

Neke kognitivne pretpostavke migracija iz Hrvatske u druge europske zemlje

Laura Šakaja* i Rebeka Mesarić**

Članak se bavi proučavanjem kognitivnih (spoznajnih) pretpostavki migracija - na primjeru istraživanja nekih kognitivnih pretpostavki migracija mladih ljudi iz Hrvatske u druge europske zemlje. Analizira se diferenciranost prostora Europe s gledišta poželjnosti za život, proučava se prostor koji se percipira kao Europa i istražuju se elementi privlačnosti različitih europskih zemalja kao migracijskih odredišta. Istraživanje se temelji na uzorku od 823 ispitanika. Uzorak obuhvaća učenike zadnjih razreda 13 srednjih škola različitih profila (od gimnazije do medicinske, tehničke, glazbene škole itd.) u četiri najveća makroregionalna centra Hrvatske.

Ključne riječi: migracije, mentalna karta, Europa, preferencije

Some Cognitive Presumptions of Migrations from Croatia to Other European Countries

This paper deals with the cognitive presumptions of migrations - on the example of researching some cognitive presumptions of migrations of young people from Croatia to other European countries. It analyses differentiation of Europe regarding residential desirability, studies the area perceived as Europe and researches the elements of attraction of various European countries as migration destinations. The research is based on the sample of 823 respondents. It covers the high grade students of 13 secondary schools of different profiles (gymnasium, nursing school, technical school, musical school etc.) in four largest macroregional centres of Croatia.

Key Words: migrations, mental map, Europe, preferabilities.

Ljudi se u prostoru ponašaju u skladu s predodžbom koju o tome prostoru nose u svojoj svijesti. Takva predodžba može biti detaljnija i točnija ako je riječ o neposrednoj okolini - prostoru sobe, kvarta, vlastitoga grada ili regije, ili maglovitija, razlivenija i izobličena ako se radi o dalekim neposjećenim predjelima. Izvori takvih predodžbi mogu varirati od neposrednoga kontakta i vlastitoga iskustva do informacija posredovanih preko drugih osoba, medija, udžbenika, stereotipa, umjetničkih djela. Pritom mentalni prostori nisu samo internalizirana slika realnih prostora. Internalizirajući prostor, ljudi ga u svojim mentalnim predodžbama i transformiraju. U procesu internalizacije izvanjski se prostor shematizira, gubi detalje i pojednostavnjuje se (o tome vidi Neisser, 1981; Downs i Stea, 1973; Lynch, 1974; Bailly, MacCabe i Saarinen 1995;

* Dr. sc., znanstveni suradnik, Institut za migracije i narodnosti, Trg Stjepana Radića 3, 10.000 Zagreb, Hrvatska/Croatia., e-mail: laura.sakaja@zg.tel.hr

** Mr. sc., znanstveni asistent, Institut za migracije i narodnosti, Trg Stjepana Radića 3, 10.000 Zagreb, Hrvatska/Croatia., e-mail: rebeka.mesaric@zg.hinet.hr

Pacion 1978; Tverski, Morrisom, Franklin i Bryant, 1999). Pritom se on i kodira jednostavnim slikama i simbolima. Te prostorne slike i simboli često nisu neutralni, nego su pozitivno ili negativno obojeni, uslijed čega i sam prostor koji je njima kodiran po prima pozitivan ili negativan naboj.

Znanje o mentalnim predodžbama prostora važan je aspekt proučavanja svih oblika ponašanja u prostoru – pa tako i migracijskih kretanja. Stoga u proučavanju migracija pored makro-pristupa, razvio se i mikro-pristup. Prvi migracije stavlja u kontekst socioekonomskih i prirodnih karakteristika, kao što su visina plaća, nezaposlenost, klima, udaljenost i sl. Drugi se bavi procesom ljudskoga odlučivanja, odnosno procesima i faktorima biranja među različitim alternativama. Osnovni aksiom mikro-pristupa jest stajalište da je ponašanje čovjeka zasnovano na njegovoj percepciji okoline, a ne na okolini kakva zaista postoji (Cadwallader, 1992, 141).

