

## Hrvatska pred europskim zrcalom: kako nas drugi vide, a kako im se mi predstavljamo?

Božo Skoko

Hrvatska će sljedeće godine, točnije 1. srpnja 2013., doći pod povećalo oko 500 milijuna ljudi. Takvu priliku nije imala od proglašenja svoje neovisnosti i međunarodnog priznanja. Kad se upale reflektori i Hrvatska stupi na europsku pozornicu kao nova članica Europske unije, oni će čekati njezin odgovor: *Tko je? Što predstavlja? Što donosi u tu zajedničku zajednicu? Koje su njezine vrijednosti i posebnosti? Kakvi su ti Hrvati koje primamo pod zajednički krov?* Hoće li, da parafraziram poznatog britanskog teoretičara identiteta i imidža država Simona Anholta, nastaviti mrmljati predvidljive i otrcane fraze o mogućnostima ulaganja, nepokvarenim plažama, povijesnim gradovima i stručnim radnicima ili će iznijeti jasnu, jedinstvenu, nadahnjujuću poruku o sebi koju će ljudi u Europi i izvan nje primijetiti, vjerovati joj, zapamtiti je i zavoljeti?

Po svemu sudeći, kvalitetan nastup će teško biti izvesti jer Hrvatska već godinama nema jasne slike o sebi, svojim potencijalima i mogućnostima... Nema konsenzusa ni o prošlosti, ni o sadašnjosti, a kamoli o budućnosti. Njezin identitet je nedorečen i pomalo gurnut u zapećak... Kako ćemo šarmirati druge i na sebe skrenuti globalnu pozornost kad ne znamo dovoljno o samima sebi, a i ono malo što znamo i imamo godinama podcjenjujemo i zanemarujemo?

Nemojmo se zavaravati već priznajmo da je Hrvatska još uvijek nedovoljno poznata u svim dijelovima našeg kontinenta, a još manje u ostatku svijeta. Prema jednom istraživanju u onim europskim zemljama u kojima nas donekle poznaju, najviše asocijacija je pozitivno i odnose se na prekrasnu obalu, odmor, prirodne ljepote... Međutim, u većem dijelu europskih država, posebice u onima na rubu kontinenta, Hrvatska je još prilična nepoznanica ili ju se povezuje s ratom, zločinima, Balkanom... te tamošnji građani uopće nisu sigurni kako ju definirati i treba li im ona u toj prestižnoj zajednici europskih država i naroda.

U završnici pregovora Hrvatske i Europske unije često smo slušali koje su nam države sklone, a koje nisu. Čudili smo se kad su pojedini ministri razvijenih europskih država sumnjali u našu spremnost za članstvo u toj zajednici ili tražili dodatna *promatranja*. Nije nam bilo jasno kako ti europski birokrati

ne mogu shvatiti da su nas izgnjavili uzduž i poprijeko, da smo učinili mnoštvo odricanja i da smo i prije početka pregovora bili spremniji nego neke države koje su odavno članice EU!? Razmišljali smo kako ne vide da stoljećima pripadamo zapadnoeuropskoj kršćanskoj civilizaciji i da smo se dovoljno »europeizirali« u ovom dugom pregovaračkom procesu? Očito nisu vidjeli ili nisu željeli vidjeti... Mjesecima smo slušali kako pojedine europske države vrve negativnim stereotipima o Hrvatskoj. I sam češki ministar vanjskih poslova svojedobno je izjavio da se njegovi kolege prema Hrvatskoj odnose s puno predrasuda. A znamo da u procesu ulaska u EU »pregovori« čine tek vrh sante leda, dok onaj veći (nevidljivi) dio čine predrasude, očekivanja, dezinformacije i sl. u glavama naših budućih susjeda. I dok smo pregovore uspješno priveli kraju, premalo smo učinili da u njihovim glavama promijenimo sliku o svojoj zemlji i stvorimo ozračje dobrodošlice.

