjeva brojnih posjetitelja da budu u ograđenim skupocjenim „okolišnim mjehurima“.⁷²

Efekte turizma su izrazito kompleksni i kontradiktorni te ovise o brojnim razmatranjima. Stoga ne čudi diskusija o poželjnosti turizma kao razvojne strategije ekonomskog razvoja u tzv. zemljama u razvoju. Ekonomski efekti za zemlje u razvoju su obično manji od očekivanih. Većina investicija u turizam u zemljama u razvoju uglavnom pristiže od velikih kompanija smještenih na razvijenom Zapadu, odnosno Sjevernoj Americi i zapadnoj Europi gdje glavninu zarade u turizmu zadržavaju transnacionalne kompanije. Tek 20-60 % cijene ostaje receptivnoj zemlji.⁷³ Drugi problem javlja se kada turizam predstavlja veliki dio nacionalnog prihoda države. Što znači da ukoliko nešto poljulja turističku potražnju, dogodit će se veliki pad nacionalnog prihoda. Problem je i u tome što većina lokalne populacije ima malo koristi od izgrađenih turističkih sadržaja (aerodromi, golf tereni, luksuzni hoteli i slično). Također, glavnina generiranog prihoda domaćeg stanovništva bit će nejednako distribuirana. U konačnici, većina poslova kreiranih u turizmu i srodnim uslužnim industrijama obilježena je potrebom za niskokvalificiranim radništvom koje može reproducirati servilni karakter prijašnjeg kolonijalnog režima („služavski trening“ ili *flunkey training*).⁷⁴

Društveni razvoj i odmak od masovnosti prema selektivnosti i raznolikosti usporedno s društvenim promjenama događa se i u turizmu. Standardizirane i ujednačene masovne turističke priče prepuštaju mjesto individualnim poimanjima turizma. Ipak, turizam kao masovna pojava i dalje je prisutan, i dalje nekontrolirano bûja.

⁷² Isto, str. 53-54.

⁷³ Isto, str. 57.

⁷⁴ Crick, M. (1988.): *Presentations of International Tourism in the Social Sciences: Sun, Seks, Sights, Savings, and Servility*, u *Annual Review of Anthropology* (Vol. 18, No. 1), Annual Reviews, Palo Alto, str. 316.

3.3. Postmoderni turizam i postmoderni turisti/turistkinje

Za razliku od modernizma, postmodernizam se temelji na odmaku od velikih teorija i njihovih tendencija da društvo promatraju kao jedan totalitet. Postmoderna teorija utvrđena je na odmaku od dualističkih i hijerarhijskih sistema, dok su sustavi znanja manje autoritarni, podobni konstantnom propitivanju i pluralni.⁷⁵

Postmodernizam se u turizmu očituje kroz diferencijaciju i kreiranje fleksibilnih, personaliziranih aranžmana prema individualnim željama i identitetima turista. Manifestacije postmodernosti u turizmu vidljive su kroz rast broja specijaliziranih turističkih agencija, rast privlačnosti nostalgije i turizma baštine, procvat prirodi orijentiranog turizma, povećanjem simuliranih (umjetnih) okoliša povezanih s turizmom, ali i interesom za kulturne prakse i pojavnosti Drugog. Kao novi tržišni segment javlja se srednja klasa čiji pripadnici/pripadnice postaju pustolovi/pustolovke, istraživači/istraživačice ili putnici/putnice na „svetom“ putovanju⁷⁶ u potrazi za jedinstvenim iskustvom i autentičnošću.⁷⁷

I dok su u predmodernim ili predindustrijskim društvima rad, dokolica i obiteljski život bili isprepleteni, u modernim društvima dolazi do distinkcije i odvajanja što znači da se i turističke te neturističke aktivnosti diferenciraju. U postmodernizmu nestaje distinkcija između masovne i visoke kulture te dolazi do vertikalne dediferencijacije što podrazumijeva nestajanje klasične distinkcije između visoke i niske kulture. Shodno tome, dolazi do horizontalne dediferencijacije koja podrazumijeva „nestajanje konvencionalne distinkcije između različitih područja društvenih aktivnosti u suvremenoj kulturi“.⁷⁸ To u kontekstu turizma jednostavno znači kako su turističke prakse i pojavnosti sveprisutne te kako svako mjesto može biti poprište spektakla i parade. Kao drugi važan element postmodernog turizma može se navesti zaigranost koja se manifestira u potrazi turista za autentičnim, iako potraga može biti uzaludna. Usprkos spoznaji kako je predstava kojoj svjedoči i koju konzumira diskutabilne autentičnosti, odnosno inscenirana⁷⁹ (konstruirana i upakirana) za poglede turista,

⁷⁵ Uriely, N. (1997.): *Theories of Modern and Postmodern Tourism*, u *Annals of Tourism Research* (Vol. 24, No. 4), Elsevier, Amsterdam, str. 982.

⁷⁶ Graburn, N., (1989.), str. 21-22.

⁷⁷ Munt, I., (1994.): *The „Other“ Postmodern Tourism: Culture, Travel and New Middle Classes*, u *Theory, Culture and Society*, (Vol. 11, No. 3), Sage Publications, London, str. 101-106.

⁷⁸ Dujmović, M., (2014.), str. 77.

⁷⁹ Urry, J., (2002.), str. 84-92

postmoderni turist će ipak uživati, jer je u konstantnoj potrazi za jedinstvenim doživljajima, odnosno emocionalnim iskustvima koja se pamte. Intenzitet i kvalitetu emocionalnog doživljaja ponajprije definira percepcija svijeta oko sebe, a potom i razina sudjelovanja te vrsta odabrane aktivnosti za koje turist smatra da doprinose njegovoj dobrobiti. Turistički doživljaj podrazumijeva sve što se događa prije, tijekom i nakon putovanja, a može uključivati cijelu paletu okidača ili poticaja, od kretanja prijevoznim sredstvom kroz prostor preko promatranja pejzaža do društvenih kontakata.⁸⁰

Turizam je poput svake druge robe oblikovan za razmjenu oglašavanjem koja se obraća ljudskim željama, strastima i fantazijama (često seksualnim), a usidrena je u dinamici znaka/slike i konstrukcije/manipulacije. Kroz moćnu simboličku poruku turističke atrakcije i komodificirana iskustva postaju analogna različitim tipovima religijskog simbolizma u tvrdnji da pomažu u boljitku. Centri ekonomske i ideološke moći oblikuju institucije i svijest u svrhu profita kroz strukturiranje i standardiziranje ukusa te kodificiranje vrijednosnih prioriteta u poslu i u slobodno vrijeme. Moderni proizvodi kao usluge, od kojih je sačinjen turizam (prijevoz, ugostiteljstvo, zabava, razgledavanje, itd.), a koje stvaraju turističko iskustvo zapravo su roba za trgovanje na tržištu. Problematično je što u kapitalizmu proizvodnja roba preuzima primat do mjere u kojoj radnici/radnice koji/koje pružaju (izvršavaju) uslugu također postaju roba, odnosno usluga.⁸¹

Konzumerizam u turizmu proizašao je iz sljedećih postavki:

- demokratizacija dokolice i ekspanzija turizma na sve društvene klase,
- industrijalizacija dokolice, odnosno apliciranje fordističkih principa proizvodnje na turizam što podrazumijeva standardizaciju proizvoda, jeftine paket aranžmane i drugo,
- uživanje tople klime i (pri)morskih aktivnosti koje se temelje na 5S (sun-seks-sights-savings-servility).⁸²

Konzumacija, a ne proizvodnja, postaje dominantna, čime konzumacija roba postaje središte društvenog života, postajući svojevrsni spektakl. Realnost gubi svoju ulogu i

⁸⁰ Cohen, E., (1979.): *A Phenomenology of Tourist Experience*, u *Sociology* (Vol.13, No. 2), Sage Publications, New York, str. 193-198.

⁸¹ Watson L. i Kopachevsky, J., (1994.), str. 646.

⁸² Dujmović, M., (2014.), str. 145

postaje beznačajna i nepotrebna prepuštajući svoje mjesto reprezentaciji. Aspekti kulture kao vrijeme, povijest i prostor postaju roba namijenjena konzumaciji.⁸³ Posjedujući raspoloživa sredstva za plaćanje cijene ponuđene robe na turističkom tržištu pruža se mogućnost konzumacije, odnosno doživljaja i iskustva.⁸⁴ Stoga, teza koju je Hans Teuscher iznio na AIEST-ovom⁸⁵ kongresu u Zakopanima 1977., a vezana je uz proces od „socijalnog turizma“ koji vodi u fazu „turizma za sve“⁸⁶ postaje diskutabilna, jer socijalni turizam nestaje i postaje turizam za sve one koji si ga mogu priuštiti.

3.4. Statističke brojke turizma s osvrtom na rodnu strukturu radništva

U 2011. djelatnost putovanja i turizma kao i vezana ulaganja u izgradnju, infrastrukturu, prijevoz i druge djelatnosti generirala je 255 milijuna radnih mjesta što odgovara 8,7 % ukupne globalne zaposlenosti ili jednom od dvanaest radnih mjesta. Procjenjuje se kako će do 2022. godine zaposlenost u industriji turizma i putovanja rasti te dosegnuti razinu od jednog od deset radnih mjesta na globalnoj razini.⁸⁷ Ipak, prema podacima WTTC (The World Travel & Tourism Council), industrija turizma i putovanja već je 2019. godine zapošljavala jednu od deset osoba na globalnoj razini te generirala jedan od četiri nova posla u razdoblju od 2014. do 2019. godine.⁸⁸

Podaci Međunarodne organizacije rada⁸⁹ pokazuju kako na globalnoj razini žene čine od 60 do 70 % radništva u turizmu. Usprkos navedenom, zarađuju manje od muškaraca i zauzimaju manji broj vodećih pozicija. S druge strane UNWTO (The World Tourism Organization) u podacima objavljenim 2019. godine navodi kako žene

⁸³ Pretes, M., (1995.): *Postmodern Tourism: The Santa Claus Industry*, u *Annals of Tourism Research* (Vol. 22, No. 1), Elsevier, Amsterdam, str. 1-15

⁸⁴ Dujmović, M., (2014.), str. 145.

⁸⁵ Kratica za *Association Internationale D'Experts Scientifiques Du Tourisme*, odnosno Međunarodna organizacija znanstvenih stručnjaka u turizmu. Tema kongresa bila je *Social Needs and their Realization in Tourism*.

⁸⁶ Vukonić, B. (2010.), str. 39.

⁸⁷ Baum, T. (2013.): *International Perspectives on Women and Work in Hotels, Catering and Tourism*, International Labour Office, Geneva, str. 8.

⁸⁸ Jus, N., (ur.), (2020.): *Travel & Tourism; Global Economic Impact & Trends 2020*, World Travel & Tourism Council, London, str. 2.

⁸⁹ Postotak se uvelike razlikuje od regije do regije te je stoga navedena prosječna postotna proporcija. Vidi više: https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_221967/lang--en/index.htm (pristup: 14.09.2020.)

čine 54 % ukupnog globalnog radništva u turizmu za razliku od 39% u široj ekonomiji.⁹⁰

Prema statističkim podacima Eurostata, turistička industrija je glavni poslodavac žena u Europi. U usporedbi s ukupnom nefinancijskom poslovnom ekonomijom, gdje 36 % zaposlenih čine žene, u turizmu ženska radna snaga čini 59% svih zaposlenih. Najviše žena zaposleno je u djelatnosti smještaja, 61% i u djelatnosti turističkog posredovanja, odnosno turoperatora i turističkih agencija, 64%. Iako gotovo svaka treća žena koja radi u turističkoj industriji radi sa skraćenim radnim vremenom (u usporedbi s jednim od sedam muškaraca), žene koje rade u punom radnom vremenu i dalje predstavljaju najveći udio u zaposlenosti, odnosno 41%. Udio zaposlenih na nepuno radno vrijeme u turističkoj je industriji znatno veći (24 %), nego u ukupnom nefinancijskom poslovnom gospodarstvu (17 %) kao i u cijelom sektoru usluga (22 %).⁹¹ Najveći udio zaposlenih na nepuno radno vrijeme nalazi se u sektoru smještaja (26%) te turističkim agencijama i turoperatorima (22 %). U većini zemalja članica Europske unije turistička industrija ima veći postotak zaposlenih na nepuno radno vrijeme u odnosu na ukupno gospodarstvo.⁹² Prema podacima za 2008. godinu koje iznose Alka Obadić i Ivana Marić, broj zaposlenih na nepuno radno vrijeme u sektoru turističkog smještaja kao i na ukupnom tržištu rada iznosio je nešto manje od 20 %. U tom postotku, čak 80 % zaposlenih su žene. Osim toga, od 100 zaposlenih osoba u Europskoj uniji, četiri muškarca zaposlena su na određeno vrijeme i 14 žena zaposlenih na određeno radno vrijeme. U sektoru turističkog smještaja omjer je 4 muškarca naspram 15 žena.⁹³

U odnosu na ostatak uslužne ekonomije, turizam zapošljava veći broj mladih ljudi u dobi od 15 do 24 godine, ponajprije zbog olakšanog ulaza na tržište rada.⁹⁴

⁹⁰ <https://www.unwomen.org/en/news/stories/2019/11/announcer-second-edition-of-global-report-on-women-in-tourism> (pristup: 14.09.2020.)

⁹¹ Nefinancijsko poslovno gospodarstvo obuhvaća djelatnosti industrije, građevinarstva, trgovine i nefinancijskih usluga, odnosno djelatnosti koje u najvećem dijelu čine tzv. realni sektor. Prema: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/15-01-02_01_2019.htm (pristup: 20.9.2020.)

⁹² <https://www.unwomen.org/en/news/stories/2019/11/announcer-second-edition-of-global-report-on-women-in-tourism> (pristup: 16.9.2020.)

⁹³ Obadić, A. i Marić, I., (2009.): *The Significance of Tourism as an employment Generator of Female Labour Force*, u *Ekonomski misao i praksa* (Vol. 18, No. 1), Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, str. 103-104.

⁹⁴ Tourism industries – employment. Dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_industries_-_employment#Source_data_for_tables.2C_figures_and_maps_.28MS_Excel.29 (pristup: 16.09.2020.)

O zapošljavanju mladih ljudi u ugostiteljskim objektima kazivačica D.M. je rekla: „U kafiću, imam dosta dobre kolege. To su sve mladi ljudi. Znači u sezoni rade sezonski posao i to su većinom svi studenti. [...] Nekakav prosjek godina je 20 [...]. Imamo cure i dečka od 17 i 18, do nekoga tko je sada na drugoj godini faksa ili trećoj i oni imaju tu oko 22. Ma ne znam da li imaju 23. [...] Ja većinom radim s mladim ljudima.“

Prema podacima Eurostata, osobe s nižom razinom obrazovanja prije će pronaći posao u turizmu i uslužnoj djelatnosti, nego u drugim gospodarskim granama. Tako primjerice u sektoru smještaja, jedna od četiri zaposlene osobe ima nižu razinu obrazovanja.⁹⁵

Navedeno potvrđuje i iskaz kazivačice K.F. koja sa srednjom školom za krojačicu nije pronašla posao u struci, već se zaposlila kao sobarica. Govori o stručnim kvalifikacijama kolegica radnica u domaćinstvu hotela: „Većinom nekvalificirane radnice. [...] Što se tiče ugostiteljskih škola, ni jedna nije kao sobarica radila sa ugostiteljskom. [...] Većina ih nije znala ni jezike. Niti jedan. Osim njihovog, naravno. Tako da je to [...] jeftina radna snaga!“ Osim posla u domaćinstvu, radila je (i trenutno radi) posao pomoćne kuharice u dva restorana u Rovinju te govori o kvalifikacijama radnika/radnica u kuhinji restorana: „U restoranu, jedino pomoćni radnici su sa nekim drugim školama ili uopće nemaju škole. A kuhari, naravno imaju završenu školu za kuhara.“

Turizam je također generator zapošljavanja stranih radnika. Uzimajući u obzir cjelokupni sektor usluga, isti prosječno zapošljava 11 % stranih državljana, za razliku od nefinancijske poslovne ekonomije, gdje je prosjek 9 %. Poslovi u turizmu nestabilniji su nego u ostatku ekonomije što potvrđuju i podaci prema kojima je u pojedinim zemljama Europske unije (Cipar, Bugarska, Grčka) udio privremenih radnika u turizmu tri do četiri puta veći nego u cjelini nefinancijskog poslovnog sektora. Potonje je posebno izraženo u sektoru smještaja, gdje jedna od četiri zaposlene osobe nema ugovor za stalno. O nestabilnosti poslova u turizmu govori i vjerojatnost da će osoba zadržati svoj trenutni posao kraće od jedne godine znatno veća u turizmu, nego u nefinancijskom poslovnom gospodarstvu u cjelini, što u postocima znači 23 % naspram 15 %. Uza sve navedeno, na nestabilnost poslova u turizmu utječe i sezonalni karakter turističkih kretanja. Tako je, primjerice, u Hrvatskoj

⁹⁵ Isto

broj noćenja u razdoblju od srpnja do rujna 38 puta veći nego u prva tri mjeseca godine. Sezonske fluktuacije zapošljavanja najviše se odražavaju na sektor smještaja, gdje je zaposlenost u špici sezone 19,8 % viša nego godišnji prosjek.⁹⁶

O nestabilnosti poslova u turizmu i nemogućnosti dobivanja ugovora za stalno, vrlo je ilustrativan iskaz kazivačice J.S. o radnoj kolegici koja: „[...] Radi već 10 godina i ona još uvijek nije stalni radnik. [...] Radi do 10. mjeseca i onda je puste mjesec dana, i onda je vraćaju nazad i ide na sajmove turizma i onda kad je to gotovo, već lagano se šalju rezervacije, ponude i onda počinje sezona. Tako da još uvijek nije zaposlena (na stalno). [...] Na birou (Zavodu za zapošljavanje) bude tih mjesec dana“.

Na razini Europske unije, troškovi rada i zarade imaju tendenciju biti znatno niži u turističkoj industriji, nego u cjelokupnom gospodarstvu. Prosječni trošak rada u ukupnom gospodarstvu 2016. godine iznosio je 26,00 eura, dok je prosječna zarada po satu 2014. godine iznosila 15,20 eura. U tri odabrane turističke industrije (zračni prijevoz, smještaj i turistički posrednici) prosječni trošak satnice rada 2016. godine bio je 23,60 eura, a prosječna bruto satnica u 2014. godini iznosila je 13,00 eura. S druge strane, u Hrvatskoj je 2016. prosjek troška satnice u ukupnoj ekonomiji iznosio 9,6 eura, dok je u turističkoj industriji iznosio 9,90 eura. Bruto zarada po satu u 2014. u ukupnoj ekonomiji bila je 5,70 eura, dok je u turizmu 6,10 euro. Potplaćenost radne snage (u prosjeku EU) ne iznenađuje obzirom da se radi o relativno mladom radništvu, s velikim udjelom privremenih ugovora, nižom razinom radnog staža što vodi u komparativno nepovoljan položaj na tržištu rada, a time i do nižih troškova i posljedično zarade. U sektoru smještaja koji zapošljava više ljudi s nižom obrazovnom razinom i više honorarnih radnika razlike su još izraženije. Prosječna bruto satnica na razini EU za radništvo u sektoru smještaja 2014. godine iznosila je 10,20 eura. Iznad prosjeka su prosječne satnice u zračnom prijevozu koje iznose 25,90 eura i kod turističkih posrednika, gdje iznose 15,10 eura.⁹⁷

U srpnju 2015. godine sektor turizma i ugostiteljstva obuhvaćao je 8 % ukupne hrvatske zaposlenosti. Od 117 062 zaposlene osobe u turizmu i ugostiteljstvu 55,62 % činile su žene. Nije na odmet spomenuti kako je u ukupnom gospodarstvu

⁹⁶ Isto.