Na istu dihotomiju upozorava Stephen White kada govori o postojanju dviju filozofija u proučavanju migracija. Prva je objektivna filozofija, unutar koje se migracije povezuju s mjerljivim karakteristikama prirodne i kulturne okoline, a da se pritom ne vodi računa o tome kako potencijalni migranti percipiraju takve karakteristike «realnoga» svijeta oko njih. Drugu filozofiju proučavanja migracija White naziva kognitivnom. U sklopu nje migracije mogu biti objašnjene putem analize ljudske percepcije i svijesti o osobinama svojega mjesta i mjesta potencijalne migracije, o preprekama i o osobnim faktorima, te putem istraživanja uloge tih kognitivnih struktura na migracijsko ponašanje (White, 1980b, 7-8).

Nije se teško složiti s Cadawalladerom kada apelira na sintezu makro- i mikro-pristupa, ni s Whiteom kada predlaže treću, sintetsku filozofiju u proučavanju migracija. Doista, potencijalni migranti nisu takozvani «racionalni ljudi» koji imaju potpuno znanje o svim važnim faktorima okoline i koji na točno određen način reagiraju u prostoru da bi maksimalizirali svoju korist. S druge strane, ni mentalne slike, mada je u njima realnost često krivo procijenjena, nisu potpuno «mitske», tj. ipak se u velikoj mjeri zasnivaju na realnim značajkama okoline.

Mada bi se s neophodnošću sintetskoga pristupa proučavanju migracija vjerojatno danas složila većina istraživača na tome području, ipak dosad postoji disproporcija u primjeni objektivne i kognitivne filozofije istraživanja. Količina radova u kojima se migracije povezuju s mentalnim prostorom doista je malobrojna, a u nas o toj temi, koliko nam je poznato, nije objavljen ni jedan znanstveni rad.

Cilj je ovoga članka da pridonese proučavanju kognitivnih pretpostavki migracija – na primjeru istraživanja nekih kognitivnih pretpostavki migracija iz Hrvatske u druge europske zemlje. Taj se cilj ostvaruje preko istraživanja diferenciranosti prostora Europe s gledišta poželjnosti za život, istraživanja perceptivnoga prostora Europe i istraživanja elemenata atraktivnosti zemalja kao životnih odredišta.

Rezultate koje ćemo ovdje prezentirati dobili smo na temelju ankete provedene u školskoj godini 2000/2001 u završnim razredima 12 srednjih škola u Hrvatskoj. Nakon pilot-istraživanja provedenog u jesen 2000. godine u 6 zagrebačkih škola na uzorku od 395 učenika (o njegovim rezultatima vidi Šakaja 2001a; Šakaja 2001b) istraživanje je na proljeće 2001. prošireno na ostala tri makroregionalna centra – Split, Rijeku i Osijek. Od ukupno 450 anketa, distribuiranih u dvije škole u svakome gradu, popunjeno je 418 anketa. Tako ukupan uzorak istraživanja čine 823 ispitanika.

Istraživanje je obuhvatilo učenike završnih razreda srednjih škola zbog nekoliko razloga. Kao prvo, oni se nalaze pred završetkom škole - nakon koje slijedi ili potraga za poslom ili nastavak školovanja. Stoga oni čine kontingent potencijalnih migranata. Kao drugo, zbog svoje mladosti, mobilnosti i radikalnosti ta je grupa veoma važna za budući regionalni razvoj i ukupnu dinamiku razvoja zemlje. Kao treće, ta grupa ima visoku homogenost s obzirom na uzrast i relativno visoku s obzirom na obrazovanje, što ju dodatno čini pogodnom za istraživanje.

Ulazak u Europsku Uniju, kojemu teži Hrvatska, otvara vrata slobodnijemu kretanju stanovnika na prostoru Europe. Stoga hipotetičko pitanje slobodnoga izbora mjesta života koje se postavljalo u anketi na neki način prejudicira migracijske odluke koje će možda ne u tako dalekoj budućnosti biti manje opterećene utezima institucionalnih prepreka. Stoga je predmet ovog istraživanja Europa, mada bi, nedvojbeno, bilo vrlo zanimljivo, prvenstveno zbog kulturne raznorodnosti hrvatskoga prostora, istražiti i kognitivne pretpostavke migracija unutar same Hrvatske.