Tko je za to odgovoran? Možemo danima prozivati političare europskih država zbog njihove neinformiranosti ili nepravедnosti. Ali oni ionako reflektiraju razmišljanja svojih građana... Zato je mudrije zapitati se – koliko smo mi sami, odnosno oni koje smo birali, zatim naše kulturne, znanstvene i svekolike druge institucije u Hrvatskoj i svijetu, učinili u promjeni imidža Hrvatske, odnosno jesmo li dovoljno motivirali europske građane i dužnosnike da nas bolje upoznaju te jesmo li se kvalitetno predstavili Europi i svijetu da nas dočeka kao ravnopravnog europskog partnera, a ne kao siromašnog balkanskog rođaka?

Teoretičari imidža država kažu da države obično pamtimo po zadnjem velikom događaju koji se veže uz njih. U modernom, užurbanom i komunikacijski preopterećenom svijetu, ako na to nismo primorani, teško pronalazimo vremena da bismo se temeljitije posvetili njihovom životu i napretku. A Hrvatska posljednjih se godina baš i nije trudila kreirati velike događaje ili pričati atraktivne priče kojima bi zasjenila rat, suđenja, korupciju... A vjerujte mi – unatoč lošoj gospodarskoj situaciji te sveopćem pesimizmu – imamo se čime pohvaliti.

Anholt tvrdi, ako država osmisli i provede savršenu izveznu strategiju, uspješnu strategiju stranog ulaganja i fenomenalnu strategiju ekonomskog razvoja, da čak i tada mogu proći još godine pa i desetljeća prije nego što se svijet predomisli i preispita svoje mišljenje o njoj ili promijeni svoje ponašanje prema toj zemlji. Zapravo država se može – bez dobre komunikacijske strategije i upravljanja vlastitim imidžom – desetljećima ponašati besprijeekorano, ali i dalje biti opterećena lošim ugledom koji je stvoren davno prije, bez obzira koliko je to pošteno. Zato razvijene države upravljanje vlastitim identitetom i imidžom sve više smatraju primarnom vještinom potrebnom vladama u 21. stoljeću. Pogotovo žele li promijeniti lošu sliku, pojačati izvoz ili privući ulaganja.

Da to Hrvatska još ne razumije najbolje svjedoči činjenica kako smo u svibnju prošle godine prilično suhoparno proslavili 300. obljetnicu rođenja velikog hrvatskog znanstvenika isusovca Ruđera Boškovića, koji je u svoje doba

bio jedan od najpopularnijih i najsvestranijih Europljana te utjecao na razvoj svjetske znanosti. Druge bi države kroz njega ispričale priču o sebi, a kroz manifestacije, filmove, simpozije, nove proizvode, suvenire i koncerte po cijeloj Europi pokazale tom skeptičnom Zapadu da su Hrvati itekako stvarali Europu kakvu danas poznajemo. Uostalom i papa Benedikt XVI. ga je prilikom posjeta Hrvatskoj prošle godine istaknuo kao uzor.

Dakle, ne koristimo dovoljno ni prilike koje nam se same nude. I dok mi ne znamo što bismo s vlastitim velikanima i dok mudrujemo kako bismo ispričali priču o sebi znatiželjnoj Europi, čiji su pogledi uprti u tog novog susjeda, Srbi su već na listu svojih velikana upisali – ne samo nobelovca Ivu Andrića i Dubrovčane Ivu Gundulića i Marina Držića, već i Ruđera Boškovića. I dok se mi ne znamo veseliti ni vlastitim uspjesima, niti cijeniti ono što su nam pređi ostavili u nasljeđe, iskreno se bojim da ćemo uoči sljedeće velike obljetnice rođenja ovog sjajnog Dubrovčanina na nekom arbitražnom sudu morati dokazivati – je li on uopće naš velikan?