⁹⁷ Isto.

prevladavala zaposlenost muškaraca što u postotku znači 52,84 %.⁹⁸ Prema Ivanki Avelini Holjevac žene su u 2004. godini činile 66 % radništva u hotelima i restoranima. Navodi kako se postotak žena zaposlenih u turizmu u razdoblju od 1964. do 2004. kretao od 50 do 69 %. U ukupnom postotku zaposlenih u turizmu i ugostiteljstvu žene čine 92 % nekvalificiranog i 90 % kvalificiranog, 37 % visokokvalificiranog radništva te 32 % radništva sa višom dvogodišnjom školom. No, iako žene posjeduju 60 % sveučilišnih diploma u zemlji i 75 % magistarskih diploma iz turizma i ugostiteljstva njihove kvalifikacije nisu zastupljene u višem rangu poslova turističkog menadžmenta.⁹⁹ Među ostalim statističkim podacima, Vlado Galičić i Zoran Ivanović navode podatak da je učešće žena u radu na crno 65 % kao i da je tek 6 % u top menadžmentu, dok ih u „korporativnoj stratosferi“ (uprave poduzeća) zauzimaju tek 3 %.¹⁰⁰

Statistički podaci eklatantan su i iznimno indikativan prikaz načina rada, funkcioniranja poslovanja, radništva, plaća i odnosa u turističkoj industriji. Iskustvo rada u turizmu kazivačica intervjuiranih za potrebe ovog diplomskog rada u narednom će poglavlju dati ljudsku i iskustvenu dimenziju egzaktnim statističkim prikazima priloženim u ovom poglavlju.

⁹⁸ Nestić, D. et al. (2015.): *Profil sektora – Turizam i ugostiteljstvo*, Ekonomski institut, Zagreb, str. 13. Dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/180529_cekom_Profil-sektora.pdf, (pristup: 19.09.2020.)

⁹⁹ Avelini Holjevac, I., (2006.): *Women in Tourism: The Case of Croatia*, u *Tourism* (Vol. 54, No. 1), Institut za turizam, Zagreb, str. 73-74.

¹⁰⁰ Galičić, V. i Ivanović, Z., (2006.): *Žene menadžeri u hrvatskom hotelijerstvu*, u *Tourism and Hospitality Management* (Vol 12, No. 1), Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str. 82-86.

4. ŽENSKO ISKUSTVO RADA U TURIZMU

Prvi dio cjeline o ženskom iskustvu rada u turizmu započinje teorijskim prikazom značajki i rodne dimenzije poslova u turizmu. O segmentima rada u turizmu Istre govori se u drugom dijelu cjeline kroz svjedočanstva kazivačica. Riječima kazivačica, praćenim kratkim teorijskim osvrtima, sagledava se raznolikost poslova u turizmu, dimenzije rada u turizmu, motivacija za rad, uvjeti i način rada, međuljudski odnosi i odnos prema radu.

4.1. Obilježja i rodna dimenzija poslova u turizmu

Statistički podaci potvrđuju kako je turizam djelatnost u kojoj je pretežno zaposlena ženska radna snaga. Turizam ženama pruža poslove koji su vezani uz njihove tradicionalne uloge i odgovornosti u patrijarhatu što potvrđuje brojnost zaposlenih žena u domaćinstvu, na pomoćnim poslovima u kuhinji¹⁰¹ i kao konobarice.¹⁰² Nepovoljan položaj žena ogleda se i u honorarnom zapošljavanju, utemeljenje čega se može pronaći u sprezi kapitalizma i patrijarhata. Kako bi se održao dominantan položaj muškarca na radnom mjestu kao i „hranitelja obitelji“, žene se zapošljavaju honorarno kako bi uz posao mogle uskladiti domaćinske, odnosno obiteljske odgovornosti i obveze.¹⁰³ Rodna segregacija zapošljavanja žena u turizmu najočitija je u niskokvalificiranim, domaćinskim i poslužnim zanimanjima koja zrcale poslove koji se obavljaju u kućanstvu.¹⁰⁴ Žene se stoga zadržavaju na zanimanjima koja se smatraju ženskima, a koja odražavaju njihovu tradicionalnu ulogu u društvu i za koje se smatra da će pri zapošljavanju biti inherentno sposobne.¹⁰⁵

Govoreći o dužini razdoblja rada kolegica u domaćinstvu hotela kazivačica K.F. osvrnula se i na, prema njenom mišljenju, razlog dužeg zadržavanja na poslu sobarice: „...pa u većini slučajeva su ostajale, ono, dva tri mjeseca i otišle. [...] Bilo je

¹⁰¹ Bagguley, P., (2006.): *Gender an Labour Flexibility in Hotel and Catering*, u *The Service Industries Journal* (Vol. 10 No. 4), Routledge, str. 742.

¹⁰² Avelini Holjevac, I., (2006.), str. 74.

¹⁰³ Bagguley, P., (2006.), str. 740.

¹⁰⁴ Richter, K., L., (2005.): *Exploring the Political Role of Gender in Tourism Research*, u *Global Tourism* (ur. William F. Theobald), Elsevier, New York, 429-430.

¹⁰⁵ Kinnaird, V. i Hall, D., (1996.): *Understanding tourism processes: a gender-aware framework*, u *Tourism Management* (Vol. 17, No. 2), Elsevier, str. 96.

njih koje rade godinama tamo, ali većina njih je odlazila. [...] Vide šta je i odu. Bilo je njih koje su radile po pet, šest godina, i vjerojatno nisu imale drugog izbora, pa su radile tamo. Kažem, opet, vjerojatno radi djece.“

Identificirajući turizam kao industriju baziranu na ekonomskoj, političkoj ili društvenoj moći, odnosno odnosima između nacija i grupa, on predstavlja ekstenziju politika rodničkih odnosa. Shodno navedenom, turizam se temelji na društvenim interakcijama i artikulacijama motiva, želja, tradicija i percepcija, od kojih je većina rodno obilježena. Većinu manualnih poslova čije karakteristike su niska kvalificiranost, niske plaće i izražena nesigurnost obavljaju žene. Treba istaknuti kako prevladavajuće društvene norme vezane uz „ženski posao“ podupiru ovaj proces i dopuštaju mu da se odvija podupirući stereotipne ženske uloge koje se u turizmu eksploatiraju.¹⁰⁶

Kazivačica D.M. čija je profesionalna vokacija vezana uz sociologiju i turizam radila je na honorarnim poslovima koji ne zahtijevaju visoke stručne kvalifikacije, ali zahtijevaju cijeli niz tradicionalnih ženskih vještina: „Okej, što se tiče ugostiteljskog objekta to je jednostavno kafić - konobarski poslovi plus poslovi čišćenja. Na brodu, je to malo kompleksnije. Obzirom da ja tada moram znati i te nekakve tehnikalice; vezivanje broda, pristanak u marinu, postavljanje bokobrana, a onda dalje idu još moji poslovi (hostese). Znači, ja asistiram skiperu, a ujedno i kuham, čistim, peglam, ako im treba, perem robu, služim piće, kavu, grickalice, serviram navečer piće, otvaram vino, šampanjce i tako dalje [...] Da, ja s njima provodim cijeli dan. Ja sam zadužena i za bukiranje i rezerviranje večera u restoranima. Nekad to radi skiper, nekad to radim ja. Također [...] ako su mlađi ljudi, ako žele navečer izaći vani, moram ići u određeni klub ili kafić rezervirati stol i ostalo. Sve šta im je potrebno. Sve što žele. [...] Ti si tamo (na charter brodu) sluga. Ti si tamo čistačica, ti si tamo batler.“

Prema pristupu zvanom patrijarhalni kapitalizam¹⁰⁷ potražnja poslodavca za radnom snagom manifestira se u kontekstu rodne zalihe muškog i ženskog radništva, a kroz stvaranje hijerarhije zanimanja koja su rodno određena te na taj način maksimizirajući profit. Dakle, poslodavci stvaraju radna mjesta u nizu djelatnosti koja su vezana uz rodne karakteristike i zahtijevaju radništvo koje će udovoljiti tim

¹⁰⁶ Isto, str. 97-98.

¹⁰⁷ Brown, A., Carol, (1975.): *Patriarchal Capitalism and the Female-Headed Family*, u *Social Scientist* (Vol. 4, No. 4/5), Indian School of Social Sciences, New Delhi, 32-34.

zahtjevima. Na taj način, kapitalizam eksploatira prednosti prevladavajućih rodnih definicija, čija utemeljenja prethode kapitalističkom načinu proizvodnje.¹⁰⁸

Problematicnost definiranja turizma kao takvog reflektira se i na definiranje posla u turizmu ili turističkog zapošljavanja. Posao u turizmu može obuhvaćati cijeli niz poslova od direktnog zapošljavanja u turističkim agencijama, ugostiteljstvu ili smještajnim objektima do indirektnog zapošljavanja u izradi suvenira i maloprodaji.¹⁰⁹ Ipak, prema Standardnoj međunarodnoj klasifikaciji turističkih djelatnosti donesenoj od strane UNWTO-a, poslovi u turizmu mogu se podijeliti na tri različite razine ovisno o uključenosti u ponudu. Tako postoje poslovi vezani uz direktan kontakt s turistima kao rad u hotelijerstvu, ugostiteljstvu, turističkim agencijama, turističkim uredima ili avionskim kompanijama. Druga razina poslova vezana je indirektno uz turizam, a podrazumijeva poslove poput djelatnosti dobavljača restorana, građevinskih kompanija, različite obrtnike, marketinške agencije ili računovodstvene urede koji su više ili manje vezani uz turistička kretanja. Treća razina tiče se induciranog zapošljavanja koje pomaže generalnom razvoju turizma u pojedinoj destinaciji i stimulira rast zaposlenosti u drugim sektorima kao što su školstvo, medicinske usluge, policija, zaštitarske službe i slično. Zbog velikog broja poslova koje generira turizam, istraživanja u polju radništva (ljudskih resursa) uglavnom se fokusiraju na ugostiteljstvo i hotelijerstvo, ponajprije zbog pouzdane i konzistentne statističke pozadine.¹¹⁰

Industriju usluga i industriju vezanu uz turizam karakterizira restrukturiranje kroz fleksibilno korištenje radništva. Razumijevanje spomenutih industrija zahtjeva pažljivo ispitivanje promjenjivih rodnih odnosa, budući da specifične vrste fleksibilnosti radništva pretpostavljaju određeno rodno stanje radne snage. John Atkinson detektira četiri vrste elastičnosti koje uključuju: brojčanu fleksibilnost koja uključuje korištenje honorarnih, privremenih i kratkotrajnih ugovora i povremenih radnika. Druga vrsta elastičnosti je funkcijska elastičnost, koja se odnosi na mogućnost poslodavca da zaposlenika preusmjerava na drugačije poslove ovisno o promjenama u priljevu posla. Treća vrsta elastičnosti naziva se strategija distanciranja što

¹⁰⁸ Sinclair, T., M., (1997.): *Issues and theories of gender and work in tourism*, u *Gender, Work and Tourism*, (ur. M. Thea Sinclair), Routledge, London, New York, str. 6-8.

¹⁰⁹ Jordan, F. (1997.): *An occupational hazard? Sex segregation in tourism employment*, u *Tourism Management*, (Vol. 18, No. 8), Elsevier, str. 526.

¹¹⁰ Obadić, A., i Marić, I., (2009.), str. 95.

uključuje zamjenjivanje unutarnjih radnih odnosa s odnosima na komercijalnom tržištu kroz podugovaranje. Četvrta vrsta fleksibilnosti tiče se platne fleksibilnosti koja se očituje nagrađivanjem individualnih zaposlenika koji su primjerice postali funkcionalno fleksibilni. Treba istaknuti kako je platna fleksibilnost u turizmu vezana uz slabu razinu sindikalnog organiziranja, čak i u velikim organizacijama, te relativno nepostojanje industrijskih sporova. Također, važno je napomenuti kako su funkcijska i brojčana fleksibilnost glavne zadaće hotelskog i ugostiteljskog menadžmenta još od 1960-ih godina.¹¹¹ Važnost funkcijske elastičnosti posebno je očita u hotelskim i catering vještinama, gdje je identificirano šest kategorija vještina: priprema hrane i kulinarstvo, posluživanje hrane i pića, rukovanje i skladištenje hrane i pića prije pripreme, čišćenje, administrativni i činovnički poslovi, nadzor i menadžerske aktivnosti.

Treba primijetiti kako postoji rodna podjela u formi i opsegu tih različitih elastičnih radnih praksi. Muškarci češće imaju poslove koji uključuju funkcionalnu elastičnost što navodi i John Urry¹¹² prema ETAC¹¹³ istraživanju u kojem se navodi kako je zabilježena tendencija da muškarci obavljaju poslove koji uključuju više različitih zadataka nego žene, što bez sumnje ukazuje na to da su žene više zastupljene na operativnim pozicijama, gdje postoji manja raznolikost u njihovom poslu. Te operativne pozicije u kuhinji (uključujući hijerarhijski najniže poslove kao što su peračice suđa, pomoćne radnice za pripremu hrane za obradu itd.), posluživanju i na baru, u domaćinstvu i čišćenju u velikoj su većini popunjene ženskom radnom snagom. Štoviše, na tim pozicijama najviše se koriste honorarni radnici/radnice i to najbolje potvrđuje Atkinsovu tezu o „brojnoj elastičnosti“. U Velikoj Britaniji su 1984. godine više od 80 % honorarno zaposlenih osoba bile žene. Takvo brojno elastično radništvo obično nije funkcijski elastično, ponajprije zbog toga što u kratkom vremenu na trenutnom poslu ne dobije priliku za razvoj širokog spektra vještina kako bi postalo funkcionalno fleksibilno kao zaposlenici na puno radno vrijeme, što je vrlo vjerojatno da će biti muškarci. Prema tome, rod radništva određuje koju će formu radne elastičnosti iskusiti, i te forme su kontradiktorne.¹¹⁴

¹¹¹ Urry, J., (2002.), str. 70-71.

¹¹² Isto, str. 71.

¹¹³ Odnosi se na *Education and Training Advisory Council* u Velikoj Britaniji.

¹¹⁴ Urry, J., (2002.), str. 72.

Kazivačica S.N. koja je uz studiranje radila u različitim sektorima turističke industrije u izravnom ili neizravnom kontaktu s turistima, zbog nemogućnosti usklađivanja studentskih obaveza i posla, često je mijenjala radna mjesta. Iz njenog iskaza jasno se mogu razaznati sve četiri vrste elastičnosti koje je detektirao Atkinson. Govoreći o radu u suvenirnici rekla je: „[...] taj posao je podrazumijevao [...] većinom radno vrijeme, od jedan popodne do jedan ili dva u noći. Plaćeno po satu, bez ijednog slobodnog dana. Cijelu sezonu. S tim da sam tamo odradila jednu cijelu zimu. Nemaš grijalicu, budeš na ulici. Umirala sam od zime. Nisam imala wc. Tamo su uvjeti katastrofa, ali ostaneš, jer su [...] šefovi bili okej.“ Kazivačica S.N., među ostalim radila je i kao: „grill majstor. [...] Znači, radiš sve! Radiš sve što radi pomoćni kuhar, ali mene su konkretno obučavali za grill majstora. Bili su zadovoljni. Dala sam otkaz zbog tenzija na poslu, jer je to (tamo bila) najbolesnija atmosfera koju sam doživjela!“. Prvi posao nakon srednje škole, a prije upisa studija kazivačice S.N. bio je: „prodavanje sladoleda na Rivi (u Poreču). Sad, ne sjećam se kako se zvala ta slastičarna. Nešto kratko je radila. Moj posao je bilo sve, od čistačice do proizvodnje, do, uglavnom, puno više, nego što je opisano u oglasu. Klasika! [...] Tamo sam kratko radila, jer je bilo loše radno mjesto. Loši radni uvjeti rada.“ Upitana kako se radilo na drugim radnim mjestima koja je prošla, S.N. uz osmijeh odgovara: „[...] od jutra do sutra! Dobro u F.¹¹⁵ ne. Tamo ne! Tamo je bilo super za radit'. Ekipe je bila odlična. Plaća je bila mala, sad kad se sjetim, ali za tadašnje standarde, satnica je zapravo bila normalna. Jer tad' su bile puno manje satnice na student servisima. Čak su oni bili negdje na vrhu po satnici, u to vrijeme. [...] Imala sam normalno radno vrijeme. Imala sam skoro slobodne vikende, jer tad' je postojao ugovor s hotelima, gdje smo mi radnici radili u zatvorenom prostoru i ispostavljali narudžbe za vegetarijanske goste raznih hotela s kojima su imali ugovor. Sve je bilo plaćeno po satu. Sve je bilo ok tamo.“

Kazivačica S.N. nekoliko je puta radila u kuhinjama restorana, a u ovom slučaju odgovara na pitanje što je obuhvaćao taj posao u jednom konkretnom restoranu: „u restoranu u kuhinji? Sve! I kao, trebala sam biti ispomoć, međutim, nisam bila samo... Kao pomoć u toj hladnoj kuhinji za salate i to. Međutim imali smo problema

¹¹⁵ Zbog etičkih razloga zaštite identiteta kazivačica i poslodavaca, u radu su za gospodarska društva korišteni sljedeći opisi: inicijali naziva tvrtke, geografska odrednice (lokacija ili mjesto) društva ili sintagma „velika tvrtka“. Više o Etičkom kodeksu Hrvatskog etnološkog društva na: <https://hrvatskoetnologodrustvo.hr/o-nama/eticcki-kodeks/> (pristup: 20.10.2020.)

sa picajolom. To je inače bila pizzerija. Pa picajolo, valjda je koristio neke tablete za živce ili ne znam šta. Al' bi njega fino pošteno sapralo (obuzelo djelovanje) povremeno pa se ne bi pojavljivao na poslu. A to je pizzeria. Ne možemo bez jednog jedinog picajola. Pa se znalo desit' da učim razvlačit' pizze. Da svi skupa radimo lazanje... Znači, znalo je bit' kaotično! [...] usred sezone! Da! [...] Također da, radila sam na tržnici, jednu sezonu. Isto restoran. Isto kuhinja. [...] Znači, ispečeš, serviraš šta su naručili za pit', prvo naravno piće nosiš. Nakon toga, 'ajmo reć', već si stavio da se peče, i to nosiš. Znači, sve! Šank, kuhinja, konobarenje. Sve radiš ti!“

Zaposlenici/zaposlenice u kontaktu s turistima mogu se podijeliti u dvije skupine: oni koji imaju minimalni kontakt pri pružanju usluge i oni koji imaju maksimalni kontakt pri pružanju usluge. U slučaju prvih poslodavac će tražiti tehničku promjenu i opsežnu racionalizaciju radništva, potonje radništvo bit će regrutirano i proći će trening iz međuljudskih odnosa i odnosa s javnošću. Obzirom da je rad(ništvo) dio uslužnog proizvoda to predstavlja specifične teškoće za menadžment. To je posebno značajno, jer što duže traje dostava/pružanje usluge, usluga je intimnija i veća je važnost kvalitete za konzumenta. To ima posljedicu da u tim slučajevima zaposlenikov govor, pojava i osobnost mogu biti tretirani kao legitimna područja za intervenciju i kontrolu menadžmenta. Postoji kronična tenzija između primatelja i pružatelja usluga. Ta tenzija je najočitija u visoko prestižnim hotelima gdje konzumenti plaćaju i očekuju vrlo visoku razinu osobne usluge i gdje takvi problemi ne mogu biti tretirani kao stvar rutine. Nasuprot tome, u manje prestižnim i jeftinijim hotelima osoblje razvija tehnike koje sugeriraju da je sve pod kontrolom čak i kada postoji cijeli niz hitnih slučajeva koji se rutinski pojavljuju zbog intenziteta očekivanog rada.¹¹⁶