PREFERENCIJE MJESTA ŽIVOTA UNUTAR EUROPE

Preferencije, kao i svi drugi stavovi (složit ćemo se sa Stephenom Whiteom da je preferencija stav), imaju tri osnovne komponente: 1.afektivnu, koja se odnosi na pozitivne ili negativne osjećaje osobe prema objektu; 2.spoznajnu, koja reflektira znanje ili svijest o detaljima povezanim s objektom; 3. komponentu ponašanja koja se odnosi na želju da se reagira na objekt (White, 1981, 176). I kada je riječ o prostornim područjima (drujoj kući, drugom kvartu, drugom gradu, drugoj zemlji), u preferenciji se sabiru i specifične emocije, i specifično znanje, i želja za nekim činom (od gledanja foto-albuma i turističkih prospekata do preseljenja). Upravo zbog toga što prostorne preferencije u krajnjoj svojoj mogućoj realizaciji rezultiraju činom preseljenja one su za analizu zanimljive kao preduvjeti migracija.

Istraživanje preferencija povezano je u geografskoj znanosti s imenom američkog istraživača Petera Goulda, koji je prostor preferencije izdvajao na taj način da je ispitanike suočavao s hipotetičnom situacijom potpuno slobodnoga izbora mjesta za život (Gould, 1969). U kasnijim su se istraživanjima pri proučavanju prostora preferencije uglavnom koristile Gouldove postavke i metodologija (v. Lloyd, 1976, White, 1981).

I ovdje smo se, analizirajući preferencije unutar europskoga prostora, poslužili Gouldovim metodološkim pristupom, detaljno opisanim u njegovoj knjizi napisanoj zajedno s Rodneyjem Whiteom «Mental Maps» (Gould i White, 1986). Našim je ispitanicima bilo postavljeno pitanje: "Pretpostavite da možete slobodno birati u kojoj ćete europskoj zemlji živjeti. U kojim biste se zemljama najradije nastanili, a koje ne biste nikako izabrali za život?". Na popisu svih europskih zemalja (s popisa europskih zemalja izostavljeni su samo Hrvatska i Vatikan) ispitanici su trebali označiti redoslijed poželjnosti: zemlju u kojoj bi najradije živjeli trebali su označiti brojem jedan, drugu po redu - brojem dva, i tako dalje. Tokom obrade odgovori svih učenika integrirani su u jedan niz koji pokazuje opći trend u bodovanju zemalja. To je bilo učinjeno uz pomoć metode glavnih komponenti - jedne od inačica faktorske analize.

Svrha koju smo imali na umu primjenjujući tu metodu u ovome istraživanju bila je da se generaliziraju stavovi različitih osoba o nekoj zemlji u jedno najtipičnije mišljenje, tj. da se cijeli raster bodova za svaku pojedinu zemlju sažme u jedan bod. Metoda omo-

gućuje da se za svaku zemlju pronađe jedna brojka (bod) koja bi označila najtipičniji stav o relativnoj atraktivnosti dane zemlje u odnosu na druge. Jedna od najvećih prednosti dane metode sastoji se u tome da ona omogućuje sažimanje mnoštva podataka u jedan podatak, a da se pri tome izbjegavaju greške povezane s primjenom jednostavnih prosjeka. Naime, pri obradi tom metodom stavovi ispitanika koji su bliski najtipičnijem stavu (dakle stavu koji je najzastupljeniji u uzorku) dobivaju najveću težinu (jezikom statistike – «opterećenje» ili «saturaciju») i najviše utječu na konačni bod, dok netipični, ekstravagantni stavovi, s obzirom na to da dobivaju malo opterećenje, ne zasjenjuju generalnu tendenciju (vidi Prilog).

Dakle, da bismo dobili hijerarhiju poželjnosti za život europskih zemalja s gladišta, recimo, osječkih srednjoškolaca, moramo dobiti po jedan bod koji generalizira njihova stajališta (stav o privlačnosti neke zemlje za život) u odnosu na svaku od 42 europske zemlje.

