



Što nam pad nataliteta i rast vlasništva kućnih ljubimaca govore o društvu?

Je li riječ o prolaznom trendu ili o dubokoj transformaciji društva koja odražava nove oblike bliskosti i odgovornosti? Koje vrijednosti se mijenjaju?

KUĆNI
LJUBIMCI



By **Mirela
Raič**

25.11.2025.



Hrvatska već godinama bilježi ozbiljan demografski pad: rađa se sve manje djece, sve više mladih napušta zemlju, a prosječna starost stanovništva neprestano raste. Paralelno s tim, tržište kućnih ljubimaca doživljava pravu ekspanziju. Dok se broj novorođenih smanjuje, broj pasa i mačaka raste iz godine u godinu – udomljavaju se, kupuju, čipiraju, osiguravaju i tretiraju kao ravnopravni članovi obitelji.

Na prvi pogled, te dvije pojave djeluju nepovezano. No ako ih stavimo u širi društveni kontekst, one otkrivaju puno o tome kako se mijenjaju naši životni prioriteti, vrijednosti i poimanje obitelji.

Je li riječ o prolaznom trendu ili o dubokoj transformaciji društva koja odražava nove oblike bliskosti i odgovornosti? Koje vrijednosti se mijenjaju?

Demografska stvarnost

Prema podacima Worldometersa i Državnog zavoda za statistiku, Hrvatska u 2025. godini ima oko 3,85 milijuna stanovnika, što znači da je populacija u posljednjem desetljeću smanjena za gotovo 10 %. **Samo u posljednjih deset godina broj novorođenih pao je s oko 43.000 na manje od 34.000 godišnje.** U istom razdoblju broj umrlih redovito premašuje broj rođenih, što dodatno ubrzava demografsko starenje.

Demografi u više navrata upozoravaju kako Hrvatska gubi čitave generacije mladih, ne samo zbog niskog nataliteta nego i zbog emigracije. **Upravo je broj samaca jedna od najvažnijih promjena u strukturi hrvatskih kućanstava.** Danas gotovo **polovicu svih kućanstava čine samačka kućanstva**, a mnogi od njih ulaze u veze kasnije ili su prošli kroz razdvajanja. Sve je više i onih koji svjesno biraju solo život kao stil, a ne kao privremenu fazu.

U takvom kontekstu ljubimci preuzimaju ulogu emocionalnih partnera i neizostavnog dijela kućne dinamike. Oni unose strukturu, smanjuju osjećaj usamljenosti i potiču društvenu interakciju na način koji je u skladu s tempom modernog života. **Prof. dr. sc. Goran Livazović s Filozofskog fakulteta Osijek**, objašnjava da biti suvremenim roditeljem znači nužno ulaganje mnogo više intelektualnog, emocionalnog i ekonomskog kapitala u odnosu na bilo koju prethodnu generaciju, s obzirom na pritisak društvenog uspjeha i očekivanja okoline.

“Postmoderna fleksibilizacija društvenih odnosa i manja socijalna stigma pojave napuštanja tradicionalne nuklearne obitelji, uz epidemiju razvoda, te porast kohabitacijskih parova, posvojiteljskih, udomiteljskih, istospolnih i jednoroditeljskih obitelji, uvjetovali su društvene promjene odnosa prema roditeljstvu kao percipiranom društvenom idealu. Ako se na to nadoveže izraženi individualizam suvremene egocentrične kulture nošene kapitalističkim vrijednostima, stvara se „savršena oluja“ promjena tradicionalnih socijalnih odnosa kojima se naglašava karijera, uspjeh, ispunjavanje osobnih potreba, snova i interesa pojedinca”, ističe prof. Livazović.



U isto vrijeme kada se rađa sve manje djece, broj kućnih ljubimaca u Hrvatskoj, osobito pasa i mačaka bilježi rast. **Prema procjenama udruge Prijatelji životinja, u Hrvatskoj živi više od pola milijuna pasa, a broj mačaka procjenjuje se na još najmanje 300 tisuća.** Međutim, zbog nepostojanja jedinstvenog registra kućnih ljubimaca, stvarne brojke vjerojatno su i veće.