Što se tiče fleksibilnosti/elastičnosti radnih praksi na poslovima u turizmu, radništvo u hotelima se ugrubo može podijeliti u dvije grupacije - jezgru i periferne poslove. Znači, jezgra ili operativni poslovi koji obuhvaćaju recepciju, kuhinjsko osoblje i uslužno osoblje u hotelu relativno su funkcijski neelastični, odnosno vezani su samo uz svoj posao. S druge strane postoje periferni poslovi vezani uz više - manje identične zadatke. Radnici na perifernim poslovima imaju daleko veću poslovnu nesigurnost i manje karijernih izgleda. Posebno u velikim gradovima, hoteli i restorani uvelike koriste mobilnu i nestalnu radnu snagu obično regrutiranu iz

¹¹⁶ Urry, J., (2002.), str. 60-62

inozemstva. S velikom radnom fluktuacijom teško je održati adekvatnu razinu vještina i razviti odgovarajuće programe obuke. Stoga tvrtke često koriste brojčanu elastičnost umjesto razvijanja više vještina kod osoblja. Shodno tome, ne iznenađuje činjenica manjka karijernih puteva u industrijama vezanim uz turizam osim na menadžerskim ili pozicijama vrhunskih kuhara.¹¹⁷

Susreti u industriji usluga posjeduju izraženi performativni karakter. Shodno navedenom, rad u turizmu može se promatrati kao rad na pozornici, budući da uključuje mentalni, manualni i emocionalni rad. Radništvo je izabrano zbog toga što posjeduje određenu količinu kulturnog kapitala, mora biti informativno, mlado, prijateljski nastrojeno s odgovarajućim tjelesnim obilježjima i vještinama za proizvođenje odgovarajućeg emocionalnog učinka. Osobnost je ključ, obzirom da izvođenje posla mora biti autentično, zabavno, informativno i društveno.¹¹⁸ Restoransko osoblje pokazuje cijeli set društvenih i emocionalnih vještina kod prilagodbe izvedbe posla kroz kulturno čitanje i interakciju sa širokom raznolikošću klijenata. Može se reći kako je osoblje amaterski/a sociolog/inja koji/a čita svaku grupu posjetitelja/ica i pokušava predvidjeti kakvo oni iskustvo očekuju. Restoransko osoblje opisuje restoran kao mjesto emocija te spominje „nabijavanje dobrog raspoloženja“ na početku večeri, dopuštajući emocijama da teku. Svakako treba istaknuti kako osoblje, a napose mlade uslužne radnice, rade pod konstantnim pogledom klijenata te se od njih očekuje ponašanje u skladu s rodno specifičnom ulogom.¹¹⁹

Kazivačica P.L. cijeli svoj život boravi u Istri i konstantno je posredno ili neposredno uključena u turističke procese. Među ostalim poslovima, tijekom sezone radila je i kao turistička vodičkinja. O performativnom karakteru susreta u turizmu, intenzitetu te obilježjima kao i vještinama koje mora posjedovati za posao vodičkinje kazala je: „da, to zna iscrpit', jer se puno hoda po velikim vrućinama. Moraš stalno biti koncentriran, nasmijan, pogotovo kad je na stranom jeziku [...] imamo ta dva vođenja na dan, i kad je to drugo vođenje treba još nekako veća koncentracija, jer si već samim tim', ponavljaš što si govorio ujutro, pa nekad ne znaš jesi li to već rekao toj grupi. Neki

¹¹⁷ Gurrier, Y. i Lockwood, A (1989.): *Core and peripheral employees in hotel operations*, Personnel Review (Vol. 18, No. 1), MCB University Press Ltd, London, str. 10-13.

¹¹⁸ Crang, P., (1997.): *Performing the Tourist Product*, u *Touring Cultures. Transformations of Travel and Theory* (ur. Chris Rojek i John Urry), Routledge, London, New York, str. 153-154.

¹¹⁹ Urry, J. (2002.), str. 72.

moji kolege kažu da ih i pitaju, jesam li ja vama to rekla? Ili si to govorio ujutro. Ali da, više zna iscrpiti' to pričanje, nego hodanje sve skupa. Ali dobro.“

Na radnom mjestu prodavačice slatkiša i začina u poslovnom objektu smještenom u staroj gradskoj jezgri Pule i jednoj od frekventnih turističkih ulica, S.N. o njenom izgledu na poslu navodi: „Kod njega [vlasnika trgovine] se mora lijepo izgledat'. [...] Znači barem, ono ne moraš, ako ne voliš šminku ili ne znam šta, barem stavi malo rumenila ili malo maskare, čisto da.... Jer radiš s ljudima! [...] Pa ono, rekli su da je (to) jedan od uvjeta poslovanja [...] da moraš pristojno izgledati. Ja sam pitala šta to znači? Znači da nisi u jako kratkom [...] Ne smiješ nositi vruće hlačice, jer je to preprovokativno, ne smiješ nositi dekolte... Uglavnom, poželjno je da žene rade u hlačama ili suknja do koljena. [...] U biti, da se mušterije koncentriraju na proizvod, a ne na tebe kad te vide!“

Može se reći da je turizam ženskom radništvu pružio priliku za plaćen rad i višu razinu zarade kroz cijeli niz poslova u direktnoj i indirektnoj vezi s turizmom. Viša razina raspoloživog dohotka proizašla radom u turizmu ženama koristi za povećanje statusa i kontrole nad donošenjem odluka u kućanstvu, omogućavajući im da odaberu alternativne odnose u kućanstvu i pružajući im legitiman pristup javnom prostoru. Ipak, navedeni benefiti pojavili su se u kontekstu dodatnog opterećenja žena. Spomenuti kontekst tiče se dominantne ideologije koja se odnosi na „normalnu“ heteroseksualnu strukturu kućanstva obilježenu nejednakom raspodjelom dohotka unutar kućanstva, nejednakom kontrolom nad izdancima po članovima kućanstva i odsutnošću moći te kontrole nad donošenjem odluka u zajednici i na višim poslovnim razinama.¹²⁰

4.2. Žensko iskustvo rada u turizmu Istre

U cjelinama koje slijede prezentirano je iskustvo rada u turizmu osam kazivačica čiji iskazi svjedoče o stanju turizma u Istri. Kazivačice se razlikuju po pripadnosti dobnoj skupini, vrstama poslova koje su radile, godinama radnog iskustva, obrazovanju i poziciji na poslovima. Ipak svaka od njih bila je direktno ili indirektno involvirana u

¹²⁰ Sinclair, T., M., (1997.): *Gendered work in tourism: Comparative perspectives*, u *Gender, Work and Tourism*, (ur. M. Thea Sinclair), Routledge, London, New York, str. 230-232.

turističku industriju kroz kontakt s turistima ili kreiranjem turističkih sadržaja. Što se tiče godina, jedna kazivačica ima više od 60 godina, tri kazivačice nalaze se u rasponu od 40 do 50 godina, dok su ostale u rasponu od 20 do 33 godine. Svjedočanstva su uglavnom cjelokupna i izložena su s minimalnim uredničkim intervencijama autora rada. Svaka cjelina prikazuje jednu temu obrađenu kroz nekoliko pitanja u intervjuu. Sve kazivačice trenutno žive i rade na području Istre. Neke su zbog raznih razloga doselile u Istru, dok su druge oduvijek naseljene u Istri.

4.2.1. Poslovi u turizmu i radno mjesto

U cjelini o poslovima u turizmu i radnom mjestu kroz iskaze kazivačica prikazana je struktura poslova u turizmu, zahtjevnost poslova na pojedinim hijerarhijskim razinama, motivacija na poslu i za rad u turizmu kao i stručnost kadra koji radi u turizmu.

Kazivačica K.F. po struci je krojačica koja se iz ruralnog dijela Slavonije doselila u Istru zbog posla. Dok nije počela raditi u turizmu bila je domaćica.¹²¹ Među ostalim poslovima u turizmu, radila je kao sobarica u domaćinstvu jednog hotela u Rovinju. Govoreći o odnosu radnog vremena, pauzi i poslu kaže: „[...] nema teoretske šanse da se to odradi i radi toga se pauza nije ni imala! Radi toga što si to htio odradit'. Mislim što je bilo katastrofa! Pogotovo kad netko novi dođe, onda mu (joj) je još gore! Naravno, jer ne znaš šta trebaš radit' ili ti tek pokažu, a čuj, čim si novi, ne možeš odmah sve pohvatati, jer to su ti sitnice. Tolike sitnice da na sve moraš pazit'. [...] Jer to je bila tolika masa (posla). Jako malo sobarica je bilo za toliko soba. I onda se dobivalo, ono, po 15, 20 (soba). Tako da, nema šanse da se to odradi u tom vremenu. Žene su se stvarno ubijale (od posla)!“ [...] Mislim, ubijale za siću“. U svom iskazu, kazivačica K.F. navodi kako su u hotelu u Rovinju koji ima „400 i nešt“ soba bilo zaposleno tek 15 sobarica te nastavlja: „[...] S time da se čistio i hotel. To nije samo čišćenje soba, kao sobarica, nego se čistio i cijeli hotel!“

¹²¹ Više o neplaćenom i nevidljivom ženskom radu koji obuhvaća posao domaćice: Šikić-Mičanović, L. (2012.): *Skriveni život. Prilog antropologiji ruralnih žena*, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, str. 79.

Iskaz K.F. potvrđuje tvrdnju o turizmu kao radno-intenzivnom sektoru koji producira poslove vezane uz tradicionalne (patrijarhalne) rodne obrasce. Osim toga, rad u domaćinstvu hotela može se opisati kao eksploatacija nekvalificirane radne snage izložene nepovoljnim uvjetima rada kroz obim posla i niske plaće. Govoreći o intenzitetu rada i očekivanjima poslodavca dok je radila u kuhinji jednog restorana K.F. navodi: „[...] popunjenost u tim restoranima je jako, što se tiče sezone, jako dobro funkcionirala. Mislim, pucali su po šavovima! Čak i prekrcano je bilo. [...] Kod nas u kuhinji je radilo [...] govorim za večeru [...] pet radnika. Ne, četiri. Četiri radnika u sezoni.“ Nakon pitanja kako bi se stigao odraditi cijeli posao navodi: „[...] morali smo stići!“ Potonji iskaz živi je dokaz eksploatacije radništva u turizmu od strane nekontroliranih poslodavaca.

Kazivačica T.F. je visokokvalificirana turistička radnica koja je 17 godina radila u jednoj velikoj turističkoj tvrtki na poslovima prodaje i marketinga. Na pitanje koliko je posao koji je radila intenzivan odgovorila je: „[...] ja sam tamo provodila i više od 8 sati i 10 [...] bilo je katkada čak i duže, a katkada je bilo i kraće, ali to je sve bilo zato što sam ja to željela. Zato što je meni to bilo zanimljivo i dinamično i nije mi bilo problem ostati, jer to su... Moj opis posla je bio takav da neke stvari ne možeš ostavit' za sutra.“ Među ostalim navodi kako odluke i reakcije u prodaji i marketingu moraju biti: „jako brze. Jer to je posao s ljudima, a posao s ljudima zahtjeva kontinuiranu komunikaciju. Posao s ljudima ne može čekat', osim ako je nešto da može, jednostavno. Ali načelno, kada netko čeka neki odgovor, treba ga dati odmah, jer ako ga ne daš odmah, recimo potražnja ili neka agencija ili netko će ići negdje drugdje.“

Kazivačica M.B. ima 42 godine radnog staža u ugostiteljstvu kao vlasnica različitih ugostiteljskih objekata. Njeno iskustvo, osim vlastitog rada u turizmu, pruža uvid i u iskustvo zapošljavanja i potrage za radništvom. Uz rad u ugostiteljskim objektima, kazivačica M.B. posjeduje apartmane koje iznajmljuje turistima tijekom turističke sezone. O iskustvu iznajmljivanja stanova turistima rekla je: „Jedan stan iznajmljujem turistima. To traje dva, dva i po' mjeseca. Mjesec, mjesec i pol, kako kada. I tu imam jedan stan (u Puli) u kojem imam jednog stalnog podstanara.[...] Ja nemam vremena se s time baviti, na način da ja mogu bit' na telefonu. Niti znam jezik. Ne znam engleski, ne znam njemački, znam samo talijanski. A i ljeti imam previše posla (u ugostiteljskom objektu). [...] Ali moje je da čistim. Znači, imam ženu koja čisti. Da

peglam, da složim robu... To je dio mog' posla koji mi nije težak. Super mi je. To je lagan novac. Lakši novac nego u kafiću. Puno lakši nego u kafiću.“ Kazivačica M.B. osvrnula se i na svojevrsan poslovni rizik u poslovima kojima se bavi: „Znači, ovisi o tebi da l' ćeš očistiti, da l' nećeš očistiti. Tako da imam i pet apartmana, ako nemaš čistačicu, ćeš sam odraditi. U kafiću ne možeš sam odraditi. U kafiću moraš imati radnike. Ako i jedan u tom lancu kiksa, ti si nastradao. [...] Ovisiš puno o radniku. Ne volim ovisit' o radnicima. Ali ovisiš o radnicima. [...] Apsolutno! A s apartmanom mogu imati kontrolu nad cijelim procesom. I da imam pet apartmana, što mi je u budućnosti nekakva vizija, više se početi baviti time, nego ovim tu (ugostiteljstvom). Definitivno. Jer ovo, izuzetno je postalo teško radit'. Najviše zbog radnika.“ Obzirom na iskustvo od 42 godine rada u ugostiteljstvu, M.B. je postavljeno pitanje što misli o današnjim radnicima/radnicama i koje su razlike između prijašnjih i današnjih radnika/radnica (ako iste postoje). Njen odgovor je bio: „Ah, razmaženi su! Te nove generacije su užasno razmažene. Apsolutno im ništa ne smiješ reći, jer oni su već od doma naučeni da ti njima ništa ne smiješ reći. Imaju jak ego. Nisu spremni razgovarati! Nisu spremni na nikakve kompromise.“

Iz iskaza M.B. kao poslodavke može se iščitati kako joj svijest radnika/radnica o svojim pravima i nije baš po volji te kako je radništvo u turizmu vrlo nepouzđano, jer je ponuda poslova u turizmu velika te stoga imaju izbor i mogućnost biranja boljih uvjeta. Također, iskaz govori o vrlo važnoj ulozi međuljudskih odnosa na poslu.

4.2.2. Motivacija za rad u turizmu i motivacija na poslu

U cjelini posvećenoj motivaciji prikazani su iskazi kazivačica koji govore o motivaciji za rad u turizmu kao i o motivaciji na poslu. Cilj ovog poglavlja je prezentirati faktore privlačenja poslova u turizmu kao i prikazati motive zbog kojih se radnice zapošljavaju i zadržavaju na poslovima u turizmu.

Kazivačica S.N. o inicijalnoj motivaciji za rad u turizmu kaže: „Zapravo sam ja krenula radit' sa 16 godina. Još u srednjoj školi. [...] Da pomognem malo roditeljima. [...] Pa prvi posao mi je bio na (teniskom) turniru. [...] Kao praktički besplatno ljetovanje, još dobiješ plaćeno. [...] I to mi je bio prvi susret sa turizmom.“

Kazivačica T.F. navodi kako se na odluku za rad i školovanje vezano uz turizam odlučila u vrlo ranoj dobi te navodi kako je za posao u prodaji i marketingu imala visoku razinu motivacije: „Zato što je meni to bilo zanimljivo i dinamično i nije mi bilo problem ostati. [...] Moj opis posla je bio takav da neke stvari ne možeš ostavit za sutra. [...] Odnosno možeš, ali će biti puno nekvalitetnije i puno će se veći problemi napraviti, ako ostavim nešto čučat' za sutra, prekosutra. Znači, ako treba nešto napraviti, treba napraviti' odmah ili ne treba uopće napraviti'. Onda, mislim nisi za to. Onda nemoj taj posao raditi'.“

S druge strane, kazivačica P.L. navodi kako nije imala inicijalnu motivaciju za rad u turizmu, već je zapošljavanje u turizmu bilo usputno, uz studiranje: „Znači to je bilo slučajno. Nisam se planirala time baviti. Prvi posao mi je isto bio u turizmu. Bila sam studirala pravo, koje nisam završila. I onda sam počela raditi u turističkoj agenciji koja se bavila čarterima jahti. Imala je mjenjačnicu, privatni smještaj, bukiranje brodova, prodavanje izleta za Veneciju, Brijune... To sam radila 3 sezone. Znam engleski, njemački i talijanski pa sam onda kao zbog toga, znanja jezika, tamo završila. (kao turistička vodičkinja).“ Iskaz P.L., osim o motivaciji, govori i o prednostima rada u turizmu, odnosno stjecanju kompetencija kroz rad u turizmu. Za nastavak rada u turizmu presudna motivacija za P.L. bila je: „Da radim s ljudima, jer volim raditi s ljudima. Volim razgovarati s ljudima. I prvo sam htjela raditi u poslovnici, jer mi je to srodno tom poslu koji sam prije radila turistički, ali sam slučajno počela ovo, to vođenje i to mi se više sviđelo, jer imam neku svoju slobodu. Šef mi je u Fažani, ja sam na otoku. Nemam baš neku veliku kontrolu (od strane nadređenih), niti kontrolu od kolega. S njima se dogovorim i onda ja poslije imam tu svoju shemu, svojih tri i po' do četiri sata tog programa i onda si ja odredim sama kako ću to izvesti i kako ću to odraditi.“

Kazivačica J.S. ima 25 godina. Doselila je iz Slavonije u Pulu zbog studiranja. U turizmu radi tijekom ljeta, odnosno turističke sezone, kada nema predavanja. Trenutno je sezonski zaposlena na recepciji jednog kampa u okolici Pule. Kako tvrdi, njena motivacija za rad kao i školovanje vezano uz turizam vezana je uz: „Nova iskustva, upoznavanje novih ljudi, a i malo da sebe testiram.“

Kazivačica D.M. rođena je i živi u Puli. Završila je studij sociologije u Sjedinjenim Američkim Državama te studij vezan uz turizam u Puli. Radnog iskustva ima devet godina, a u turizmu radi dvije godine. Njena motivacija je: „Znači jedina moja

motivacija za rad u turizmu je isključivo bio novac! Obzirom da sam provela sedam godina radeći po uredima, gdje je jednostavno taj domet plaće bio maksimalan do četiri tisuće kuna. Nedovoljno! A ujedno mi je smetala i ta nekakva korporacijska shema u koju se nisam mogla uklopiti pa sam odlučila otići u turizam i okušati svoju sreću u turizmu. [...] Znači, na zadnjem poslu kad sam radila u odvjetničkom uredu [...] dala sam otkaz kako bih mogla ići raditi u turizmu.“

Kazivačica K.F. koja u turizmu, odnosno ugostiteljstvu i hotelijerstvu, radi sedam godina navela je kako je inicijalni razlog za rad u turizmu bio: „Pa ono, više novac. Više novac i upoznavanje, turista. Ljudi. I tako.“ Govoreći o kolegicama sobaricama s posla u hotelu navodi kako su njihovi razlozi prema njenom mišljenju bili: „Pa novac! [...] Većinom su došli(e) s obitelji ovdje (u Istri) i što su imali(e) djecu. I zato im je pogodovalo (raditi u domaćinstvu hotela), zbog toga što su mogle raditi prvu smjenu, drugu nisu morale. (One) Koje su imale djecu. Tako da su se radi toga najviše zapošljavale tamo.“ Iskaz kazivačice K.F. o kolegicama sobaricama eklatantan je primjer sprege patrijahata i kapitalizma, gdje žene s niskim kvalifikacijama rade nesigurne honorarne poslove za nisku plaću, a koji su produžetak njihovih neplaćenih poslova u kućanstvu.¹²²

Kazivačica M.B. na pitanje o motivaciji za odlazak u poduzetničke vode vezane za ugostiteljstvo i turizam govori kako je postojao uzor u njenoj obitelji prema kojem se povelala te navodi: „Moja teta koja je u Zagrebu, mi je bila primjer. Ja sam vidjela kako ona lijepo radi s kafićima i koliko novaca ima. I sa fliperima i sa svim tim stvarima. I ja sad kažem, mene ti je vukao novac. [...] Ljubav je, ali prema novcu! Da! Ne prema poslu. Ja bih mogla i taksi bila voziti samo da mi je novac donio. Mogla bi i bager bila voziti, samo da mi je novac donio. Ja to i danas mogu raditi, samo da mi novac donese.“

¹²² Više o temi: <https://stats.oecd.org/index.aspx?queryid=54757>, (pristup: 16.8.2020.), Jung, A., i O'Brien, M., (2017.): *The Profound Influence of Unpaid Work of Women's Lives: An Overview and Future Directions*, u *Journal of Career Development* (Vol. 46, No. 2), Sage, str. 1-17. i Antonopoulos, R., (2009.): *The unpaid care work – paid work connection* (Working Paper No. 86), Policy Integration and Statistics Department, International Labour Office, Geneva.