Iz *Tablice 1* vidimo na koji su način mladi ljudi u različitim gradovima Hrvatske procijenili privlačnost svake od europskih zemalja. Kao što vidimo, Europa je u svijesti mladih prilično oštro podijeljena na Istok i Zapad. Zemlje bivše Jugoslavije i bivšega Sovjetskoga Saveza bez konkurencije su najmanje poželjne za život, ali i sve druge zemlje bivšega socijalističkoga bloka nalaze se u drugoj polovici liste poželjnosti. Od zemalja u tranziciji najviše su pozicionirane sve srednjoeuropske zemlje – Slovenija, Češka, Poljska, Slovačka i Mađarska. Ispitanici svih gradova smjestili su Sloveniju i Češku otprilike na sredinu ukupne liste zemalja – te zemlje očito, sudeći po rezultatima ankete, reprezentiraju prijelaz od nepoželjnog u poželjno područje Europe. Ispitanici u svim gradovima pretpostavljaju život u Sloveniji životu u tri zapadnoeuropske zemlje – Islandu, Lihtenštajnu i Andori, a južnjaci Splitski život u Sloveniji i Češkoj uz to smatraju poželjnijim i od života u sjevernim zemljama – Norveškoj i Finskoj. Slovenija je uglavnom prvi izbor unutar zemalja u tranziciji, jedino bi Osječani, kada bi njihov izbor bio ograničen na bivše socijalističke zemlje, najradije izabrali život u Češkoj.

Kako je pokazala anketa, Italija, Francuska, Velika Britanija, Španjolska, Njemačka, Švicarska, Nizozemska i Austrija – najpoželjnije su europske zemlje. Zanimljivo je kako, unutarhrvatske regionalne razlike u preferencijama odražavaju različitost putova povijesnoga razvoja hrvatskih makroregija i njihovu gravitaciju različitim kulturnim krugovima. Osječani, na primjer, više od drugih preferiraju srednjoeuropske i manje od drugih – mediteranske zemlje. Tako se na prvo mjesto po poželjnosti u Osijeku stavlja Njemačka, dok u drugim makroregionalnim centrima Njemačku smatraju manje privlačnom – ona je tek četvrta (Split), peta (Zagreb) ili šesta (Rijeka) zemlja u redosljedu poželjnosti. Slično je sa Švicarskom: prema tipičnom mišljenju osječkih ispitanika, Švicarska je druga po poželjnosti, dok za stanovnike triju drugih gradova ona dolazi u obzir tek kao peta (Split, Rijeka) ili šesta (Zagreb). Iako Osječani i Austriju u prosjeku nešto više ocjenjuju od drugih, ipak razlike u odnosu na nju nisu velike (ona zauzima 7. mjesto u Osijeku i Splitu, 8. u Zagrebu i 9. u Rijeci). U odnosu na dvije mediteranske zemlje – Španjolsku i Italiju – situacija je obrnuta: Italiju, koju stanovnici drugih triju gradova smatraju prvom (Zagreb, Split) ili drugom (Rijeka) po poželjnosti, Osječani bi izabrali za život tek poslije Njemačke, Švicarske i Francuske. I Španjolska je za Osječane očito manje uzbudljiva (nju oni stavljaju na šesto mjesto), nego što je, na primjer, za Splitske i Riječane koji je smatraju drugom, odnosno trećom zemljom po atraktivnosti.