Istraživanje Smart Plus Researcha pokazuje da više od 60 % kućanstava u Hrvatskoj ima barem jednog kućnog ljubimca, a troškovi vezani uz njihovu skrb rastu iz godine u godinu. Hrana, veterinarske usluge, oprema i osiguranja čine rastuću industriju vrijednu milijune eura godišnje. Sličan trend bilježi se diljem Europske unije jer gotovo polovica građana EU-a ima kućnog ljubimca, a 2023. godine zabilježeno je više od 83 milijuna mačaka i 72 milijuna pasa u zemljama članicama.

Ono što se posebno ističe jest promjena percepcije: ljubimci više nisu „životinje koje čuvaju kuću“, već ravnopravni članovi obitelji. Mladi, posebno generacija milenijalaca i pripadnici generacije Z, sve više se identificiraju kao „pet parents“, a njihovi ljubimci postaju „furbabies“ odnosno emocionalni surugati u svijetu nesigurnosti i ubrzanog ritma života. Mnogi mladi tijekom dvadesetih i ranih tridesetih godina imaju fazu života u kojoj žele „nekoga o kome brinu“, ali se ne osjećaju spremno za dijete.

“U anketama i do 57% mlađih milenijalaca razmatralo je postati vlasnicima psa umjesto rađanja djece, a među Gen Z i mlađim milenijalcima oko dvije trećine izjavljuje da trenutčno preferira kućne ljubimce nad roditeljstvom. Kada je riječ o stavovima prema roditeljstvu i redefiniciji obitelji, milenijalci i Gen Z u prosjeku kasnije ulaze u brak (ako se uopće odluče na brak!), kasnije planiraju djecu ili uopće propituju potrebu za djecom, dok istodobno ljubimce sve češće tretiraju kao članove obitelji ili „djecu“, objašnjava prof. Livazović.

Zašto se rađa manje djece?

Sociolozi i psiholozi objašnjavaju da odluka o roditeljstvu u današnje vrijeme nije samo biološko, već i ekonomsko i emocionalno pitanje. Visoki troškovi stanovanja, nesigurna zaposlenja, skupi vrtići i neadekvatna društvena podrška roditeljima čine djecu financijskim izazovom.

Iako ekonomska sigurnost i troškovi života utječu na odluku o roditeljstvu, istraživanja pokazuju da financije nisu jedini razlog odgode ili izostanka roditeljstva. Kulturološki trendovi, individualizam, redefinicija obitelji i težnja za osobnom slobodom i samoostvarenjem jednako oblikuju naše izbore. Možemo reći da društvo prelazi s modela „obitelj po defaultu“ na model u kojem se svjesno odlučuje ili ne odlučuje za roditeljstvo. **Prof. dr. sc. Jasminka Zloković s Filozofskog fakulteta Rijeka**, ističe da milenijalci i pripadnici generacije Z sve češće roditeljstvo doživljavaju kao osobni izbor, a ne kao društveni imperativ.

*“Za razliku od ranijih generacija, koje su djecu promatrale kao prirodan životni slijed i „sigurnost“ u starosti, današnje generacije odbijaju podlijegati pritiscima obitelji i okoline da postoji „pravilan“ trenutak za roditeljstvo. Riječ je o afirmiranju autonomije i individualnih odluka — o tome **hoće li i kada** postati roditelji”, objašnjava prof. Zloković.*

Mnogi parovi žele financijsku stabilnost, sigurniji posao, riješeno stambeno pitanje ili bolju ravnotežu između privatnog i poslovnog života. Za mnoge to znači da prve godine zajedničkog života prolaze u karijeri, putovanjima, profesionalnom razvoju i „slaganju života“. U tom razdoblju ljubimac se nameće kao oblik obiteljske dinamike koji ne zahtijeva drastične životne promjene, ali donosi emocionalnu ispunjenost.