4.2.3. Stručnost u turizmu?

Cjelina o stručnosti u turizmu fokusirana je na stručne kvalifikacije kazivačica, a vezano uz poslove koje su radile u turizmu. Cilj je prikazati koliko su zaposlenici/zaposlenice u turizmu obučeni (stručni, kvalificirani) za rad na određenim poslovima te kako poslodavci za poslove na nižoj hijerarhijskoj ljestvici ne zahtijevaju stručnost, već se vode brojčanom fleksibilnošću dostupne radne snage na tržištu rada što u konačnici uzrokuje visoku fluktuaciju radništva na dnu hijerarhijske ljestvice poslova, a poslodavcu ostvarivanje profita nauštrb adekvatnih i primjerenih plaća. Također, cilj je skrenuti pažnju na tendenciju zapošljavanja mladih osoba s malo radnog iskustva u turizmu što potonjima pruža priliku za stjecanje iskustva i ulazak na tržište rada, dok poslodavcu nudi jeftinu radnu snagu i smanjenje troška za plaće.

Kazivačica T.F. radila je posao koji zahtjeva visoke kvalifikacije, ipak tijekom studiranja je radila honorarne studentske poslove te navodi: „Prvo sam imala sezonske poslove, dok sam studirala, a nakon toga sam prešla raditi... Znači, kako sam diplomirala sam se zaposlila u prodaji. [...] Znači ja sam radila posao u marketingu i prodaji. Ja sam kontaktirala s agencijama i slala ponude, radila rezervacije za [...] prvo za grupne aranžmane, znači za manje grupe, poslije za kongrese, velike, male, svakakva zbivanja, tako da različite aktivnosti. Znači, različita neka *insentive* putovanja [...].“

Kazivačica P.L. osvrnula se na društvenu percepciju posla turističkog vodiča/vodičkinje kao i na potrebne kvalifikacije i kompetencije potrebne za taj posao. Osim toga, opisala je kadar koji radi posao vodiča/vodičkinje te uzročno-posljedičnu vezu uvjeta rada i odabira radništva kao i degradaciju poslova na društvenoj ljestvici. Ona tvrdi: „Pa dobro, recimo, konkretno ovaj vodič. Kao što se većina zanimanja srozala na nekoj društvenoj ljestvici i sve manje su cijenjena, tako je i ovo. Nekad je puno više trebalo znanja i obrazovanja da bi se došlo do toga, a sad to može raditi svatko. Ne znam, taj tečaj traje 5 tjedana. Ljudi ga plate. Dobro, ovdje ni ne treba taj tečaj, nego samo ta njihova edukacija. Tako da, to praktički može raditi svatko, a zbog tih, niskih primanja, nije ta firma konkurentna u tome i onda takvi ljudi dolaze raditi. Ima nekih iznimki. Ima i profesora jezika, ali ima i ljudi koji su negdje konobarili u Italiji pa su naučili dobro talijanski i sad evo to rade. Kao vodiči, 10 – 15 godina.

Tak' da, sa tim' svime, zbog tih uvjeta rada, ne može se ljudima ponudit' posao na cijelu godinu. Ne može im se ponudit' neka velika plaća pa se dobiva i takav kadar. [...] Malo po malo. Mislim, uvijek ima tih nekih entuzijasta, zaljubljenika, koji su stvarno obrazovani ili su ta stara škola. [...] Ili rade u školi pa ljeti rade to (kao turistički vodiči/vodičkinje). Ali ja kad sam to počinjala radit' mislila sam da to rade samo studenti, da (su) to neki klinci koji znaju dobro jezik. Onda sam se iznenadila kad sam vidjela te žene od 50 - 60 godina koje su tamo zaglavile, pod navodnicima, radile su neki drugi posao, pa raznorazne nevolje su ih na to natjerale. Ono, kad pričam s njima, nitko to nije u početku izabrao, da mu je to bio san da radi, nego su tamo završili. Neki su se u tome našli, nekima je bilo lijepo, neki su jednostavno tako tamo ostali.“

Kazivačica M.N. trenutno je studentica na Filozofskom fakultetu u Puli i njen studij nije vezan uz turizam. Honorarne poslove u ugostiteljstvu počela je raditi još kao učenica što svakako govori o njenim kvalifikacijama za rad u turizmu, ali i o ranom ulasku na tržište rada preko posla u turizmu. Kazivačica M.N. rođena je u Istri, živi u okolici Pazina i sa svoje 24 godine ima 9 godina radnog iskustva na različitim honorarnim poslovima u turizmu. Kazivačica M.N. o početku svog radnog iskustva navodi: „Pa u biti, tražila sam posao kakav god. Samo da idem radit' [...] jedino ča san našla u Pazinu je bilo to (kafići). Imala sam 14 godina. Nisam imala baš neki izbor. Jedino on me je uzeo, u biti, tako mladu.“

Kazivačica M.B. navodi kako je ugostiteljske obrte vodila kao obiteljski posao u kojem su uz radnike/radnice radili ona i njen suprug. Iskaz M.B. dakako govori i o odnosu poslodavaca spram radnika kao i o (ne)poštivanju radničkih prava. U poziciji poslodavke njena percepcija i iskustvo s radnicima/radnicama i njihovim kvalifikacijama je sljedeće: „Ma, nisu bili izučeni za konobare. Mislim da pravog konobara tada nisam niti imala. [...] Ali su se jako dobro snalazili u tom poslu. Nije to trebalo pravog konobara za natočit' piće, otvorit' pivo, što se tiče (ugostiteljskog objekta) u Vodnjanu. Što se tiče Fažane, u (restoranu u) Fažani smo u ljeti imali puno posla, jer smo imali i hranu. Onih 20 dana (špica sezone) smo imali roštilj i to je sve moj muž radio. Imali smo jednu ženu u kuhinji. I tad' smo jako puno radili. I tad' se baš osjetila sezona. Fažana je sasvim druga priča bila. I tad' smo imali tamo, četiri zaposlena, ili pet. U Vodnjanu, dvoje, eventualno troje, za koji slobodan dan. [...] U ono vrijeme, nisu ni imali slobodne dane. Bilo je bitno zaraditi! Godišnji su imali,

naravno! Ali neke slobodne dane, to je tek kasnije došlo. Negdje krajem '80-ih, sredinom. Moj muž je uvijek bio za to da im se dâ slobodan dan. I uvijek smo kasnije svima davali“. O iskustvu s radnicima/radnicama i podučavanju M.B. navela je primjer početka razgovora sa svojim (mladim) zaposlenicima/zaposlenicama: „Sve znam, kaže konobar. Priučeni, jel'. Sve znam. Eh, na kraju ne zna nosit' ni tacnu. Eto tako to kreće. A da ne govorim o kavi. [...] I onda moraš sve pokazati. Od nošenja tacne do kave. Što me strašno izluđuje, jer sve manje imam živaca za to. I sad u zadnje vrijeme ostavim konobarima (svojim zaposlenicima), nek' oni s njima to rješavaju. Jer, ja bih pukla da svakom ponovno idem pokazivati.“ M.B. je, među ostalim, upitana zašto kao poslodavka ne traži kvalificirane radnike/radnice te ako traži zašto se ne javljaju? Gdje su? Njen odgovor je bio: „[...] nemam pojma zašto. Mi ih tražimo, ali se ne javljaju. Šta ja znam, gdje su. [...] Moje osobno mišljenje je da, možda traže bolje plaćen posao. Mislim da puno više mogu zaraditi [...] u nekom restoranu, gdje je hrana, počevši od manče,¹²³ ali, doduše i više rade, jer moraju i duže raditi i više raditi. Ali mislim da je to glavni razlog. [...] Jer nikad u kafiću ne možeš zaradit' k'o u restoranu, iako imaš i dobru plaću, ali od manče od svega uvijek možeš više. [...] pravi posao je tamo (u restoranu) dva, dva i pol' mjeseca, a ovdje (u caffe baru) imaš cijelu godinu. I u tome je razlika.“

4.2.4. Ugovor i plaća

Usluge povezane s turizmom posebno su radno intenzivne, a to znači da cijena rada predstavlja značajnu proporciju ukupnih troškova za poslodavca. Uključenost radništva u pružanje konačne usluge u turizmu kao i direktnost kontakta s turistima varira ovisno o radnom mjestu. Konačni učinak usluge manifestira se kao željeni ishod između pružatelja/ice i konzumenta/ice usluga što znači da kvaliteta socijalne interakcije predstavlja značajni dio kupljene usluge. Kupiti uslugu znači kupiti određeno društveno ili sociološko iskustvo.¹²⁴

Obzirom da su pojedine kazivačice radile u kuhinjama različitih ugostiteljskih objekata i posvjedočile načinu rada, nije na odmet spomenuti kako je došlo do racionalizacije i

¹²³ Kolokvijalno značenje riječi manča (manća) je napojnica. Više na: http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=eF5vWw%253D%253D (pristup: 03.09.2020.)

¹²⁴ Urry, J. (2002.), str. 60

današnjeg načina rada u kuhinji te što je reorganizacija kuhinje značila za odnos poslodavaca/poslodavki i radnika/radnica. Dakle, kako bi se zadovoljio zahtjev klijentele za brzom pripremom hrane bilo je nužno reorganizirati i racionalizirati kuhinju, što je prvi efektivno i efikasno učinio francuski restorater, kuhar i pisac kuharica Auguste Escoffier,¹²⁵ podijelivši kuhinju u pet odjeljaka vezanih uz vrstu rada. Navedene sekcije bile su visoko neovisne što je rezultiralo time da je priprema jednog jela zahtijevala rad nekoliko kuhara iz različitih odjeljenja. Reforma kuhinje rezultirala je rušenjem tradicionalnih zanatskih razgraničenja i generiranjem novih divizija radništva baziranih na novim formama specijalizacije i neovisnosti aktivnosti. Jedno od glavnih obilježja rada u takvoj organizaciji jest *ad hoc* menadžment, ponajprije zbog visoko promjenjivih i nepredvidivih zahtjeva potražnje. Posljedično, menadžment mora razviti niz brzo primjenjivih načina vodstva kako bi odgovorio na promjenjivost i relativnu nepredvidivost potražnje te neočekivane krize. Nepredvidivost je jedan od razloga zbog kojega menadžment izbjegava kolektivne ugovore, već prije sklapa individualne ugovore što znači da svaki zaposlenik/ca zasebno dogovara uvjete s menadžmentom. Shodno navedenom, zaposlenik/ca može dogovoriti osnovnu plaću i različite povlastice kao smještaj, polu-formalizirane povlastice kao napojnica i slično. Naravno, postoje razlike u glavnom i perifernom osoblju.¹²⁶

Osim individualnog sklapanja ugovora, poslodavci među strategijama za smanjenje troškova koriste i sljedeće:

- ekspanziju samoposlužnog smještaja
- ekstenzivno korištenje informacijske tehnologije. Internet, posebno, omogućava različite oblike mrežnog povezivanja između potencijalnih konzumenata i brojnih lokalno specifičnih i determiniranih jedinica nabave
- promjenu radničkog inputa posebno kroz rast honorarnog zapošljavanja žena
- ekonomiziranje troškova kroz udruživanje ili konzorcij
- zatvaranje objekta van sezone ili alternativno pokušaj generiranja ekstra posla van sezone ili kreiranje do sezona

¹²⁵ <https://www.britannica.com/biography/Auguste-Escoffier> (pristup: 01.06.2020.)

¹²⁶ Urry, J. (2002.), str. 66.

- generiranje ekstra prihoda kroz poboljšanje kvalitete proizvoda, kao npr. bolja jela, bolje trenirano radništvo ili apartmanskog smještaja.¹²⁷

Glavnina turističkih tvrtki u Hrvatskoj je privatizirana te je glavni i jedini cilj vlasnika - ostvarivanje profita. Obzirom da su određeni troškovi poslovanja zadani te se ne mogu mijenjati, poslodavac, kako bi ostvario profit, okreće se troškovima koje može smanjivati. U te troškove ulaze plaće. Znači, poslodavac može utjecati na cijenu rada, a cijena rada može se obarati ili kroz smanjeni broj zaposlenih radnika/radnica ili pak kroz manju plaću, ili dodatke na plaću, prema riječima Marine Cvitić, voditeljice ureda Sindikata Istre, Kvarnera i Dalmacije te predsjednice odbora za ugostiteljstvo i turizam. Osim toga, Marina Cvitić navodi kako ne postoje standardi rada koji se odnose na sve kompanije te stoga kompanije primjenjuju svoje, interne standarde što znači da sobarica u jednom hotelu mora očistiti 20 soba, dok u drugom mora očistiti 30 soba.¹²⁸

Iskazi kazivačica uglavnom potvrđuju kako se glavnina poslova u turizmu, na nižim hijerarhijskim ljestvicama, obavlja preko honorarnih i ugovora na određeno. Nadalje, govore o (ne)poštivanju stavki ugovora od strane poslodavaca, kao i o radu na crno. Važno je istaknuti kako se u iskazima kazivačica može razlučiti razlika u poštivanju ugovora od strane velike turističke kompanije i manjih, privatnih društava (ugostiteljskih obrta).

Kazivačica S.N. je 13 godina na tržištu rada. U tom vremenu odradila je 9 sezona i još niz honorarnih poslova uz studiranje. Po prekidu studija, prestala je raditi na studentske ugovore, a počela na ugovore na određeno vrijeme. Na pitanje kako je radila u vrijeme studiranja i je li to bilo na studentski ugovor te je li sve bilo isplaćivano preko ugovora, odgovorila je: „[...] da (preko studentskog ugovora). Ah, da, naravno da je išlo (na crno)! [...] Jedan dio uvijek! Minimalac preko ugovora, a ostalo na ruke. Klasika!“ Također, napominje kako svi poslodavci u tvrtkama gdje je radila nisu bili isti: „U F. sam bila prijavljena na sve. [...] Kad sam odradila probni rok, izračunali su otprilike koliko sati bih ja mogla odradit'. [...] i ono sat dva, 'ajde, vamo – tamo, bi možda uplatili na ruke, ali za sve sam kod njih bila prijavljena. Točno u lipu. I uvijek su ispoštovali sve. To je bilo fer i korektno. Ali, ostalo više - manje. [...] Sljedeći

¹²⁷ Isto, str. 50.

¹²⁸ Sezonski rad u turizmu, Radnička prava TV, proizvodnja: Udruga BRID uz potporu Rosa Luxemburg Stiftung, Listopad 2015. (<https://www.youtube.com/watch?v=MCXcCbse5FI&t=15s>).

posao, kebabdžinica. Tamo sam dala otkaz zato što nisam dobivala plaću! Nakon toga kafić u kojem četiri mjeseca nisam dobila plaću.“ U nastavku, S.N. spominje iskustvo s još jednim poslodavcem: „Ja sam bila isplaćena samo za, ne sjećam se koja je cifra, jedna neka bila, 1 000 i nešt' kuna, nemam pojma, na ugovoru. Ali dogovor je bio, ostatak na crno, a plaća mi je bila tri i pol tisuće. Također je dogovor bio 8 sati radnih na dan, jedan dan slobodno, međutim, to tako nije bilo. [...] Jer radila sam dvije smjene, jer ova osoba iz druge smjene, odnosno konobar iz druge smjene je zapravo bio vlasnik toga (ugostiteljskog objekta). Koji bi bio prepijan da odradi smjenu. Bio je stvarno duša od čovjeka, al' brate mili, loš šef za poludit'.“

Kazivačica T.F. se odmah po završetku studija zaposlila u jednoj velikoj turističkoj tvrtki. Obzirom da tvrtka u kojoj je radila posluje dugi niz godina i zapošljava velik broj radnika, ugovori su bili kolektivno dogovoreni na razini tvrtke te se sadržaj istih bezrezervno poštivao. T.F. navodi: „Ugovor je bio prvo pripravnički staž. Prvo pripravnički, a nakon dvije godine sam dobila ugovor za stalno i to je bilo to. I u principu sva prava koja proizlaze iz ugovora su bila poštivana. [...] Firma u kojoj sam radila je firma koja izuzetno poštuje radnička prava. Tako da, bar iskustvo mene i mojih kolega i kolegica je bilo tako. Zato ja svima preporučam da ukoliko se žele zaposliti u turizmu da idu u tu jednu ozbiljnu firmu koja će im pružati sva prava.“

Kazivačica M.N. radila je u raznim ugostiteljskim obrtima te u jednoj velikoj turističkoj tvrtki. Iskustvo rada, kao i poštivanje stavki u ugovoru uvelike se razlikuje kod velikih kompanija i manjih tvrtki. Pri radu u jednoj manjem gospodarskom društvu M.N. navodi: „Znači, plaćali su mi minimalno, na ugovor i sve ostalo na ruke, tako da više-manje je bilo na crno.“ M.N. kaže kako je uvjete rada dogovarala izravno s poslodavcem te uspoređuje rad u dva ugostiteljska objekta te odnos poslodavaca prema radnicima/radnicama: „Tipa, tri nas je bilo u smjeni. Tri ujutro, dva popodne. Ali malo je to bilo, jer smo imali baš jako puno posla. Sada, u ovom jednom drugom kafiću, bila sam plaćena po prometu. [...] Ja sam imala 25 kuna na sat, ali ako bin napravila veliki promet, on bi mi bio platio, tipa 30 kn na sat plus još neku stimulaciju. Tako da to mi je bilo fenomenalno. Ja sam si u 8 dana zaradila po 2 500-3 000 kuna plus još manče koje su falabogu puštali, ono, brutalno. [...] S tim da u ovom prvom kafiću di sam radila, imala sam 15 kn sat i nisam si smjela uzimat manču, tako da to je bilo baš ono, radikalno.“

U iskazu M.N. vidljivo je da pojedini poslodavci kako bi ostvarili više profita, ili zapošljavaju manje radnika/radnica što generira dodatno opterećenje zaposlenim radnicima/radnicama, ili smanjuju cijenu rada. Dakako, iskaz M.N. govori o nepostojećoj regulaciji odnosa radnika/radnica i poslodavaca/poslodavki u sektoru manjih ugostiteljskih poduzeća, odnosno odnosi su regulirani ugovorom, ali se uvelike ne poštuju. Osim u ugostiteljskim objektima, kazivačica M.N. radila je i u velikoj turističkoj kompaniji, gdje je radila preko studentskog ugovora te navodi: „[...] u (velikoj turističkoj kompaniji) je sve po PS-u. Znači nema, baš sve striktno. [...] još smo na boljem položaju, nego stalni zaposlenici.“ O poštivanju stavki u ugovoru rekla je kako se poštuje: „Sve. Apsolutno sve! Čak i prekovremeni rad je dodatno plaćen, blagdani, vikendi, apsolutno sve. Imamo marendu, sve uredno.“