Dakle, hrvatske elite moraju što prije postići konsenzus oko pitanja – koje su to vrijednosti po kojima želimo biti prepoznati u Europi, koje su to kulturne i prirodne posebnosti koje ćemo pokazati svijetu, koji je to doprinos koji ćemo dati suvremenoj Europi, te na koncu – koji su to hrvatski velikani po kojima bi svijet trebao u budućnosti prepoznavati Hrvatsku i Hrvate? Znamo kako su minula hrvatska stoljeća radala neustrašive vizionare koji su mijenjali ne samo hrvatsku već i europsku, pa i svjetsku povijest. Ali u Hrvatskoj je očito neslaganje oko toga koji bi »hrvatski velikani« najbolje mogli promovirati Hrvatsku u svijetu. Zbog čestih razmimoilaženja, ali i neaktivnosti relevantnih institucija, još nijedan od njih nije dovoljno prepoznat izvan naših granica kao »svjetski velikan« i paralelno s time kao »predstavnik Hrvatske« – poput njemačkog Goethea, austrijskog Mozarta, talijanskog Dantea...

Unatoč bogatoj kulturnoj i povijesnoj baštini te stoljetnoj pripadnosti Europi, velika većina naših budućih susjeda još nas smatra primitivcima s Balkana koji možda imaju lijepo more, ali to ionako nije njihova zasluga. Mnogi nemaju pojma o našim gospodarskim, znanstvenim, intelektualnim i drugim potencijalima... A mi ne želimo ili nemamo znanja privući pozornost i kvalitetno se predstaviti. S druge strane, praksa pokazuje, ako se mi sami kvalitetno ne predstavimo, onda će o nama ispričati priču netko drugi, a to često ne mora biti dobronamjerno. Sjetimo se samo ranih devedesetih kad smo bili žrtve neznanja i tuđeg etiketiranja...

Isto tako zapitajmo se kako će drugi dobro misliti o nama, ako mi nemamo dobro mišljenje o samima sebi? Kako će nas drugi poznavati, ako mi sami ne poznajemo i ne poštujemo vlastitu povijest, baštinu, velikane, način života? Krajnje je vrijeme da se trgnemo, okrenemo sebi, jasno definiramo – tko smo, što smo, kamo idemo i počnemo se mudrije ponašati u komunikaciji s drugima. Ovo je povijesna prilika koja se često ne ponavlja. Svaku pogrešku ćemo skupo

platiti jer uistinu nije svejedno kakvu ćemo poziciju zauzeti za europskim stolom. A prvi dojam se ne može ostaviti dvaput!

Zaključujem, pred Hrvatskom, kao budućom članicom Europske unije te nedovoljno poznatom i priznatom državom, trenutačno se nalaze dva izazova – kako očuvati i dalje razvijati svoj nacionalni identitet, koji je još prilično neutvrđen, te kako se što kvalitetnije predstaviti svojim budućim europskim susjedima i poboljšati svoj imidž.

Naime, u globaliziranom svijetu osviješten i prepoznatljiv identitet, koji se živi, te predstavlja svijetu na atraktivan, privlačan i koristan način, postaje snažna dodana vrijednost država i naroda u konkurentskoj gospodarskoj i političkoj utakmici. S druge strane, upravo je imidž važan preduvjet za pozicioniranje države na međunarodnoj političkoj pozornici, plasiranje proizvoda na inozemna tržišta, privlačenje turista i stranih ulaganja, dobivanje poslova u drugim državama, privlačenje talentiranih stanovnika, kulturnih i sportskih događaja, te zadobivanje poštovanja u međunarodnim odnosima i mogućnost širenja vlastitih vrijednosti.

Zato Hrvatska mora prepoznati, definirati, zaštititi i živjeti svoje posebnosti i vrijednosti, o njima mora educirati i mora ih promovirati. Istodobno mora započeti strateški upravljati vlastitim imidžom u svijetu da bi postala uspješan, privlačan i poštovan brend među europskim državama. U protivnom, nikakve integracije nam neće pomoći!