“Analizom uloge individualizma i emocionalnog kapitala ljubimaca, valja istaknuti da za mnoge mlade odrasle ljubimci nude intenzivan emocionalni odnos, osjećaj svrhe i rutine, ali bez potpunog odricanja od osobnih projekata i identiteta koje bi zahtijevalo roditeljstvo”, navodi prof. Livazović.

U takvom okruženju, kućni ljubimci dobivaju novu funkciju. Briga o ljubimcu nudi mogućnost izražavanja njege i privrženosti bez istog stupnja odgovornosti i dugoročnog planiranja. **Mnogi vlasnici pasa i mačaka tvrde da im ljubimci pružaju osjećaj smisla, strukture i rutine u svakodnevi.** Paralelni trendovi pada nataliteta i rasta vlasništva nad kućnim ljubimcima predstavlja prelazak s kolektivnog poimanja obitelji na individualizirani model bliskosti u kojem ljubimci postaju simbol brige, pripadnosti i svakodnevnje nježnosti.

“Obiteljska dinamika posljednjih desetljeća svjedoči slabljenju bliskosti: nedostatak zajedničkog vremena, iscrpljenost, multitasking i digitalne distrakcije narušavaju kvalitetu odnosa. U takvom kontekstu neki ljubimca doživljavaju kao „brži put“ do osjećaja smisla i nježnosti, no ljubimac ne može nadomjestiti emocionalne praznine nastale u problematičnim obiteljskim odnosima. Tek u stabilnom, komunikativnom okruženju ljubimac može biti pozitivan „dodatak“, a ne pokušaj kompenzacije”, objasnila je prof. Zloković.



Solo život, kasne veze i redefinicija obitelji

Kada cijene rastu brže od plaća, a stambeni kvadrati postaju sve skuplji, ideja o roditeljstvu lako se pretvara u brigu o financijskom preživljavanju. Ekonomska klima određuje ritam svakodnevice: hoće li obitelj planirati dijete ili kupnju stana, hoće li mladi par uložiti u kredit ili udomiti psa. U nesigurnim vremenima lakše je preuzeti brigu o ljubimcu nego o djetetu: troškovi su predvidljiviji, odgovornost manja, a emocionalna bliskost stvarna. Ljubimci tako postaju oblik njege i stabilnosti u svijetu koji se čini sve nestabilnijim.

Prof. dr. sc. Goran Livazović objašnjava da se radi o generacijama koje su odrasle uz visoke stambene troškove, nesigurna tržišta rada i rast troškova odgoja djece te sve češće doživljavaju roditeljstvo kao ekonomski riskantan i nedostižan projekt. Također, prof. dr. sc. Jasminka Zloković navodi da se nekad smatralo da su „ljubav“ i „volja“ za roditeljstvom dovoljni, no suvremeni mladi sve više očekuju minimalne, ali dostojanstvene uvjete koji omogućuju odgovorno roditeljstvo (stabilan posao, pristojan osobni dohodak, priuštive stambene uvjete, aktivno slobodno vrijeme, sigurnost/stabilnost socijalne okoline i podrške).

No je li ekonomska nesigurnost pravi razlog odgađanja roditeljstva?

Pad nataliteta ne proizlazi samo iz financijskih prepreka, nego iz šireg osjećaja nesigurnosti koji oblikuje suvremeni život. Čak i oni koji si materijalno mogu priuštiti dijete često osjećaju da nemaju dovoljno vremena, podrške ili unutarnjeg mira za taj korak. U društvu u kojem se radni ritam ubrzava, a stabilnost postaje rijetka, roditeljstvo se sve češće odgađa ne zato što je preskupo, nego zbog stalne neizvjesnosti u životu. Ljudi žele sigurnost, ali i slobodu, žele bliskost, ali i prostor za osobni razvoj.

“Naglašena je važnost osobne slobode i fleksibilnosti životnog stila, jer se u usporedbi s djecom, ljubimci doživljavaju kao znatno „lakša“ obveza: mogu ostati sami kraće vrijeme, lakše ih je uključiti u mobilan, urbani i fleksibilan stil života, a po potrebi je organizacija skrbi manje složena, dakle – emocionalna i intelektualna izloženost je mnogo jednostavnija. Istraživanja pokazuju da mladi navode niže troškove, kraću i predvidljiviju vremensku obvezu i bolju kompatibilnost s karijerom i putovanjima kao ključne razloge zašto im ljubimci omogućuju zadržavanje osjećaja osobne slobode”, objasnio je prof. Livazović.