Kazivačica P.L. osvrnula se na (sezonski) ugovor i rad u kolektivu turističkih vodiča/vodičkinja te navela kako stariji zaposlenici/zaposlenice percipiraju nove zaposlenike/zaposlenice: „Smatraju nas konkurencijom. [...] Većina njih, od nas kojih je bilo 13, samo 1 je zaposlena za stalno, većina je sezonaca. Čak nisu ni stalni sezonci, nego samo sezonci. Onda su se vjerojatno bojali za svoj status i tako je i dalje. Svaku informaciju je jako teško izvući. Moraš se dosta snalaziti sam i nisu baš spremni za prijenos znanja.“ O ugovoru na koji je bila zaposlena kao vodičkinja kao i o ciljevima radnika/radnica P.L. kaže: „dobiješ ugovor na, ono, neki rok, recimo 6 mjeseci i onda se produžava za te prekovremene sate. Ta kao preraspodjela. To se skupi mjesec do dva. Onda još 20 dana do mjesec dana godišnjeg i onda završi radni odnos. Onda oni (kolege i kolegice vodiči/vodičkinje) idu na Zavod (za zapošljavanje). Njima (radnicima/radnicama) je cilj skupiti 9 mjeseci da mogu imati 3 mjeseca te naknade sa Zavoda, dok ne počne sljedeća sezona. Tako u principu to funkcionira.“

Kazivačica J.S. navodi kako je smjena na recepciji u kampu na širem području južne Istre, gdje je radila, sedam sati te kako su se sve stavke ugovora poštovala, uključujući: „noćni rad, blagdani i nedjelja sve se ispoštuje, obzirom da kada dolazimo na posao imamo kartice koje prislanjamo na čitač kada dolazimo i kada odlazimo. Znači ako je smjena do 2 (14 sati), a imala sam posla do 3 (15 sati), ja se odjavljujem u 3 (15 sati) sata. Znači tih sat vremena meni je ekstra. I to će se isplatiti, zavisi od toga da li je prva, druga, blagdan.“ Nadalje, kazivačica J.S. je također pojasnila odnos zaposlenika/ica sa stalnim ugovorom i „sezonaca“ u kampu gdje radi: „Znači

stalnih radnika, uključujući recepciju i kasu, koji smo zajedno u istoj prostoriji, ima petero. Eto ta kolegica koja, ako je mogu nazvati stalnim sezoncem i onda smo mi svi ostali sezonci. Nas je bilo ove godine desetak, otprilike. Znači, plus što imamo i rampu na kojoj su zapravo svi sezonci. Nitko nije stalno zaposlen, zato što van službenog otvorenog perioda kampa, rampa nije potrebna i nije nitko potreban da radi na rampi.“ Iskaz J.S. govori o nedostatnoj regulaciji ugovora na određeno i zapošljavanja od strane viših državnih instanci što rezultira time da radnici bivaju otpušteni sa radnog mjesta te ponovno zaposleni kroz nekoliko mjeseci čime je njihov status nesiguran i nepogodan za dugoročno planiranje života. S druge strane, socijalna mjera Zavoda za zapošljavanje koja radništvu omogućuje naknadu u razdoblju traženja posla, odnosno nakon otkaza, postaje svojevrsni mjesečni izvor prihoda radništvu, trošak državnom proračunu, a poslodavcu način da nema trošak plaće i poveća profit.

Kazivačica D.M. jednu je turističku sezonu radila kao hostesa na *charter* brodovima. O ugovoru i poslovanju kazala je: „Ja uopće nisam prijavljena. Ja novac dobivam na ruke. Ne plaćaju mi se doprinosi, ni zdravstveno ni ništ'. To je *cash* na ruke. *Cash and carry!*“ Na pitanje zar zaista ne postoji nikakav oblik ugovora, D.M. je odgovorila: „[...] nema, nema. Ja ne znam kako to čarter rješava s gostima, jer znam da je napisano koliko košta skiper, koliko hostesa, najam broda, a ja dobivam novac bez ikakvog ugovora, što nisam prijavljena.“ Obrazlažući vjerojatnost zašto ne postoji ugovor, D.M. navodi kako se radi o angažmanima od nekoliko dana te kako je kontaktira nekoliko različitih agencija, odnosno *chartera*: „da, ja nisam zaposlena za jedan čarter, jednostavno to nije takav tip ugovora. Odbila sam takvu ponudu, jer nisam htjela biti ča od kuće u komadu 6 mjeseci. A da sam pristala na taj posao ja bih bila zaposlena na ugovor, na pola godine i onda bi' bila zaposlena sa papirima. Ne bi bio rad na crno. A sve ovo što ja radim za čartere je rad na crno.“ Iskaz kazivačice D.M. govori o relativno slaboj ili nepostojećoj regulaciji poslovanja agencija koje iznajmljuju *charter* brodove, što se tiče sklapanja ugovora s radnicima/radnicama.

Kazivačica K.F. o poštivanju stavki ugovora te uvjetima rada u hotelu koji posluje na području Rovinja navela je: „Stavke u ugovoru, što se tiče slobodnog dana tjedno, to se poštivalo. Sati su se isto poštivali, što se tiče hotela, je l'. Sada te pauze u tih osam sati što se bilo tamo, to se nije poštivalo, naravno, radi toga što [...]. Bilo je

određeno vremenski kada imaš pravo na pauzu, ali, naravno, nisi stigao uopće. Većina nije stigla na tu pauzu. Tako da, to bi bilo neprestano. Nije se stiglo ni otić' na wc, a kamoli na pauzu! Jer oni ti zadaju sad, ne znam koliko soba, i ti ako želiš ići na wc, ti moraš otić' dolje! Sa trećeg kata otić' dolje da ideš na wc.“ Iskaz K.F. govori o nepostojanju regulacije na razini cjelokupne djelatnosti koje bi se poslodavci zakonski trebali pridržavati, a koja je vezana uz opseg rada u 8 sati. Nepostojanje regulacije rezultira time da svaka kompanija uz što manje radnika/radnica nastoji obaviti više posla, a sve kako bi se smanjio trošak dodatnog zapošljavanja te time povećao profit vlasnika.

O plaćama sobarice K.F. je rekla: „Plaća je mizerna. Piše ti u ugovoru tri i dvjesto. To je bila plaća. S time da su oni plaćali dio stana (odnosi se na sezonsko radništvo koje u Rovinju nema prebivalište)“. Uspoređujući rad u velikoj kompaniji u sklopu koje se nalazi hotel u kojem je radila kao sobarica i rad u kuhinji ugostiteljskih objekata, K.F. navodi: „kad sam radila kao sobarica, sve je bilo isplaćivano na račun. [...] Rad u kuhinji, ne! Rad u kuhinji je [...] plaćen na račun oko 60 %. [...] Ostatak je na ruke. Naravno.“ O obliku ugovoru na određeno na koji su bile zaposlene sobarice u hotelu gdje je radila, K.F. je rekla: „Zavisi. Ili po mjesec dana il' po dva! Nitko nije dobivao ugovor za stalno. Mjesec, dva, tri mjeseca ugovor i to ti je to. Znači svaki mjesec ti se produžuje ugovor. Svaki mjesec, svaka dva ili tri mjeseca, zavisi kako kome“ [...] Mislim, oni (hotel) su radili cijelu godinu, ali se cijelu godinu produžuje ugovor. Po mjesec dana.“ Poštivanje stavki u ugovoru radom u kuhinji restorana, prema iskustvu K.F. bilo je: „Evo sad na primjer, kad je sezona, inače nema slobodnih dana za vrijeme sezone, što naravno u ugovoru piše, jel'. Mislim radi se po ugovoru sedam sati, al' ne radi se sedam sati! Radi se osam, devet ili deset ili čak i više sati tijekom sezone. Znači (rad se) ne vrednuje ništa! Apsolutno ništa!“ K.F. je pitana da li se proporcionalno s povećanjem obujma posla povećava i plaća, a njen odgovor je: „Ne! Plaća je ista! Bez obzira o količini posla, plaća je ista. Znači i ako ima cijeli dan posla, i hrpa posla i dulje ostaješ, znači dobiješ istu plaću.“

4.2.4.1. Radno vrijeme

U poglavlju posvećenom radnom vremenu kroz iskaze kazivačica prezentirat će se koliko se zapravo sati radi u danu na poslovima u turizmu i poštuju li se odredbe navedene u ugovoru sklopljenom s poslodavcem/poslodavkom kao i odredbe Zakona o radu¹²⁹ o maksimalnom fondu radnih sati tjedno od 60 sati. Također, iz svjedočanstva kazivačica može se iščitati kakav je odnos poslodavaca bio prema prekovremenom radu.

Kazivačica K.F. navela je kako je rad u restoranu iznimno intenzivan te kako se radi: „Osam sati bez prestanka. Devet. Mislim piše se osam, sedam, ali to zapravo nikad nije osam. [...] Da, radim drugu smjenu. Znači od čet'ri do jedanaest. Zvanično. A ono dalje, do dva, do jedan, to ti je... Ne računa se.“

O svom iskustvu s radnim vremenom u ugostiteljskim objektima M.N. je kazala: „Ovako, ča se tiče kafića, to nikad ni bilo 8 sati. Baš rijetko kada. Eventualno ako si ujutro, popodne tipa 10, 11, 12 svakako. Imala sam isto situacija, to mi je bilo na prvom poslu, valjda zato što što sam bila mlada, neiskusna pa su me iskorištavali. Tipa bila je ta fešta [...] i onda radila sam popodne, tipa 16, 17 sati, baš *full* dugo.“ Kazivačica M.N. također navodi: „da. I onda, ok, slobodna si, s tim da nam se to niš' više nije plaćalo. Znači 15 kn satnica, koliko radiš, radiš. I onda drugi dan, jedna frajerica se nije pojavila na poslu, i koga ćemo zvati, pa ajmo M. Tako da sam ja praktički u dva dana, radila nekih 28 sati, ono baš jako puno. To mi je bilo jedino koma. Slobodan dan, san imala valjda jedan u tri mjeseca.“ S druge strane, M.N. je radila pet sezona u velikoj turističkoj tvrtki u odjelu naplate i komercijalnih poslova gdje su se stavke u ugovoru strogo poštovale, a za prekovremeni rad navodi: „U tih pet sezona možda sam dva dana ostala duže jer je bilo nešta ekstra hitno za napraviti [...]“

Kazivačica J.S. navodi kako raspored rada na recepciji moguće dogovoriti s nadređenima kao i s kolegama/icama: „Ukoliko sam šefu rekla da mi treba slobodan dan, taj dan, ili da mi možda treba da radim specifično neku smenu, uvijek će to

¹²⁹ Zakon o radu, Narodne novine 93/14, 127/17, 98/19. Članak 60. – Članak 72. Dostupno na: <https://zakon.hr/z/307/Zakon-o-radu> (pristup: 22.09.2020.)

napraviti (prilagoditi raspored). Ili ako se napravio raspored pa nešto iskrсне, uvijek se možemo dogovoriti s kolegama za promjenu smjene.“

Kazivačica D.M. uz opis zaduženja nje kao hostese na *charter* brodovima navela je koliko pojedino zaduženje uzima vremena. D.M. kaže: „[...] Onda se dosta i kuhalo na brodu, onda ja tu imam problem zato šta hostesa nije zadužena za večeru, nego je samo zadužena za doručak i ručak. I onda imaš taj problem, gdje ti gostima moraš dat' do znanja, da ti ne kuhaš večeru, jer to onda znači da ti radiš 0-24, jer to uključuje još jedan dodatan obrok, još dodatno pranje kuhinje, suđa i svega. I još kasnije nek' se posluži nekakvo piće ti ne možeš ići zaspati prije ponoć, jedan, dva ujutro, a moraš se dizati ujutro u 7. Tako da tu nastaje problem.“

4.2.4.2. Sindikalna organiziranost

Poglavlje o sindikalnoj organiziranosti posvećeno je borbi za radnička prava u turističkim kolektivima. Obzirom da niti jedna od kazivačica nije članica niti jednog sindikata, svjedočanstva o nekom obliku sudjelovanja u pregovorima s poslodavcima o radničkim pravima nije bilo.

Sindikalistkinja Marina Cvitić navodi kako bez obzira na to što se priča o konstantnom rastu zaposlenih u turizmu, kontinuirano raste broj radnika/radnica zaposlenih na neodređeno vrijeme te su im radnička prava narušena na način da znaju raditi po tri mjeseca bez slobodnog dana, a tjedno više od 60 sati. Nadalje, implicitni vid diskriminacije događa se s radnicima/radnicama starijim od 45 godina koji se, usprkos dugogodišnjem radu kao sezonski radnici/radnice, više ne prijavljuju za sezonske poslove, jer jednostavno ne mogu podnijeti intenzitet rada koji im nameću poslodavci.¹³⁰

Bruno Bulić, dugogodišnji predsjednik i osnivač Sindikata Istre, Kvarnera i Dalmacije tvrdi kako su sezonski radnici/radnice danas u čisto robovlasničkom sustavu. Također, konstatira kako su radnici „sitne ribe“ u sustavu turizma, gdje se jedino

¹³⁰ Sezonski rad u turizmu, Radnička prava TV, proizvodnja: Udruga BRID uz potporu Rosa Luxemburg Stiftung, Listopad 2015. (<https://www.youtube.com/watch?v=MCXcCbse5FI&t=15s>).

gleda profit.¹³¹ Osim toga, navodi kako investitori preuveličavaju projekcije broja ljudi koje će zaposliti u turističkim objektima koje planiraju otvoriti.¹³²

Predsjednik Sindikata turizma i usluga Hrvatske Eduard Andrić konstatira kako su plaće u turističkoj djelatnosti i do 13 % niže od prosjeka plaća u ukupnom gospodarstvu te da ne dosežu potonje čak ni kada se na osnovu obračunaju dodatci za smjenski rad, rad u drugoj smjeni ili rad noću.¹³³

Pri razmatranju sindikalnog udruživanja u obzir se treba uzeti i industrijska komponenta odnosa u turističkim tvrtkama. Nedostatak opsežnog sindikalnog udruživanja i radničkih organizacija oko radnih grupa u industriji znači da postoji tek nedostatna formalno organizirana opozicija prema novim radnim praksama. Tome svakako pridonosi i neformalan menadžerski stil te partikularistička ovisnost o neformalnom sustavu nagrada.¹³⁴

Kako navodi M. Thea Sinclair, sposobnost radnica da svoj rad nude na tržištu rada ponekad je ograničena pregovaračkim aranžmanima radnika i poslodavaca. Istraživanje segmentiranih tržišta rada ukazalo je na ulogu sindikata i odbora na radnom mjestu u održavanju podjele između primarnih i sekundarnih segmenata radništva i ljudi u njima. Shodno tome, poslodavci plaćaju relativno visoke plaće da bi zadržali vješte i iskusne (uglavnom muškarce) radnike/radnice s punim radnim vremenom u primarnom segmentu poslovanja (jezgra), dok se niže plaće isplaćuju radništvu s nižom pregovaračkom moći u sekundarnom segmentu poslovanja (periferni poslovi), gdje su više zaposlene žene.¹³⁵

¹³¹ Pozadina nedostatka sezonskih radnika u Hrvatskoj, Nova TV, emisija Provjereno, prilog priredila: Maja Medaković 27.5.2016. (<https://www.youtube.com/watch?v=Jrfc2CNUZIY&t=355s>), <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/provjereno-istrazili-smo-pozadinu-nedostatka-sezonskih-radnika-u-hrvatskoj---438466.html> (pristup: 20.09.2020.)

¹³² Razvoj turizma nije razvoj zaposlenosti, TV Istra, 7. 11.2013. , prilog pripremila: Nensi Pereša. Dostupno na: <https://www.youtube.com/watch?v=ldN3xM1iRkM> (pristup: 20.09.2020.)

¹³³ <https://www.upuhh.hr/en/component/k2/item/149-kolike-su-place-u-najprivlacnijoj-nasoj-industriji-evo-koliko-tocno-zaraduju-nase-sobarice-recepcionari-kuhari-konobari-i-pomocni-radnici> (pristup: 18.9.2020.)

¹³⁴ Urry, J. (2002.), str. 72

¹³⁵ Sinclair, T., M., (1997.): *Issues and theories of gender and work in tourism*, u Gender, Work and Tourism, (ur. M. Thea Sinclair), Routledge, London, New York, str. 7.

4.2.5. Turizam kao ženska industrija

U poglavlju se govori o zaposlenim ženama i njihovim iskustvima na poslovima u turizmu. Polazi se od omjera zaposlenih muškaraca i žena na poslovima koje su radile kazivačice te procjenu uzroka pretežnog zapošljavanja žena na nižim pozicijama. Analizira se koliko uvjeti rada utječu na adekvatno održavanje osobne higijene u vrijeme mjesečnice te utječe li menstruiranje na izvršavanje posla. Nadalje, kroz poglavlje (kao i kroz cijeli rad) provlači se pitanje o konstruktivnosti radnice, odnosno očekivanjima poslodavca od radnica što se tiče izgleda i ponašanja. Osim toga, kroz poglavlje se provlači i tema mladosti radništva u turizmu.

4.2.5.2. Uvjeti rada i mjesečnica

Žene tijekom života prođu kroz 480 menstrualnih ciklusa, iako s velikim pojedinačnim varijacijama. Glavnu menstrualnih ciklusa žene iskuse u radnoj dobi. Istraživanje Mariesae A. Herrmann i Jonaha E. Rockoffa (2013.) pokazalo je kako menstrualni problemi imaju značajan utjecaj na odsutnost žena s posla iz zdravstvenih razloga. Izniman izazov za žene predstavlja upravljanje higijenom tijekom menstrualnog ciklusa, osobito u zemljama u razvoju.¹³⁶

Sociokulturni kontekst, kao i nametnuta stigmatizacija te rodne norme utječu na iskustvo žena ograničavanjem društvene podrške, oblikovanjem internaliziranih i izvana nametnutih očekivanja u ponašanju. Ograničavanje resursa podrazumijeva neadekvatnu fizičku infrastrukturu kao podršku ženama koje menstruiraju, ali i ekonomsko okruženje koje ograničava pristup cjenovno pristupačnim higijenskim potrepštinama. Menstrualno iskustvo uključuje više tema: menstrualne prakse, percepcije praksi i okruženja, samopouzdanje, sram i tjeskobu te suzbijanje krvarenja i mirisa. Navedene komponente međusobno su povezane i pridonose negativnim utjecajima na život žena i djevojaka. Fizički simptomi koje žene mogu osjećati u

¹³⁶ Krenz, A., i Strulik, H., (2018.): *Menstruation Hygiene Management and Work Attendance in a Developing Country*, Center for European, Governance and Economic Development Research Discussion Papers 364, u SSRN Electronic Journal, University of Goettingen, Department of Economics. Dostupno na:

https://www.researchgate.net/publication/329871092_Menstruation_Hygiene_Management_and_Work_Attendance_in_a_Developing_Country (pristup: 10.9.2020.)

vrijeme menstrualnog ciklusa uključuju grčenje u trbuhu, leđima i nogama, a osim toga i umor, glavobolju, mučninu, povraćanje, osjetljivost dojki, mrlje na koži te razdražljivost. Menstrualni simptomi odražavaju se na iskustvo svake žene pojačavajući sram i smanjujući samopouzdanje, osobito ako pojedinka osjeća da je njeno iskustvo abnormalno i ako je pri tome imala otežano prikrivanje menstruacije. Kako bi ublažile bol tijekom menstrualnog ciklusa žene prakticiraju različite strategije koje uključuju konzumaciju paracetamola, biljnih lijekova, korištenje obloga od vruće vode i odmor. Bol uzrokovana menstrualnim ciklusom izravno utječe na sudjelovanje u školskim, radnim i društvenim aktivnostima.¹³⁷

Stres izazvan poslom može utjecati na menstrualne funkcije na način da se promijeni duljina menstrualnog ciklusa, ovulacija, te trajanje i količina menstrualnog krvarenja. Uz navedeno, stres može potaknuti i na povećanu upotrebu tvari kao alkohol, duhan i kofein koji također mogu utjecati na promjene u menstrualnom ciklusu.¹³⁸

Kazivačica P.L. osvrnula se na uvjete rada kao turistička vodičkinja, kao i na nošenje s boli tijekom menstrualnog ciklusa te dostupnost odgovarajuće infrastrukture na poslu za adekvatan menadžment menstrualne higijene. P.L. kaže: „[...] da i ja tamo nemam pravo ići u neki wc svoj, za osoblje, nego idem s gostima. I onda to nije uvijek čisto, i tako. [...] Onda moraš čekat' i to, pa ako si u stisci, ono, da ti dolazi grupa, dolazi brod, onda nekad ne stigneš, ali nastojim stići. [...] Pijem tablete za bolove prva dva, tri dana, onda poslije bude okej. Ali ti bolovi [...] kad se počne radit' u podne, po tim velikim vrućinama, još se to više potencira. I to kažu i ove koje su starije, onda, teže im se nositi s tim. A i to su te... Stalno si vani, te vremenske prilike, neprilike, od vrućine do kiše, hladnoće – ti si stalno vani! Moraš imati i dosta fizičke kondicije i snage da to sve izdržiš.“

Kazivačica S.N. je uglavnom radila u radnim kolektivima s velikim brojem žena što joj je olakšalo nošenje s bolovima tijekom menstrualnog ciklusa ponajprije zbog razumijevanja kolegica i međusobne podrške. O njenom iskustvu s mjesečnicom na radnom mjestu navela je: „Znam odmah, čim kasni, da će mi biti puno bolnija, nego inače. Kad dođe na vrijeme, većinom ne bude bolna. Al' mi kasni zbog vremena. [...]