Tablica 1: Stupanj poželjnosti za život europskih zemalja

| Bodovane zemlje | SKALIRANI BODOVI EUROPSKIH ZEMALJA PO GRADOVIMA | | | | MOD: najčešće dodjelivan bod |
|------------------|---|--------|--------|--------|------------------------------|
| | ZAGREB | SPLIT | RIJEKA | OSIJEK | |
| Italija | 100,00 | 100,00 | 99,17 | 95,78 | 1 |
| Francuska | 99,52 | 94,57 | 100,00 | 95,89 | 3 |
| Velika Britanija | 97,31 | 84,17 | 95,33 | 93,51 | 1 |
| Španjolska | 94,53 | 95,45 | 98,35 | 91,43 | 4 |
| Njemačka | 94,15 | 84,35 | 87,43 | 100,00 | 1 |
| Švicarska | 92,77 | 84,32 | 91,46 | 98,34 | 2 |
| Nizozemska | 88,26 | 78,32 | 85,10 | 86,50 | 9 |
| Austrija | 87,23 | 81,13 | 82,00 | 88,59 | 6 |
| Monako | 81,00 | 76,76 | 87,31 | 72,89 | 1 |
| Portugal | 77,16 | 79,21 | 79,31 | 75,27 | 10 |
| Irska | 76,27 | 74,66 | 76,78 | 71,01 | 12 |
| Malta | 76,09 | 66,76 | 68,50 | 63,35 | 6 |
| San Marino | 75,17 | 69,64 | 72,91 | 67,81 | 8 |
| Belgija | 74,80 | 67,57 | 71,27 | 74,47 | 13 |
| Švedska | 73,94 | 62,22 | 70,73 | 80,16 | 12 |
| Danska | 72,90 | 60,14 | 69,60 | 70,08 | 17 |
| Luksemburg | 71,40 | 61,37 | 69,34 | 69,33 | 17 |
| Norveška | 71,40 | 57,17 | 64,85 | 71,35 | 13 |
| Grčka | 66,26 | 70,30 | 67,26 | 65,23 | 11 |
| Finska | 64,33 | 51,88 | 59,86 | 65,77 | 19 |
| Slovenija | 56,78 | 57,63 | 59,55 | 59,44 | 18 |
| Island | 56,04 | 43,14 | 47,16 | 44,22 | 22 |
| Lihtenštajn | 54,14 | 43,51 | 49,04 | 50,35 | 22 |
| Češka | 50,35 | 57,53 | 42,22 | 68,64 | 26 |
| Andora | 49,11 | 49,18 | 43,92 | 49,36 | 22 |
| Poljska | 40,79 | 41,90 | 34,43 | 41,12 | 25 |
| Slovačka | 38,33 | 38,53 | 33,29 | 44,48 | 27 |
| Mađarska | 35,45 | 39,00 | 35,43 | 38,41 | 29 |
| Estonija | 34,50 | 23,83 | 28,04 | 29,90 | 35 |
| Litva | 30,96 | 23,65 | 25,14 | 25,00 | 33 |
| Latvija | 29,96 | 24,06 | 25,46 | 26,16 | 34 |
| Moldavija | 22,25 | 17,28 | 18,12 | 17,29 | 35 |
| Rumunjska | 20,88 | 21,09 | 20,95 | 21,08 | 40 |
| Ukrajina | 19,95 | 16,33 | 13,73 | 19,64 | 37 |
| Turska | 19,75 | 20,83 | 17,10 | 23,12 | 39 |
| Bugarska | 19,52 | 18,22 | 20,13 | 19,65 | 38 |
| Rusija | 16,85 | 18,61 | 16,48 | 19,76 | 40 |
| Bjelorusija | 15,58 | 14,96 | 13,51 | 13,91 | 35 |
| Makedonija | 14,33 | 12,03 | 6,74 | 10,48 | 40 |
| BiH | 13,76 | 19,59 | 8,54 | 16,84 | 41 |
| Albanija | 8,86 | 1,99 | 0,01 | 2,93 | 42 |
| Yugoslavija | 0,00 | 0,00 | 0,21 | 0,01 | 42 |