Možda ljubimci ne popunjavaju samo prazninu financijske dostupnosti, nego i onu emocionalnu i egzistencijalnu. Nude li odnos koji je topao, blizak i svakodnevan, ali oslobođen pritiska odgovornosti?

Sve veći broj odraslih u Hrvatskoj živi sam ili u neformalnim zajednicama bez djece. **Statistike Eurostata** pokazuju da udio samaca u ukupnom stanovništvu raste, dok se prosječna dob stupanja u brak približila **32. godini za žene i 34. za muškarce**. U tom kontekstu ljubimci

popunjavaju emocionalni prostor koji su nekoć zauzimala djeca te postaju dio svakodnevnog života sve većeg broja ljudi, uključujući i one koji žive sami. No za razliku od djece, ljubimci ne traže dugoročne institucionalne uvjete poput školovanja, a njihova briga ne nosi socijalni status „uspjeha“. To ih čini privlačnim u društvima gdje se individualizam i fleksibilnost sve više cijene. Ujedno, sve veća dostupnost hrane za kućne ljubimce, hotela, veterinarskih, ali i drugih raznih usluga pokazuje da su oni postali i važan tržišni segment, i to ne samo emocionalni, nego i ekonomski fenomen.

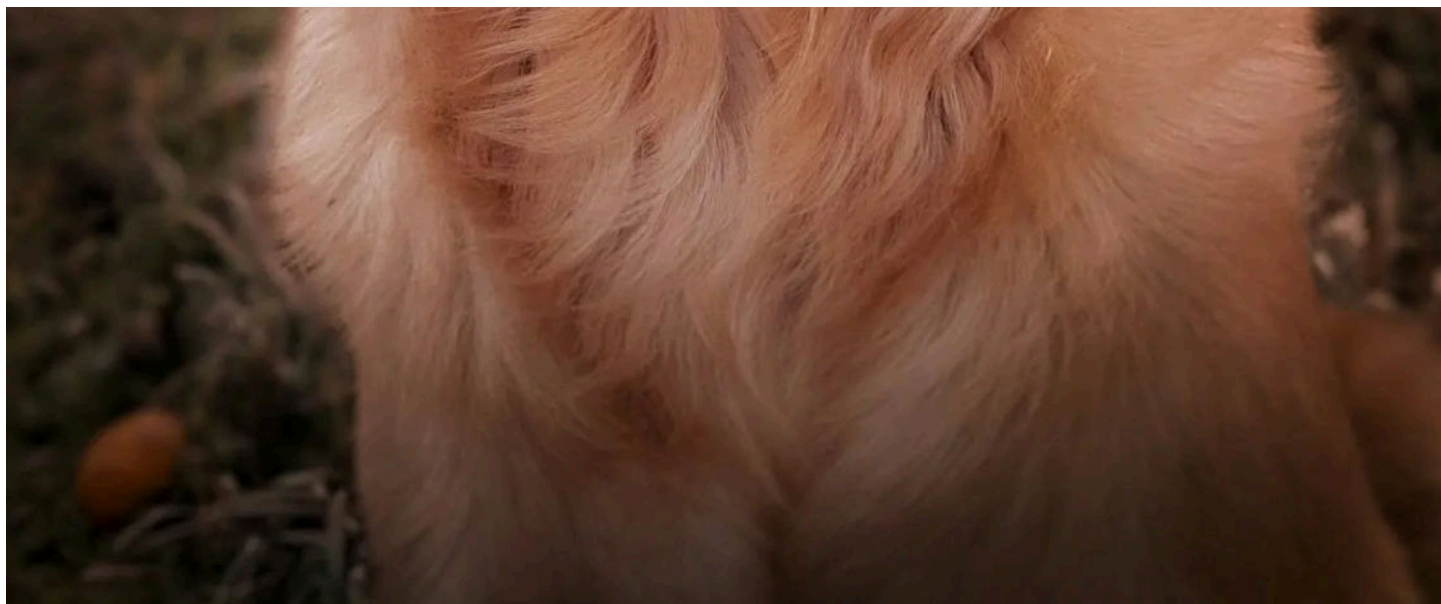
Prof. dr. sc. Jasminka Zloković ističe kako su uz ekonomske, važne i duboke društvene promjene: individualizacija, naglasak na osobnom razvoju, kasni ulazak u stabilne veze te širok raspon očekivanja od roditeljstva, a sve veća emocionalna udaljenost unutar obitelji postaje važan čimbenik koji oblikuje odluke o roditeljstvu.