¹³⁷ Hennegan, J. et al. (2019.): *Women's and girl's experiences of menstruation in low-and middle-income countries: A systematic review and qualitative metasynthesis*, u PLoS Medicine (Vol. 16, No. 5), PLOS corporation, San Francisco, (<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6521998/>)

¹³⁸ Fenster, L., et al. (1999.): *Psychological Stress in Workplace and Menstrual Function*, u American Journal of Epidemiology (Vol. 49, No. 2), The Johns Hopkins University School of Hygiene and Public Health, Baltimore, str. 127-128.

Ali onda sjedneš, odmoriš. Imaš kolegica koje... Tu je baš kolektiv super. Tako da, one uskoče na tvoje mjesto. Nema veze. Nije problem. Sljedeći puta ti njima to isto napraviš.“

Kazivačica D.M. koja je radila na *charter* brodovima kao hostesa/domaćica te u ugostiteljskim objektima kao konobarica svoje iskustvo s menstrualnim ciklusima opisala je: „Konkretno, jako je teško kad si žena raditi nekakve poslove u kojima ti nemaš nekakav normalan ritam. Žena kad ima menstruaciju, zaista ta dva dana u mjesecu, ne funkcionira normalno, od glavobolja, od toga što te boli stomak, što krvariš, što jednostavno si slaba, što si iscrpljena, što noću ne možeš dobro spavati, jer si se morala probuditi tri puta da bi promijenila tampon ili uložak. To sve ostavlja, kako se to kaže? [...] to je problem! Eh sad u turizmu, ja trenutno kad konobarim, ako mi je velika gužva ja nemam vremena da odem na wc. Ako sam sama u smjeni, konkretno, da odem na wc i da odradim ono što trebam odraditi na wc-u. Tako da nebrojeno puta prokrvariš u šanku, prokrvariš po hlačama, jer nemaš vremena kada otići. Tako da je to jako nezgodno. Na brodu je nezgodno, jer [...] nemaš svoj wc, nemaš svoj toalet, nemaš svoju privatnost. Spavaš ili u salonu ili gdje ima mjesta u brodu. I ako imaš te dane u mjesecu to je onda [...] jako, jako nezgodno. I zbog toga žena može raditi u turizmu do, konkretno te nekakve poslove koje ja trenutno radim, do svoje možda tridesete. Kasnije mora odlaziti u nekakvom drugom smjeru. [...] Radom u turizmu poremete se (menstrualni ciklusi) zato šta tijelo reagira, a kad je tijelo pod velikim naporom, onda jednostavno ili žena dobije duplu menstruaciju u jednom mjesecu ili se dešava izostanak menstruacije ili se dešava prekomjerno krvarenje ili smanjeno krvarenje, ali (i) veliki bolovi. [...] Taj stres i umor u kombinaciji ostavljaju traga na ženskom tijelu. Kako je na muškom tijelu ne znam. Kako oni proživljavaju stresove [...] meni se ipak čini, nekako ipak bolje, nego žene.“

4.2.5.3. Konstrukt radnice u turizmu

Izgled osobe igra vrlo bitnu ulogu pri zapošljavanju. Privlačniji ljudi uspješniji su u poslu od svojih manje atraktivnih kolega/kolegica. Osnovni dio atraktivnosti predstavlja prezentacija prema dodijeljenom rodu. Stoga osoba koja predstavlja svoj rod prema odgovarajućim društvenim normama ima prednost i izaziva divljenje.

Ukoliko poslodavac ne osigurava uniforme, radnicima/radnicama se savjetuje da se odluče za odgovarajuću odjeću koja je društveno prihvatljiva, implicitno se pridržavajući konzervativne norme izgleda. Očekivanja uključuju rodno specifične zahtjeve kao primjerice da muškarci nose kravate i košulje u službenim situacijama. U slučaju za žene postoji cijeli niz drugih suptilnijih zahtjeva za izgledom koji se provode neformalnim socijalnim sankcijama i društveno prihvatljivim konstruktom izgleda.¹³⁹

Iako se koncept estetskog rada u tolikoj mjeri ne aplicira na svekoliko radništvo kao na osobe kojima posao ovisi o izgledu (npr. moda), njegovanje određenog izgleda bitno je za sve pripadnike/pripadnice radne snage. Samim time, moda postaje gospodarska nužnost koju svi moraju konzumirati kako bi bili u toku s trendovima. U knjizi „Zašiveno do bola“ autorica Tansy E. Hoskins navodi primjer radnica koje su se žalile na to što moraju nositi šminku u tvornici. Opravdanje takvog zahtjeva glasi kako šminka ipak izmorenom licu daje potrebnu iluziju svježine i mladosti, koja je društveno poželjna i programirana.¹⁴⁰

Kazivačica K.F. rekla je kako se uniforma sobarice sastojala od sivih hlača, bijele majice i pregače, dok je o implicitnim zahtjevima poslodavca za izgled sobarica K.F. navela: „A na prijašnjem poslu, naravno [...] morao je biti izgled, donekle prihvatljiv. [...] Čak su i davali zahtjeve da žene starije od 40 godina ne primaju.“ S jedne strane iz potonjeg iskaza može se protumačiti kako osobe starije od 40 godina više nisu u fizičkoj kondiciji kao mlađe osobe te stoga ne mogu podnijeti nametnuti intenzitet rada. S druge strane, moguće je da poslodavac tom nepisanom politikom svjesno diskriminira starije osobe od 40 godina, ali i zapošljavanjem osoba mlađih od 40 godina konzumentima/konzumenticama turističke usluge nesvjesno upotpunjuje turistički proizvod novim, mladim i atraktivnim, objektom (uslugom) za zagledavanje.

Kazivačica D.M. spomenula je kako na *charter* brodovima gdje je radila nije postojala uniforma, već je imala „slobodnu“ volju odlučivati o svome izgledu. Ipak, ispričala je kako su izgledale kolegice na drugim *charter* brodovima. O izgledu i uniformi je rekla: „Da, znači na brodu, eh sad, u čarterima u kojima ja radim jedino što ja moram imati,

¹³⁹ Harwood, C., (2007.): *Dressed for Success? Gendered Appearance Discrimination in The Workplace*, u Victoria University of Wellington Law Review (Vol. 38, No. 3), 'Victoria University of Wellington Library, str. 583-590.

¹⁴⁰ Hoskins, E., T., (2015.): *Zašiveno do bola. Antikapitalistička knjiga mode*, Sandorf & Mizantrop, Centar za istraživanja mode i odijevanja, Zagreb, str. 49-56.

odnosno, ja nisam konkretno nosila, ali sam vidjela ako je bolji brod u pitanju, onda hostesa izgleda na način da ima: majicu sa nazivom čartera i kratku suknju. Ispod te suknje su kratke hlačiće, a preko toga je prekriveno kratkom suknjicom. I to sam doživjela ovo ljeto, odnosno prošlo ljeto kada sam išla na taj jedan veći elitni brod, kad sam upoznala tu jednu hostesu pa sam vidjela kako je ona obučena [...] ona je bila na boljem brodu i ona je morala bit tako obučena i znam da mi je tad' ispričala tu anegdotu da je imala, 8 ili 10 ljudi na brodu koji su bili svi našmrkani od kokaina. [...] To je bilo kao dobar dan, 'ajmo reći. To se šmrkalo javno, nije se skrivalo [...]. Ona je bila i ponuđena i s time, i alkoholom i ostalim opijatima. [...] Ispričala (mi je) tu jednu anegdotu [...] kada je bila nešto prolila po podu ili joj je nešto palo. Onda je morala u toj nekakvoj pozi počistiti to šta je prolila. A kad imaš tako tu kratku suknjicu, vučeš poglede. [...] I onda je rekla da joj je baš neugodno tako hodati u toj suknjici, da bi najrađe k'o ja nosila rifle do koljena, jer sam ja ciljano kako bi izbjegla bilo kakve poglede i bilo kakvu preveliku pažnju na sebe i komentare [...] nosila duže hlače na brodu, čisto da ne izražavam svoje obline, koje jednostavno... Tako sam građena da ih imam! I da ne dovodim, 'ajmo reć', ljude u neugodan položaj, jer ako imam muža i ženu na brodu i ako taj suprug mene konstantno mjerka i gleda, a ja imam kratku haljinu, onda radim sebi neugodnu situaciju, toj ženi, njemu i svima.“

O iskustvu sa zahtjevima za posebnim izgledom kazivačica M.N. je rekla: „Pa u principu to je samo jedan kafić zahtijevao, od svih ovih šest. U smislu, niti u jednom kafiću nismo imali striktno odoru, znači [...] obavezno duge hlače, pristojna majica, ne nalakirani nokti, ne dugi nokti.“ Kazivačica M.N. navela je kako se radom po ugostiteljskim objektima susrela s implicitnim zahtjevima što se tiče uniforme koje je ona opisala kao: „Ča manje to bolje! [...] Evo recimo, jedan šef me ne bi bio zaposlio da sam imala 7 kila više, na primjer. Znači da, baš je gledao da je ono [...] ne bi uzeo bilo koju curu, nego je morala biti kao neka zgodna, ovo - ono.“

4.2.6. Emocionalni rad u turizmu

Uslužna industrija uključuje više dimenzija rada, a ključna je emocionalni rad. Uz ostale zahtjeve to uključuje potrebu za osmjehivanjem na ugodan, prijateljski i

uključiv način prema konzumentima/konzumenticama usluge ili proizvoda.¹⁴¹ Gordon Marschall navodi kako je osoblje u restoranu konstantno poticano da obasipa klijente osmijehom, razmjenjivanjem ugodnosti i ako ima vremena, dužim razgovorima.¹⁴² Dakle, krucijalnu ulogu u brojnim uslužnim djelatnostima ima emocionalni rad javne i prepoznatljive vrste. U slučaju avionskog kabinskog osoblja posebnom obukom se postiže određena razina emocionalnog rada, što rezultira komercijalizacijom ljudskih osjećaja. U drugim poslovima potonje nije ni približno toliko jako izraženo. U uslužnim djelatnostima naglasak je na uspostavljanju više razine istinske emocionalne veze između pružatelja/ice i konzumenta/ice, jer patvorena emocija je prepoznatljiva i može polučiti suprotni, od inicijalno očekivanog/željenog efekta. Pored toga, emocionalni rad može, valja apostrofirati, biti tegoban i zahtjevan, neprepoznat i relativno nenagrađen. Činjenica da žensko radništvo pruža veliki dio emocionalnog rada nije slučajnost.¹⁴³

Bitno je napomenuti da u uslužnim djelatnostima stvarnu dostavu ili realizaciju emocionalnog rada obavlja relativno nisko pozicionirano radništvo koje je loše (ili relativno loše) plaćeno i uglavnom ima nisu uključenosť ili angažiranost u ukupnim odlukama i razvoju poduzeća. To (relativno) nisko pozicionirano radništvo su uglavnom žene i obzirom na odnose u patrijarhatu, podrazumijeva se da u poslovnim odnosima postoje naznake „seksualnog“ opsluživanja klijenata ili zapravo menadžmenta.¹⁴⁴ Prekrivajući interakciju, „usluga“ je često sklop posebnih pretpostavki i predstava rodno specifičnih formi odgovarajućeg ponašanja. Za konzumente ono što je zaista konzumirano kao usluga jest specifičan moment isporuke usluge od strane poslužitelja/poslužiteljice, a to je osmijeh na licu kabinskog osoblja, ugodnost manira konobarice/konobara, simpatičnost očiju medicinske sestre/tehničara i slično. Problem za menadžment je kako osigurati da ti momenti ispadnu odgovarajuće prikladni, uz minimiziranje utjecaja nepoželjno nametljivog sustava nadzora, kao i minimiziranje nesuglasica s drugim više plaćenim, često muškim, radnicima u pozadini.¹⁴⁵

¹⁴¹ Urry, J. (2002.), str. 62

¹⁴² Marschall, G. (1986.): *The workplace culture of the licensed restaurant*, u *Theory, Culture and Society* (Vol. 3, No. 1), SAGE, London, str. 41.

¹⁴³ Urry, J. (2002.), str. 62

¹⁴⁴ Adkins L. (1995): *Gendered Work: Sexuality, Family and the Labour Market*, Open University Press, Buckinghamshire, str. 21-68.

¹⁴⁵ Urry, J. (2002.), str. 63

John Urry kao primjer emocionalnog rada spominje i izjavu Jana Carlzona, bivšeg predsjednika skandinavske zrakoplovne kompanije SAS (Scandinavian Airlines System). Carlzon navodi kako se u kompaniji SAS svake godine dogodi oko 50 milijuna „trenutaka istine“, a svaki traje otprilike 15 sekundi kada konzument/ica usluge dolazi u kontakt sa zaposlenicima/zaposlenicama. Prema Carlzonu ti trenutki određuju hoće li aviokompanija SAS uspjeti ili propasti. Carlzon smatra kako su „trenutki istine“ iznimno bitni te kako bi subjekt u turizmu uspješno poslovao mora reorganizirati uslugu usmjerenu prema klijentu. Prema tome, osoblje koje dolazi u izravni kontakt s korisnicima usluge i koje najviše poznaje posao s klijentima treba dobiti daleko više odgovornosti kako bi pružanje usluga bilo efektivnije, brže i uljudnije kao i fokusirano prema individualnim potrebama klijenta/klijentice. U konačnici, to znači da bi osoblje u izravnom kontaktu s klijentom/klijenticom trebalo biti daleko više vrednovano, obzirom da oni/one pružaju i stvaraju „trenutke istine“ njihova motivacija trebala bi biti ključna poduzeću.¹⁴⁶

Emocionalni rad oblikovan je prema socijalnim institucijama, socijalnim sustavima i odnosima moći u društvu. Usto, postoji i socijalno uređenje emocija koje je vezano uz položaj u društvenoj strukturi i bivanjem članom u određenim društvenim skupinama. Odnos moći manifestira se u socijalnoj interakciji između osobe koja daje i prima narudžbu (zahtjev ili naredbu) na način da davatelji/ice narudžbi crpe emocionalnu energiju od primatelja/ica narudžbi. Posljedično, primatelji/ice narudžbi često doživljavaju gubitak energije, jer se njihovi interesi zanemaruju ili ignoriraju.¹⁴⁷

Dimenzije emocionalnog rada tiču se učestalosti, intenziteta, raznolikosti i emocionalne disonance. Učestalost interakcije između pružatelja/ice i primatelja/ice usluge ključna je dimenzija za mjerenje uloženog emocionalnog rada na pojedinom poslu. Ipak, kako bi se razumjela kompleksnost emocionalnog rada potrebno je uzeti u obzir i potrebnu razinu planiranja, kontrole i vještine koja se primjenjuje. Intenzitet emocionalnog rada odnosi se na razinu napora uloženog u pokazivanje određenih osjećaja. Susreti koji kratko traju zahtijevaju manju razinu emocionalnog napora. Što je spektar emocija koje se moraju manifestirati raznolikiji, razina emocionalnog rada je viša. Emocionalna disonanca tiče se nesklada između istinskih osjećaja

¹⁴⁶ Isto, str. 63-64

¹⁴⁷ Forseth, U., (2001.): *Boundless work. Emotional Labour and Emotional Exhaustion in Interactive Service Work*, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, Fakultet for samfunnsvitenskap og teknologiledelse, Institutt for sosiologi og statsvitenskap, Trondheim, str. 51-55.

radnika/radnice i osjećaja koji se moraju prikazivati na poslu, odnosno emocionalnog rada.¹⁴⁸

Kazivačica D.M. navela je niz odlika emocionalnog rada te je kroz situaciju proživljenu na poslu hostese/domaćice na charter brodovima opisala dimenzije emocionalnog rada koje posao koji je obavljala uključuje. D.M. je rekla: „Ti moraš biti pozitivan. Ti ne smiješ nikad pokazat' da je tebe nešto taklo, da je neki komentar tebe dirnuo. [...] Kad' se iza leđa iskomentira da ti ne čistiš dovoljno dobro ili da nisi dovoljno dobro, ne znam, bilo šta, skuh'o ili servirao, ti se moraš praviti da ti to ne čuješ i s osmjehom na licu se ophoditi prema tim gostima, jer jednostavno to je tvoj posao. [...] To zna bit problem. Najviše problema sam imala, iskreno, nažalost, žena sam pa mi je to teško reći, sa ženskim rodnom. Jer su žene te koje jako vole biti u pravu, koje uvijek imaju neki komentar. Imala sam ženu iz Italije koja mi uopće nije dozvolila 7 dana da išta skuham i uopće nisam smjela prati njenu kupaonicu, jer je ona smatrala da ja to neću odraditi dovoljno dobro kao ona. Tako da. Ali to je očito bila žena sa nekakvim OCD¹⁴⁹ poremećajem koja je sve morala držati pod kontrolom, sve je moralo biti kristalno čisto. Ja sam iskreno tih 7 dana, doslovno ni doručak ni ručak ni ništa, ja sam njoj samo asistirala, ona je htjela sve raditi. I na kraju je to rezultiralo time da ja jesam 7 dana bila pošteđena svog posla, ali evo. Na kraju ja manču nisam dobila, ni zaradila, jer je ona mene u jednom momentu pitala, pa dobro, ako smijem znati koliko ti zarađuješ? Ja sam njoj otvoreno rekla koliko ja dobivam od chartera za taj tjedan, onda je ona rekla, pa nije to tako loše, pa još ti je, vidiš kako ti je super, ovoga, kad ti ja još i kuham ti si zapravo na godišnjem! I automatski se tebe stavlja u poziciju gdje ti si, pa dobro neću ti dati manču, jer ja kuham, ja čistim. Ona to želi, ja to nisam njoj ni rekla ni predložila, ali eto, ona je to tako uzela. Tako da ima raznih situacija.“ Obzirom da angažmani D.M. na charter brodovima traju po nekoliko dana, tijekom sezone susretne se s različitim individuama, od kojih svatko ima svoje želje kao turist/turistkinja koji plaća brod i osoblje što zahtjeva visoku razinu emocionalnog rada u cjelokupnom poslu. D.M. navodi kako: „neki žele nešto jednostavno, a neki žele nešto komplicirano. Jedni gosti su htjeli [...] da ja idem s njima navečer vani. U tu diskoteku. Tako da sam ja s njima morala, htjela – ne htjela. Bila ja umorna ili ne bila umorna. Ja sam morala izaći tu večer vani, jer mi je tako skiper nekako to natuknuo, da bi to bilo u redu.“

¹⁴⁸ Isto, str. 45-47.