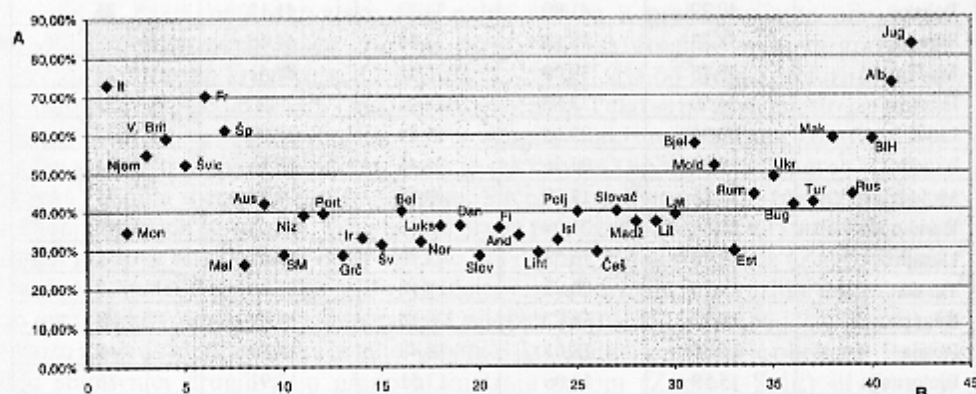
Pogled na *Tablicu 1* pokazuje da iza grupe najpoželjnijih zemalja slijedi grupa u kojoj dominiraju mediteranske zemlje blage klime (Monako, Portugal, San Marino, Malta), a iza nje grupa u kojoj dominiraju hladne zemlje sjeverne Europe. Bez obzira na izraženost te tendencije, i ovdje postoje razlike koje svjedoče o tome da važnost klime kao faktora eventualnoga preseljenja nije jednaka za stanovnike različitih regija. Naime, za Dalmatince je ugodna klima na koju su se navikli znatno važniji faktor nego za druge. Osječani više od drugih vrednuju sjevernu Švedsku i Norvešku i manje od drugih južnu Maltu i San Marino. Suprotno tomu, južnjaci Splitsani smatraju puno gorim obitavalištem sjevernu Švedsku, Norvešku i Finsku, nego što to misle Osječani, Riječani, Zagrepčani. S druge strane, Splitsani - u usporedbi s drugima - visoko ocjenjuju život u toploj mediteranskoj Grčkoj.

Od netranzijskih zemalja najneprivlačnijima smatra se Andora, Island i Lihtenštajn koje, kao što je rečeno, zajedno sa Slovenijom čine prijelaz od privlačnih prema neprivlačnim zemljama.

Bez obzira na navedene razlike, osnovne tendencije u procjeni europskih zemalja kao životnih obitavališta podudaraju se za sve gradove. To pokazuje i izuzetno visoka korelacija između bodovnih listi po gradovima – od +0,978 do +0,994. Najslabije su europske zemlje bodovali ispitanici Zagreba i Rijeke, a najviše se razlikuju mišljenja Osječana od mišljenja njihovih vršnjaka iz dvaju obalnih gradova - Splita i Rijeke (v. *Tablicu 2*).

Tablica 2. Korelacija stupnja poželjnosti europskih zemalja po gradovima

| | Zagreb | Split | Rijeka | Osijek |
|--------|--------|-------|--------|--------|
| Zagreb | - | 0,982 | 0,994 | 0,984 |
| Split | | - | 0,986 | 0,979 |
| Rijeka | | | - | 0,978 |
| Osijek | | | | - |

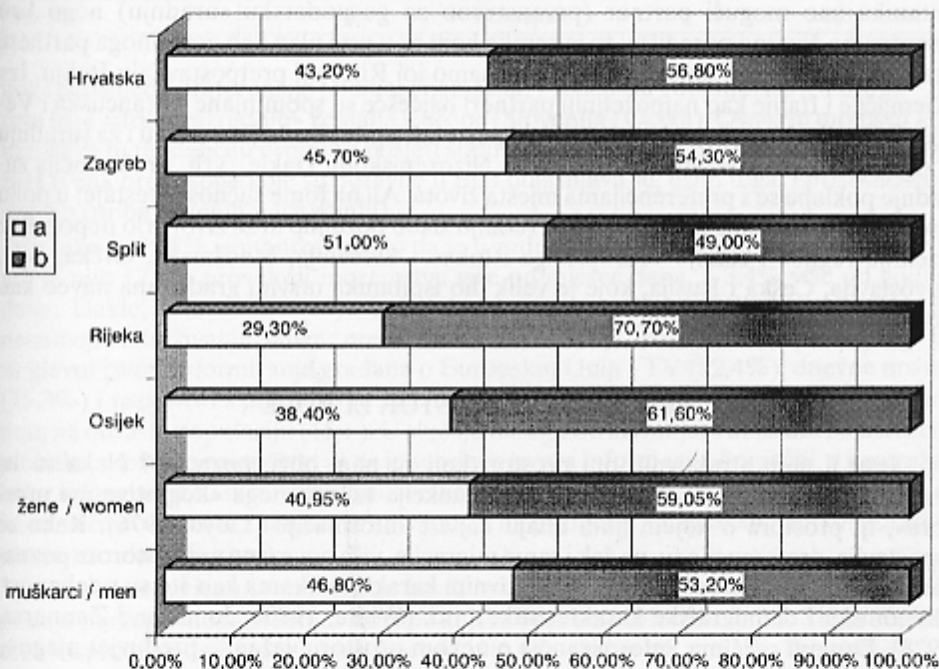


Sl. 1. Stupanj suglasnosti u rangiranju zemalja prema poželjnosti za život; A. Stupanj suglasnosti u rangiranju; B. Mod ranga