*“Roditelji i djeca danas provode manje vremena zajedno – ne samo zbog posla, već i zbog tempa života i promjena u obiteljskim navikama. Uz to, javnim se diskursom ponekad šalje implicitna poruka da roditelj nije ključan u životu djeteta, što stvara dodatnu nesigurnost i pritisak na odluku biti ili ne biti roditelj. **Ako društvo želi odgovoriti na izazove niskog nataliteta, nužno je ulagati ne samo u dostupnost vrtića i usklađivanje rada i obitelji, nego i u jačanje mentalnog zdravlja roditelja te poticanje kvalitetnih obiteljskih odnosa**“,* pojasnila je prof. Zloković.

Analiza dostupnih foruma i iskustava pojedinaca potvrđuje ovaj obrazac. Ljudi navode da im ljubimci nude vrstu povezanosti koja ne zahtijeva kompromis, osjećaj pripadnosti bez straha od dugoročnih obveza i svakodnevnu rutinu koja ne narušava profesionalne ciljeve. Neki naglašavaju i da se s ljubimcima osjećaju manje usamljeno, posebno ako rade od kuće ili žive sami. Drugi pak ističu da ne osjećaju pritisak društvenih očekivanja, kao ni teret usporedbe s drugim roditeljima kojeg se mnogi boje. I, možda najvažnije, ljubimac ne otvara pitanje je li netko „spreman“ biti roditelj u svijetu u kojem je roditeljstvo postalo projekt koji se, prema percepciji mnogih, mora izvesti savršeno ili nikako.

“Rastuća kultura prioritizacije kućnih ljubimaca kod milenijalaca i Gen Z mladih pokazuje kako briga, privrženost i odgovornost nisu nestale, nego su preusmjerene s djece na ljubimce, uz redefiniciju onoga što znači biti „odrasla“ osoba. Ovaj pomak istovremeno učvršćuje vrijednosti autonomije, samoostvarenja i emocionalnog blagostanja te dovodi u pitanje ideju da je biološko roditeljstvo jedini ili obvezni put prema ispunjenom odraslom životu”, navodi prof. Livazović.





Paralelni pad nataliteta i rast vlasništva nad kućnim ljubimcima nisu samo statistička koincidencija. Oni odražavaju dublju društvenu promjenu: prelazak s kolektivnog poimanja obitelji na individualizirani model bliskosti. U tom modelu ljubimci ne „zamjenjuju“ djecu, ali preuzimaju njihovu ulogu u emocionalnoj strukturi modernog života te postaju simbol brige, pripadnosti i svakodnevne nježnosti. I tu je važno naglasiti: ljubimci nisu uzrok pada nataliteta. **Ne služe „umjesto djece“ zato što ljudi ne žele djecu, nego zato što se životne okolnosti mijenjaju brže nego što društvo uspijeva pratiti.** Emocionalna bliskost koju pružaju ljubimci nije protuteža roditeljstvu, već odgovor na potrebe modernog života – za stabilnošću, povezanošću i pouzdanošću. Ova transformacija posebno je izražena u urbanim i visokoobrazovanim sredinama.