¹⁴⁹ Misli na *Obsessive-compulsive disorder* ili opsesivno-kompulzivni poremećaj.

Kazivačica S.N. je također kroz situaciju s turistima u prodavaonici slatkiša i začina ispričala svoje viđenje emocionalnog rada. Navela je: „Ono baš, k'o dadilja neka si u tom svijetu. I to je baš iscrpljujuće. Jako! I tu ti ostavljaju ljudi djecu u dućanu – odu u neki drugi dućan. Pa ti ne znaš šta da radiš s tim djetetom koje ti počne plakat'. Pa izgube djecu, pa ih nema po dva, tri sata. Pa to dijete grca u suzama. Ne zna gdje su mu roditelji. Ne priča tvoj jezik. A ti ne smiješ dotaknut' tuđe dijete. Jer ne smiješ. Ne daj bože! [...] Pa evo ove godine je nestao jedan mali u našem dućanu pa smo imali opću potragu. Bile smo kolegica i ja same. Do te mjere je došlo da su mislili da smo ga stavili iza u wc. [...] Dijete od 3 godine je nestalo. [...] Ne znaju (turisti) di im je dijete. [...] Sve živo su nam pretražili. Baš ima nezgodnih situacija! I to je baš posao koji trebaju radit' mlađe osobe.“

Osim rada u prodavaonici slatkiša i začina S.N. se osvrnula na razinu emocionalnog rada na poslovima u ugostiteljskim objektima. Navodi kako: „U fast food-ovima ostaješ sam. Nerijetko! I u najvećoj gužvi! [...] To znači da moraš biti jako čvrstih živaca! Pogotovo kad su ljudi ljuti, kad su nervozni i žele hranu odmah sad! I imaju malu djecu sa sobom! Djeca plaču – gladna su! Vani je milion i jedan stupanj. Tako da moraš bit', ono, baš staložen. To je bilo baš jako naporno, jer ne smiješ si dopustit' da pukneš – gubiš mušteriju, gubiš plaću, gubiš! Ne možeš si, kad radiš s ljudima, dopustit' da te drugi... Okej, naravno ne možeš dopustit' ni da te gaze ljudi, da budu jako bezobrazni. Ali ne možeš si dopustit' ni da ti njima to napraviš, jer oni su ipak, na kraju krajeva, gladna mušterija koja je došla tu nešto samo naručit'. [...] Ima jako puno neugodnih (turista/turistkinja) i baš moraš imat čelične živce! Jednom mi je jedna gospođa bacila cijeli pladanj. [...] Bacila je na mene. Znači, usred te gužve, sve je bilo vrelo i sve otišlo i po salatama, što znači da sam cijelu salatijeru morala ponovno punit', jer je topli umak uletio u zelenu salatu. On(a) je (bila) ljut(a). Zato što nisam imala ono što je ona htjela. Nije postojalo na meniju.“ Što se tiče rada u kuhinji restorana, S.N. kaže: „Jako je veliki stres [...]. Ti moraš jako puno toga pratit' tijekom gužve. Ostat' staložen i pazit' na milion jela odjednom, da ti ništa ne zagori, da sve bude točno kako piše na papiru, jer ova mušterija je ovakva, ova želi ovo, ova želi dodano ono, ova je alergična na ovo...“

Kroz iskustvo rada turističke vodičkinje, P.L. o emocionalnoj komponenti tog posla kaže: „A sve je rad s ljudima i onda sve se treba to sa osmijehom, da ljudi budu zadovoljni [...]. Ipak, navela je i kako dolazi do konfliktnih situacija uslijed iscrpljenosti

i umora pošto: „Stalno nešto to treba brzo organizirat' [...] biti ljubazan [...] i ono, naravno da dolazi do konflikata.“

Kazivačica J.S. je kroz situaciju s gostima/gošćama na recepciji progovorila o emocionalnom radu. J.S. kaže: „Ma bude svega. Evo danas, na primjer, je bilo to da imamo narukvice za izlaz iz kampa i trenutno nešto nisu radile i gosti su postali iživcirani pa sam morala da ih smirujem, jer su stali da bacaju narukvice na stol ispred kolegice i mene. I onda sam morala da ih smirujem i objašnjavam da je problem u komunikaciji sa serverom, za sve narukvice koje su napravljene na današnji dan i da ćemo otvoriti kapije da mogu da izađu. Da im neće trebati narukvice, ali da ih zadrže, za svaki slučaj, ukoliko ih *security* (zaštitar) zaustavi.“

4.2.6.1. *Tourist (male) gaze*

Osim usluge koju pružaju, radnice u turizmu dio su konstruiranog turističkog ambijenta koji turisti/turistkinje konzumiraju, odnosno u njega se zagledavaju. Od radnika/radnica u turizmu očekuje što uspješnije reproduciranje heteronormativnih obrazaca ponašanja u sklopu emocionalnog rada koji pružaju, a sve kako bi usluga pružena konzumentima/konzumenticama bila odgovarajuća, odnosno ona koju konzumenti/konzumentice očekuju i usklađena s društvenim očekivanjima.

Filmska teoretičarka i feministkinja drugog vala Laura Mulvey definirala je muško zagledavanje ili pogled (*male gaze*) kao reprezentaciju žena u medijima kroz oči heteroseksualnog muškarca gdje se žene prezentiraju kao pasivni objekti muške žudnje.¹⁵⁰ U turizmu, žene su konstantno izložene muškom pogledu i kao takve promatrane i procjenjivane kroz dominantni heteroseksualni okvir. U ovom kontekstu, nužno je spomenuti i koncept hegemonijske muškosti te naglašene ženskosti. Hegemonijska muškost povezuje se s heteroseksualnošću, brakom, autoritetom, plaćenim poslom, snagom i fizičkom čvrstinom. Naglašena ženskost, kao i svi drugi oblici muškosti i ženskosti, podređeni su hegemonijskoj muškosti. Obilježja naglašene ženskosti vezuju se uz zadovoljenje želja i interesa muškaraca te uslužnost, brižnost i suosjećanje. Kod mlađih žena, potonja se povezuje sa spolnom

¹⁵⁰ Sassatelli, R., (2011.): *Gender, Gaze and Technology in Film Culture. An interview with Laura Mulvey*, u *Theory, Culture & Society* (Vol. 28, No. 5), Sage, London, str. 123-126.

privlačnošću, dok je kod starijih vezana uz majčinstvo. Reprerentacije naglašene ženskosti dominiraju medijima, reklamama i marketinškim kampanjama.¹⁵¹ Što se tiče odnosa u turističkoj industriji, emocionalni rad žena prema Lisi Adkins podrazumijeva i da su žene dužne provoditi kako je ona to nazvala, seksualni rad, kao rutinski dio svog posla. To ne znači da žene razmjenjuju seksualne odnose s muškarcima za novac, već da moraju na seksualne nagovještaje muškaraca reagirati smješkajući se, izgledajući polaskano i nastaviti igrati igru.¹⁵²

Kazivačica S.N. koja je tijekom studiranja radila u nizu ugostiteljskih objekata, o pogledima muškaraca i eventualnim neprimjerenim i neželjenim ponudama navela je: „Daaaa! Naravno! Dokle god se baviš konobarenjem kao žena, ja mislim da, da (se to podrazumijeva)!“ Upitana da opiše situacije, S.N. je rekla: „A ono, klasika! Šlatanje od mušterija. [...] I komentari i fizički. I pokušaji fizičkih kontakata i fizički kontakti. [...] To su sve neki govori tijela, koji su ajd bok. Ne osjećaš se ugodno. [...] ali uvijek je netko reagirao. Koliko god i ti neki šefovi, evo kažem, nisu isplaćivali plaće ili nešto i u tom smislu nisu bili dobri šefovi, ali bili su uvijek dovoljno okej ljudi da uvijek bude netko od njihovih prijatelja sa mnom u smjeni, muških. Ili sam čak nekad mogla rođake zvat', ako se nešto dešava, što mi se ne sviđa. Uvijek bi netko došao, ako njega nema prisutnog. I uvijek bi se to nekako sprečilo, tako da, okej. Ali opet, kažem, nije ugodno, jer u samom tom toku, tijekom događaja, ti to ne možeš sam spriječit', jer si žensko. Vidiš da si malo nemoćniji.“ Što se tiče upućenih komentara S.N. je navela nekoliko primjera komentara za koje smatra da su neprimjereni: „Uh, ova mala dobra! [...] Pa ne znam komentari, vidi gepek i takve stvari. [...] Za stražnjicu. Mislim, klasično, odvratno muški. Šovinistički. [...] Ali, nekako ja to tako shvaćam, okej, plitki su, popit' će tu kavu za 10 minuta i to je to. Imam dosta živaca za tak' te ljude.“ Na pitanje je li ikada što odvrtila na komentare, odgovorila je: „Treba se usprotivit' tome! [...] Uvijek sam se usprotivila! Jesam ja bila zaštićena, ali ne kažem da sam šutila na takve komentare. Šutila sam jedino u slučaju kad bi' ostala sama s takvom osobom da vidim, da, ili nije čista u glavi, vidiš to po ponašanju, ili bi mogao bit' agresivan. Eh, onda bih prešutila, jer bi me bilo malo previše strah. Ali svaki put bih rekla ili na fin ili na manje fin način.“

¹⁵¹ Dujmović, M., (2014.), str. 170-171.

¹⁵² Forseth, U., (2001.), str. 51-55.

Kroz rad u ugostiteljskim objektima, kazivačica D.M. opisala je svoje iskustvo s dodatnom dimenzijom emocionalnog rada koja uključuje muško zagledavanje: „[...] Skoro pa svakodnevno se to događa. [...] Jednostavno si izložen(a) i ako si malo atraktivnijeg izgleda, a moje kolegice su stvarno, onako, 'ajmo reći, dosta lijepe cure, uz mene, vidim da i one imaju problema. I sa komentarima i podbadanjima tako da, recimo, muškarci nam rade probleme, pogotovo oni koji su pod utjecajem alkohola.“ Također je dodala kako zagledavanje uključuje i: „Promatranje, gledanje u pozadinu... [...] Evo ti to jednostavno vidiš, osjetiš i ti znaš da to moraš odraditi, da je to gost i ti si izložen(a). Jednostavno si izložen(a)!“

Tijekom rada kao hostesa na *charter* brodovima, susret sa zagledavanjem D.M. je opisala kroz ponašanje na poslu i odnos s gostima/gošćama. Ona kaže: „Žene su u principu dosta osjetljive na ženski rod i na nekog tko je, možda, mlađi ili koji bolje izgleda čisto iz svoje nekakve osobne iskompleksiranosti, nerješavanja problema sa samim sobom. Tako da, hostesa se može naći u jako neugodnoj poziciji, a žene, postoji puno priča vezano uz taj posao. Zato što žene znaju najčešće te hostese maltretirati. Jer se iskaljuju na njima, jer ne žele da njihovi muževi gledaju te hostese i tako da hostesa je... [...] Hostesa bi trebala biti nekakva osoba koja ne dolazi do izražaja, koja je jednostavno nevidljiva i ona se drži sa strane. Dakle, ona ne smije biti previše upletena u njihov, recimo odnos, ne smije previše dolaziti do izražaja i to je jako teško, obzirom da je to brod, to nije kuća, to nije hotel. Tamo se nalaziš na, ne znam, koliko su veliki, svaki brod je drugačije veličine, ali malom prostoru, ukratko, mali prostor i mi smo si tamo jednostavno, 'oćeš - nećeš pod nogama. Tako da je to s te strane teško i nezahvalno.“ D.M. je također dodala kako odnos prema tebi kao prema konobarici ovisi o tome: „Kako se ti postaviš. Čim su u pitanju malo mlađe konobarice koje se malo više smješkaju ili malo su više, nisu još recimo izgrađene (karakterno), onda njih malo više uzimaju na pik.“

Susret s toksičnim maskulinitetom¹⁵³ kod kazivačice M. N. bio je vezan uz nadređene radnike, odnosno vlasnike ugostiteljskih objekata gdje je radila: „Bilo je svega! Uglavnom, (u) svih 6 (ugostiteljskih objekata) su mi (nadređeni) bile muške osobe, to jest, šefovi. Mislim, bili su relativno korektni prema meni, ali bili su dosta, 'ajmo reć',

¹⁵³ Sculos, B., W., (2017.): Who's Afraid of 'Toxic Masculinity'?, u *Class, Race and Corporate Power* (Vol. 5, No. 3), Florida International University, Miami. Dostupno na: <https://digitalcommons.fiu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1108&context=classracecorporatepower> (pristup: 18.9.2020.)

napaljeni. Tako da sve se svodilo oko tega. Sve je bilo seks na prvom mjestu. Čak su pokušavali sa mnom nešto. [...] Uglavnom, tako, imala sam dosta neugodnih situacija, ali relativno korektni su bili ča se tiče isplate plaće na vrijeme, plaće, ako mi je nešto trebalo isto su uskočili i to.“ Također, M.N. navodi kako se u nekim situacijama osjećala kao „Osjećaš se kao da si u neken izlogu. Ono samo da te gledaju i doslovno sam osjećala kako me svlače pogledom. Ali dobro, otupiš na to“.

5. ZAKLJUČAK

Nakon niza godina rada i uključenosti u turizam, odluka o pisanju diplomskog rada o ženskom radništvu u turizmu bila je neminovna dužnost i čin svojevrsnog etičkog stava prema problematici koja je izvirala iz situacija kojima sam i sâm svjedočio. Taj etički stav ogleda se u neskrivenoj težnji da se ženama pritisnutim kulturnim i ekonomskim sustavom pruži prilika za kazivanjem njihove priče. Toliki su radovi napisani na temu radnica propalih tekstilnih industrija, radnika ocvalih i nestalih teških industrija, dok su radnici i radnice, jedne od najvažnijih industrija globalno, a pogotovo u Hrvatskoj - turizma, jednostavno teorijski nevidljivi kao i glavina usluge koju pružaju, odnosno čine. Naravno, ukoliko je pruže prema općeprihvaćenim očekivanjima konzumenata/konzumentica, jer u suprotnom, efekt njihova rada postaje itekako vidljiv, a manifestira se kroz ankete (ne)zadovoljstva uslugom, (ne)ugodne razgovore s poslodavcem, (ne)dobivenu manču ili u krajnjem slučaju negativne penale na plaću ili otkaz radnog odnosa.

Hipoteze postavljene u uvodu rada potvrđene su kroz teoriju i iskaze kazivačica. Obavljajući poslove u turizmu koji zrcale neplaćene i nevidljive poslove u kućanstvu determinirane tradicionalnim patrijarhalnim ulogama, žene i dalje ostaju nevidljive, a time i lišene potencijalnog boljitka. Kreirajući poslove koji repliciraju tradicionalne patrijarhalne uloge, turizam kao kapitalistička tvorevina *par excellence* više nego uspješno eksploatira radništvo osiguravajući kapitalistu rast profita, a radništvu radne uvjete i plaću na ivici humanosti. „Pozitivna“ strana priče je što iskorištavanje radništva ne traje cijeli radni vijek, već do određenog trenutka kada više ne može pratiti intenzitet rada i zahtjeve poslodavca. Ali ni to nije problem, jer živahno, prpošno, izdržljivo, nasmijano i jeftinije mlado radništvo već spremno čeka ulaz na tržište rada kako bi zauzelo „prestizna“ radna mjesta u turizmu i postalo dio konstrukta vrhunske usluge za zagledavanje prosvijećenih postmodernih zlatnih hordi.

U konačnici, nasušno je potrebno razmotriti i dekonstruirati značenje potrošene, a opet vječno „hipnotizirajuće“ mantre „Turizam osnažuje žene!“ I potom se zapitati: „Što ih je oslabjelo?“ I je li zaista turizam taj koji će ih osnažiti ili je to pravedniji, ravnopravniji i humaniji društveni sustav? Na samom koncu ovog rada, a početku

promišljanja o radništvu u turizmu treba se neizbježno zapitati: „Pružila li turizam zaista radnicama i radnicima mogućnost i priliku za dostojanstven rad?“

POPIS LITERATURE

a) Knjige

Adkins Lisa, (1995): *Gendered Work: Sexuality, Family and the Labour Market*, Open University Press, Buckinghamshire.

Arruzza, Cinzia, Bhattacharya, Tithi, Fraser, Nancy, (2019.): *Feminizam za 99%*, Multimedijalni institut, Institut za političku ekologiju, Udruga Bijeli val, Centar za ženske studije, Zagreb.

Baum, Thomas, (2013.): *International Perspectives on Women and Work in Hotels, Catering and Tourism*, International Labour Office, Geneva.

Bilandžić, Dušan, (1999.): *Hrvatska moderna povijest*, Zagreb, Golden marketing – tehnička knjiga, Zagreb.

Burns, Peter, (1999.): *An Introduction to Tourism and Anthropology*, Routledge, London.

Čorak, Sandra, (ur.) (2015.): *55 godina Instituta za turizam*, Institut za turizam, Zagreb.

Duda, Igor, (2005.): *U potrazi za blagostanjem, Srednja Europa*, Zagreb.

Duda, Igor, (2010.): *Pronađeno blagostanje, Srednja Europa*, Zagreb.

Dujmović, M., (2014.): *Kultura turizma*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za ekonomiju i turizam „Dr. Mijo Mirković“ u Puli, Odsjek za interdisciplinarne studije, Pula.

Dukovski, Darko, (2001.): *Povijest Pule*, Istarski ogranak DHK, Pula.

Forseth, Ulla, (2001.): *Boundless work. Emotional Labour and Emotional Exhaustion in Interactive Service Work*, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, Fakultet for samfunnsvitenskap og teknologiledelse, Institutt for sosiologi og statsvitenskap, Trondheim.

Gržinić, Jasmina, (2019.): *Uvod u turizam; povijest, razvoj, perspektive*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Pula.

Hoskins, E., Tansy, (2015.): *Zašiveno do bola. Antikapitalistička knjiga mode*, Sandorf & Mizantrop, Centar za istraživanja mode i odijevanja, Zagreb.

Jus, Nejc, (ur.), (2020.): *Travel & Tourism; Global Economic Impact & Trends 2020*, World Travel & Tourism Council, London.

Krippendorf, Jost, (1986.): *Putujuće čovječanstvo*, Sveučilišna naklada Liber, Zavod za istraživanje turizma, Zagreb.

Potkonjak, Sanja, (2014.): *Teren za etnologe početnike*, Hrvatsko etnološko društvo, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Odsjek za etnologiju i kulturnu antropologiju, Zagreb.

Šikić-Mićanović, Lynette, (2012.): *Skriveni život. Prilog antropologiji ruralnih žena*, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, str. 79.

Tomić-Koludrović, Inga, Petrić, Mirko, Puzek, Ivan, Zdravković, Željka, (2018.): *Rodni stavovi i prakse u Hrvatskoj. Izvještaj o kvantitativnim rezultatima projekta GENMOD*, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb.

Turner Louis i Ash., John, (1975.): *The golden hordes: International tourism and pleasure periphery*, Constable, London.

Urry, John, (2002.): *The tourist gaze*, Sage Publications, London.

Vukonić, Boris, (2010): *Turizam; Budućnost mnogih iluzija*, Visoka poslovna škola Utilus, Plejada, Zagreb.

b) Zbornici radova

Andrić, Neda, (1982.): *Turizam Istre i Kvarnera u međunarodnom turizmu Jugoslavije*, u Zbornik radova desetog znanstvenog skupa "Susreti na dragom kamenu", Fakultet za vanjsku trgovinu Zagreb, Viša ekonomska škola "Dr Mijo Mirković" Pula.

Blažević, Ivan, (1993.): *Paul Kupelwieser - promotor brijunskog turizma*, u Godišnjak hotelijerskog fakulteta u Opatiji, (Vol. 1, No. 1), Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski Fakultet Opatija, Opatija.

Crang, Philip, (1997.): *Performing the Tourist Product*, u *Touring Cultures. Transformations of Travel and Theory* (ur. Chris Rojek i John Urry), Routledge, London, New York.

Graburn, Nelson, (1989.): *Tourism: The Secred Journey*, u *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (ur. Valene L. Smith), University of Pennsylvania Press, Philadelphia.

Krizmanić, Attilio, (2005.): *Prostorni razvitak austrijske Pule*, u *Pula, tri tisućljeća mita i stvarnosti*, Histria Croatica (C.A.S.H), Pula.

Lončar, Jasmina, (2004.): *Financijska obilježja hrvatskog hotelijerstva tijekom privatizacije*, u *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci: Časopis za ekonomsku teoriju i praksu* (Vol. 22, No. 1), Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka.

Richter, Linda, (2005.): *Exploring the Political Role of Gender in Tourism Research*, u *Global Tourism* (ur. William F. Theobald), Elsevier, New York.

Sinclair, M. Thea, (1997.): *Gendered work in tourism: Comparative perspectives*, u *Gender, Work and Tourism*, (ur. M. Thea Sinclair), Routledge, London, New York.

Sinclair, M. Thea, (1997.): *Issues and theories of gender and work in tourism*, u *Gender, Work and Tourism*, (ur. M. Thea Sinclair), Routledge, London, New York.

c) Članci u stručnim časopisima

Antonopoulos, Rania, (2009.): *The unpaid care work – paid work connection* (Working Paper No. 86), Policy Integration and Statistics Department, International Labour Office, Geneva. Dostupno na: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---integration/documents/publication/wcms_119142.pdf (pristup: 20.8.2020.)

Antunac, Ivan, (2002.): *Mit o deviznoj potrošnji inozemnih turista*, u *Ekonomski pregled* (Vol. 53, No. 3-4), Hrvatsko društvo ekonomista, Zagreb, str. 233-268.

Avelini Holjevac, Ivanka, (2006.): *Women in Tourism: The Case of Croatia*, u *Tourism* (Vol. 54, No. 1), Institut za turizam, Zagreb, str. 71-75.

Bagguley, Paul, (2006.): *Gender an Labour Flexibility in Hotel and Catering*, u *The Service Industries Journal* (Vol. 10 No. 4), Routledge, str. 737-747.

Brown, A. Carol, (1975.): *Patriarchal Capitalism and the Female-Headed Family*, u *Social Scientist* (Vol. 4, No. 4/5), Indian School of Social Sciences, New Delhi, 28-39.

Crick, Malcom, (1988.): *Presentations of International Tourism in the Social Sciences: Sun, Seks, Sights, Savings, and Servility*, u *Annual Review of Anthropology* (Vol. 18, No. 1), Annual Reviews, Palo Alto, str. 307-344.

Duda, Igor, (2002.): *I vlakom na vikend. Prilog socijalnoj i kulturnoj povijesti slobodnoga vremena u Hrvatskoj krajem 1960-ih*, u *Časopis za suvremenu povijest* (Vol. 34, No. 3), Hrvatski institut za povijest, Zagreb, str. 659-667

Fenster, Laura, Waller, Kirsten, Chen, John, Hubbard, E., Alan, Windham, C., Gayle, Elkin, E., Swan, Shanna, (1999.): *Psychological Stres sin Workplace and Menstrual Function*, u *American Journal of Epidemiology* (Vol. 49, No. 2), The Johns Hopkins University School of Hygiene and Public Health, Baltimore, str. 127-134.

Galičić, Vlado i Ivanović, Zoran, (2006.): *Žene menadžeri u hrvatskom hotelijerstvu*, u *Tourism and Hospitality Management* (Vol 12, No. 1), Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, str. 79-88.

Gurrier, Yvonne i Lockwood, Andrew, (1989.): *Core and peripheral employees in hotel operations*, *Personnel Review* (Vol. 18, No. 1), MCB Unibversity Press Ltd, London, str. 9-15.

Harwood, Catherine (2007.): *Dressed for Success? Gendered Appearance Discrimination in The Workplace*, u *Victoria University of Wellington Law Review* (Vol. 38, No. 3), Victoria University of Wellington Library, str. 583-602.

Hennegan, Julie, Shannon, K., Alexandra, Rubli, J., Schwab, J., Kellogg, Mendez-Torres, G. J., (2019.): *Women's and girl's experiences of menstruation in low-and middle-income countries: A systematic review and qualitative metasynthesis*, u *PLoS Medicine* (Vol. 16, No. 5), PLOS corporation, San Francisco. Dostupno na: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6521998/> (pristup: 11.09.2020.)

Jordan, Fiona (1997.) *An occupational hazard? Sex segregation in tourism employment*, u *Tourism Management*, (Vol. 18, No. 8), Elsevier, New York, str. 525-534.

Jung, Ae-Kyung i O'Brien, M., Karen, (2017.): *The Profound Influence of Unpaid Work of Women's Lives: An Overview and Future Directions*, u *Journal of Career Development* (Vol. 46, No. 2), Sage, London str. 1-17.

Kinnaird, Vivian i Hall, Derek, (1996.): *Understanding tourism processes: a gender-aware framework*, u *Tourism Management* (Vol. 17, No. 2), Elsevier, str. 95-102.

Klarić, Zoran, (1989.): *Sekundarne rezidencije u Jugoslaviji – prostorni raspored i utjecaj na okolinu*, u *Geografski glasnik* (Vol. 51, No. 1), Institut za turizam, Zagreb, str. 75-89.

Krenz, Astrid, i Strulik, Holger, (2018.): *Menstruation Hygiene Management and Work Attendance in a Developing Country*, *Center for European, Governance and Economic Development Research Discussion Papers 364*, u *SSRN Electronic Journal*, University of Goettingen, Department of Economics. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/329871092_Menstruation_Hygiene_Management_and_Work_Attendance_in_a_Developing_Country (pristup: 10.9.2020.)

Marschall, Gordon, (1986.): *The workplace culture of the licensed restaurant*, u *Theory, Culture and Society* (Vol. 3, No. 1), SAGE, London, str. 33-47.

Munt, Ian, (1994.): *The „Other“ Postmodern Tourism: Culture, Travel and New Middle Classes*, u *Theory, Culture and Society*, (Vol. 11, No. 3), Sage Publications, London, str. 101-123.

Obadić, Alka, i Marić, Ivana, (2009.): *The Significance of Tourism as an Employment Generator of Female Labour Force*, u *Ekonomski misao i praksa* (Vol. 18, No. 1), Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, str. 93-114.

Pičuljan, Marija, Težak Damijanić, Ana, i Šergo, Zdravko, (2018.): *Identifikacija i sistematizacija utjecaja turizma*, u *Ekonomski misao i praksa* (Vol. 27 No.2), Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, str. 585-602.

Sabol Opačić, Vesna, i Bogdan, Ljerka, (2010.): *Problematika zapošljavanja u ugostiteljstvu i turizmu*, *Zbornik Međimurskog veleučilišta u Čakovcu* (Vol. 1, No. 1), Međimursko veleučilište u Čakovcu, Čakovec, str. 48-58.

Sassatelli, Roberta, (2011.): *Gender, Gaze and Technology in Film Culture. An interview with Laura Mulvey*, u *Theory, Culture & Society* (Vol. 28, No. 5), Sage, London, str. 123-143.

Sculos, W. Bryant (2017.): *Who's Afraid of 'Toxic Masculinity'?*, u *Class, Race and Corporate Power* (Vol. 5, No. 3), Florida International University, Miami. Dostupno na: <https://digitalcommons.fiu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1108&context=classracecorporatepower> (pristup: 18.9.2020.)

Uriely, Natan, (1997.): *Theories of Modern and Postmodern Tourism*, u *Annals of Tourism Research* (Vol. 24, No. 4), Elsevier, Amsterdam, str. 982-984.

Vojnović, Nikola, (2002.): *Model geografskog istraživanja odnosa turizma i industrije na primjeru Pule*, u *Geoadria*, (Vol. 7, No. 1), Hrvatsko geografsko društvo i Odjel za geografiju Sveučilišta u Zadru, Zadar, str. 109-125.

Watson Llewellyn i Kopachevsky, Jospeh, (1994.): *Interpretations of tourism as commodity*, u *Annals of Tourism Research* (Vol. 21, No. 3), Elsevier, Amsterdam, str. 643-660.

Žagar, Ivan, (2014.): „A u mjestu samo jedna gostionica, neugledna i vlažna i – ništa više“: *O razvojnom putu turizma i participaciji u gospodarstvu pojedinih mjesta Puljštine od 1960-ih do 1980-ih*, u *Časopis za suvremenu povijest* (vol 6, No. 3), Hrvatski institut za povijest, Zagreb, str. 495-514.

d) Statističke i ekonomske publikacije

Analiza financijskih rezultata poslovanja poduzetnika Republike Hrvatske po županijama u 2017. godini, dostupno na: <https://www.fina.hr/documents/52450/130232/Analiza+financijskih+rezultata+poslovanja+poduzetnika+po+zupanijama+u+2017.+godini.pdf/14052190-596f-1937-203a-9b1806c4aa05?t=1573203186429> (pristup: 12.9.2020.)

Blanke, J. i Chiesa, T., (2007.): *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007*, World Economic Forum, Geneva. Dostupno: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.178.3367&rep=rep1&type=pdf> (pristup: 18.09.2020.)

Croatia. Travel & Tourism Competitiveness Indeks 2019 edition. Dostupno na: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/country-profiles/#economy=HRV> (pristup: 17.09.2020.)

Croatia - Contribution of travel and tourism to GDP as a share of GDP. Dostupno na: <https://knoema.com/atlas/Croatia/topics/Tourism/Travel-and-Tourism-Total-Contribution-to-GDP/Contribution-of-travel-and-tourism-to-GDP-percent-of-GDP> (pristup: 17.09.2020.)

Crotti, Roberto i Misrahi, Tiffany (ur.), (2015.): The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015, World Economic forum, Geneva, Dostupno na: http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf (pristup: 18.09.2020.)

Dolasci i noćenja turista u 2014. godini.; dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2014/04-03-02_01_2014.htm (pristup: 10.09.2020.).

Dolasci i noćenja turista u 2015. godini.; dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/04-03-02_01_2015.htm (pristup: 10.09.2020.).

Dolasci i noćenja turista u 2016.; dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2016/04-03-02_01_2016.htm (pristup: 10.09.2020.).

Dolasci i noćenja turista u 2017.; dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2017/04-03-02_01_2017.htm (pristup: 10.09.2020.).

https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_221967/lang-en/index.htm (pristup: 14.09.2020.)

<https://www.unwomen.org/en/news/stories/2019/11/announcer-second-edition-of-global-report-on-women-in-tourism> (pristup: 14.09.2020.)

Nestić, D. et al. (2015.): Profil sektora – Turizam i ugostiteljstvo, Ekonomski institut, Zagreb, str. 13. Dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/AA_2018_c-dokumenti/180529_cekom_Profil-sektora.pdf, (pristup: 19.09.2020.)

Satelitski račun turizma za Republiku Hrvatsku u 2016.. Dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/12-04-01_01_2018.htm, (pristup: 17.09.2020.)

Time spent in paid and unpaid work, by sex (2017.). Dostupno na: <https://stats.oecd.org/index.aspx?queryid=54757> (pristup: 16.8.2020.)

Tourism industries – employment. Dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_industries_-_employment#Source_data_for_tables.2C_figures_and_maps_.28MS_Excel.29 (pristup: 16.09.2020.)

Turizam u 2011.; dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2012/SI-1463.pdf (pristup: 10.09.2020.).

Turizam u 2012.; dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2013/SI-1491.pdf (pristup: 10.09.2020.).

Turizam u 2013.; dostupno na: https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2014/SI-1515.pdf (pristup: 10.9.2020.).

e) Strategije razvoja i zakonodavni dokumenti

Strategija razvoja hrvatskog turizma do 2010. godine, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske. (Dostupno na: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//Strategija%20hrvatskog%20turizma%20-%20finalna%20verzija.pdf>) (pristup: 15.07.2020.)

Zakon o radu, Narodne novine 93/14, 127/17, 98/19, na snazi od 01.01.2020. Članak 60. – Članak 72.. Dostupno na: <https://zakon.hr/z/307/Zakon-o-radu> (pristup: 22.09.2020.)

f) Kazivačice

M.B. – razgovor vođen u kolovozu 2019. godine u Puli

K.F. – razgovor vođen srpnju 2020. godine u Puli

T.F. – razgovor vođen u srpnju 2019. godine u Puli

P.L. – razgovor vođen u srpnju 2019. godine u Puli

D.M. – razgovor vođen u srpnju 2019. godine u Puli

M.N. – razgovor vođen u srpnju 2019. godine u Puli

S.N. – razgovor vođen u rujnu 2019. godine u Puli

J.S. – razgovor vođen u rujnu 2019. godine u Puli

g) Internetski izvori

<http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=1301> (pristup: 20.05.2020.)

<http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=132> (pristup: 20.05.2020.)

<http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=2809> (pristup: 21.05.2020.)

<https://www.libela.org/vijesti/7438-ja-od-jutra-nisam-stala/> (pristup: 05.06.2020.)

<https://htz.hr/hr-HR/opce-informacije/o-nama> (pristup: 10.06.2020.)

<http://www.istra-istria.hr/masterplan/odgovori.html> (pristup: 05.07.2020.)

<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (pristup: 15.07.2020.)

<https://www.oecd.org/cfe/tourism/tourismsatelliteaccountrecommendedmethodologicalframework.htm> (pristup: 16.9.2020.).

<https://www.britannica.com/biography/Auguste-Escoffier> (pristup: 01.06.2020.)

http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=eF5vWw%253D%253D
(pristup: 03.09.2020.)

<https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/provjereno-istrazili-smo-pozadinu-nedostatka-sezonskih-radnika-u-hrvatskoj---438466.html> (pristup: 20.09.2020.).

Kolike su plaće u najprivlačnijoj našoj industriji. Evo koliko točno zarađuju naše sobarice, recepcioneri, kuhari, konobari i pomoćni radnici:

<https://www.upuhh.hr/en/component/k2/item/149-kolike-su-place-u-najprivlacnijoj-nasoj-industriji-evo-koliko-tocno-zaraduju-nase-sobarice-recepcionari-kuhari-konobari-i-pomocni-radnici> (pristup: 18.09.2020.)

h) Filmografija

Sezonski rad u turizmu, Radnička prava TV, proizvodnja: Udruga BRID uz potporu Rosa Luxemburg Stiftung, Listopad 2015. Dostupno na: <https://www.youtube.com/watch?v=MCXcCbse5FI&t=15s> (pristup: 20.09.2020.).

Pozadina nedostatka sezonskih radnika u Hrvatskoj, Nova TV, emisija Provjereno, prilog priredila: Maja Medaković 27.5.2016.. Dostupno na: <https://www.youtube.com/watch?v=Jrfc2CNuZIY&t=355s> (pristup: 20.09.2020.).

Razvoj turizma nije razvoj zaposlenosti, TV Istra, 7.11.2013. , prilog pripremila: Nensi Periša. Dostupno na: <https://www.youtube.com/watch?v=ldN3xM1iRkM> (pristup: 20.09.2020.)

POPIS PRILOGA

Prilog 1. Smještajni kapaciteti i turistički promet 1912. (Izvor: <http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=2809>, pristup: 20.05.2020.)

SAŽETAK

Ulaskom Istre u sastav Carevine Austrije, odnosno Austro-Ugarske Monarhije sredinom 19. stoljeća dolazi do gospodarskog uzleta i paralelno s europskim trendovima počinje razvoj turizma Istre. Intenzivnim ulaganjima u infrastrukturu, promociju i politikama otvaranja prema zapadnim turistima koji donose devize, Istra se pozicionira kao predvodnica turističkog razvoja u SFR Jugoslaviji što ostaje i u suvremenoj Hrvatskoj. Svekoliki globalni gospodarski i tehnološki uzlet kao i promjena kulturološke paradigme u drugoj polovici 20. stoljeća rezultirali su masovnim turističkim kretanjima u potrazi za 5S (sun-seks-sights-savings-servility) i kvalitativnom distinkcijom od poslovnog okruženja. Istra se u tom kontekstu profilirala kao destinacija koja osim sunca, mora i pijeska, zlatnim hordama turista nudi i izgrađenu turističku infrastrukturu te cestovnu dostupnost na svega nekoliko sati od središta Europe. Masovnost sezonskih turističkih kretanja generira masovnost sezonske potražnje za jeftinom radnom snagom. Obzirom na patrijarhalne društvene obrasce koji se oslikavaju na rodnu dimenziju turističkih poslova, ženskom radništvu ponuđeni su poslovi koji zrcale (neplaćena) zaduženja i odgovornosti u obitelji. Turizam kao produkt kapitalizma utemeljenog na kontinuiranoj konzumaciji konstruiranih proizvoda i usluga, radništvu je nametnuo prekarni rad i pozicionirao ih na dno klasne ljestvice. Okosnica istraživanja je etnologija ženskog rada u turizmu Istre. Na deklarativno ravnopravnom suvremenom tržištu rada gdje ženska radna snaga čini više od polovine radništva u turizmu, žene su i dalje podzastupljene na višim pozicijama upravljanja, dok njihov broj dominira na sezonskim poslovima obilježenim visokim radnim intenzitetom, nesigurnim uvjetima rada, ugovorima na određeno vrijeme i niskim plaćama.

Ključne riječi: Istra, turizam, ženska radna snaga, prekarni rad, etnologija ženskog rada

SUMMARY

With the entry of Istria into the Empire of Austria, ie the Austro-Hungarian Monarchy in the middle of the 19th century, there was an economic upswing and in parallel with European trends, the development of Istrian tourism began. With intensive investments in infrastructure, promotion and opening policies towards Western tourists who bring foreign currency, Istria is positioned as a leader in tourism development in SFR Yugoslavia, which remains in modern Croatia. The overall global economic and technological upswing as well as the change of cultural paradigm in the second half of the 20th century resulted in massive tourist movements in search of 5S (sun-seks-sights-savings-servility) and a qualitative distinction from the business environment. In this context, Istria has established itself as a destination that, in addition to the sun, sea and sand, offers golden hordes of tourists a built tourist infrastructure and road accessibility just a few hours from the center of Europe. The mass of seasonal tourist movements generates a mass of seasonal demand for cheap labour. Given the patriarchal social patterns that reflect the gender dimension of tourism jobs, women workers are offered jobs that reflect (unpaid) family responsibilities and responsibilities. Tourism, as a product of capitalism based on the continuous consumption of constructed products and services, imposed labour on the workers and positioned them at the bottom of the class scale. The backbone of the research is the ethnology of women's work in Istrian tourism. In a declaratively equal modern labour market where the female workforce accounts for more than half of the tourism industry, women are still underrepresented in higher management positions, while their numbers dominate in seasonal jobs marked by high labour intensity, precarious working conditions, fixed-term contracts and low salaries.

Keywords: Istria, tourism, female labour force, precarious work, ethnology of female labour