“U stabilnim obiteljskim odnosima ljubimac može konstruktivno doprinijeti svakodnevnom životu: potaknuti zajedničke aktivnosti, pomoći djeci da razviju osjećaj odgovornosti, smanjiti stres i ojačati emocionalnu povezanost članova obitelji. Suprotno tomu, u obiteljima u kojima već postoje napetosti i emocionalna distanca, ljubimac postaje dodatna obveza ili čak izvor novih konflikata”, ističe prof. Zloković.

S druge strane, dugoročne posljedice ovih trendova nisu bezazlene. Ljubimci ispunjavaju emocionalne i strukturalne potrebe, ali ne ispunjavaju intergeneracijsku, društvenu i razvojnu funkciju koju ima roditeljstvo. I dok rast tržišta ljubimaca otvara nove poslovne mogućnosti, pad broja djece znači i smanjenje radne snage, poreznih prihoda i društvene održivosti.

Stručnjaci upozoravaju da su potrebne ozbiljne demografske i obiteljske politike koje bi mladima omogućile da odluku o roditeljstvu donose iz želje, a ne iz straha od financijskog pritiska. Prof. dr. sc. Goran Livazović objašnjava kako ovaj trend odražava i strukturalne prepreke roditeljstvu i normativni pomak prema življenju u skladu s osobnim, a ne nužno tradicionalnim društvenim očekivanjima.

“Svaka osoba nosi temeljnu potrebu da voli i bude voljena, da ima živo biće uz sebe s kojim može komunicirati, dijeliti bliskost, zagrljaj i svakodnevnu emocionalnu razmjenu. Iako su individualne potrebe i motivacije različite, kao što smo i mi sami međusobno različiti — snažnu ulogu u oblikovanju naših izbora imaju i socijalni uvjeti te poruke koje primamo iz sustava koji određuju našu svakodnevnicu: socijalne, gospodarske, zdravstvene i odgojno-obrazovne politike”, navodi prof. Zloković.

Ljubimci su danas više od životinja – oni su naši suputnici, terapeuti i članovi obitelji. No istovremeno, rast njihove prisutnosti u našim životima tiho govori o društvenim promjenama u kojima pojedinci oblikuju život prema vlastitim mogućnostima, vrijednostima i potrebama. Razlozi zbog kojih se manje ljudi odlučuje na roditeljstvo nisu jednoznačni, niti se svode na jednostavne uzroke. Umjesto traženja krivca, važnije je razumjeti da se suvremene obitelji razvijaju u različitim oblicima, a ljubimci i djeca pritom ne stoje jedni drugima nasuprot. Odgovor nije u biranju između djeteta i psa, već u stvaranju društva u kojem briga, bliskost i odgovornost nisu luksuz, nego prirodan dio svakodnevice, bilo da je usmjerena prema djetetu ili prema ljubimcu.

Izradu i objavljivanje serijala tekstova pod naslovom „Psi i mačke umjesto pelena - gdje su nestala djeca?“, autorice Mirele Raič, financijski je podržala Agencija za elektroničke medije kroz projekt Poticanja novinarske izvrsnosti za 2025. godinu.

U ovom postu: [djeca](#), [kućni ljubimci](#), [ljubav](#), [naslovnica_hero](#), [zdravlje](#)



WRITTEN BY

Mirela Raič

Diplomirala je turistički menadžment i neko vrijeme plovila tim vodama, ali ju je život odveo u svijet medija u kojem se brzo prilagodila. Velika je zaljubljenica u putovanja, dobru klopu, prirodu i amatersku fotografiju. Perfekcionizam joj često stoji na putu, ali i daje strukturu njezinom kaosu ideja. Za sebe kaže da je ekstrovert kada treba, a introvert kada može i da joj je glava često među oblacima gdje smišlja sljedeću pustolovinu.

**Pet-industrija u usponu:
generacijski pomak koji
mijenja tržište ljubimaca**

Mirela Raič

**Jesu li ljubimci postali
emocionalna zamjena za
djecu?**

Mirela Raič

**Djeca i mačke: Kako
naučiti djecu da se
pravilno ponašaju prema
mačkama?**

Anja Mihaljević Ceranja

Bricks Blog Site



Medijski mali servisi j.d.o.o. Sva prava pridržana. Impressum.