Fig. 1 Agreement level in ranking countries according to residential desirability; A. Agreement level in ranking; B. Rank mode

Zanimljiva je činjenica da učestalost jednakih odgovora, odnosno jednakih procjena, varira od zemlje do zemlje. Izračunavši stupanj suglasnosti, vidimo da u tome postoje određene zakonitosti. Stupanj suglasnosti unutar cijeloga uzorka znatno je veći u odnosu na zemlje koje su procijenjene izrazito pozitivno ili izrazito negativno. U odnosu na zemlje raspoređene bliže sredini liste stupanj suglasnosti je bio znatno niži (v. Sliku 1).¹ Može se, dakle, zaključiti da mladi ljudi (barem oni unutar uzorka) nisu jedinstveni kada se radi o zemljama prema kojima su oni relativno indiferentni, ali se zato u vrlo visokoj mjeri slažu u svojim izrazitim simpatijama i izrazitim antipatijama u odnosu na europske zemlje. Najveći stupanj suglasnosti zabilježen je prema Jugoslaviji. Najčešće dodjeljivan rang bio je 42, a čak 83,12% ispitanika dodijelilo joj je rang od 36 do 42. Slično je prošla i Albanija, koju je 73,17% ispitanika smjestilo na dno liste (rang od 36–42). Kao što vidimo iz slike, vrlo je visoka suglasnost i u odnosu na još dvije zemlje bivše Jugoslavije - Makedoniju i BiH.

Na drugome polu nalaze se Italija i Francuska koje je 73,04%, odnosno za 70,19% ispitanika smjestilo među sedam zemalja najatraktivnijih za život.



Sl. 2. Odgovori na pitanje: "Kada biste mogli birati gdje ćete provesti svoj daljnji život, biste li izabrali život u Hrvatskoj ili život u nekoj drugoj europskoj zemlji?"

a - postotak onih koji bi izabrali život u Hrvatskoj u ukupnom broju osoba koje su odgovorile na pitanje
b - postotak onih koji bi izabrali život u nekoj drugoj zemlji u ukupnom broju osoba koje su odgovorile na pitanje

Fig. 2 Answers to the question: "If you could choose where to spend the rest of your life, would you choose Croatia or some other European country?"

a - percentage of those who have chosen Croatia in the total number of the persons who answered the question

b - percentage of those who have chosen some other European country in the total number of the persons who answered the question

Gdje se u europskome prostoru preferencija nalazi sama Hrvatska? Ako generaliziramo rezultate ankete mogli bismo reći da, kada bi mogli birati gdje će provesti svoj daljnji život - u Hrvatskoj ili nekoj drugoj europskoj zemlji² - više od polovice srednjoškolaraca u uzrastu 17-18 godina radije bi otišlo iz Hrvatske (v. *Sliku 2*)³. Pritom su Splitsani najviše skloni tome da svoj daljnji život provedu u domovini, a iz Rijeke bi u inozemstvo otišlo čak više od dvije trećine ispitanika. Mada osobe oba spola daju prednost odlasku u inozemstvo, ipak su, sudeći po uzorku, mladići nešto manje od djevojaka skloni napustiti Hrvatsku.

Želja da se živi u nekoj zemlji sasvim je određena želja. Kako se taj tip preferencija preklapa s prostornim preferencijama drugih tipova - pokušali smo istražiti postavivši ispitanicima pitanje s kojim bi zemljama Hrvatska, po njihovu mišljenju, trebala surađivati na gospodarskome, političkom i kulturnom planu. Pokazalo se da se polja preferencija suradnje znatno razlikuju od polja preferencija života. Vrlo je zanimljivo da i u ovome slučaju imamo zapanjujuće visok stupanj sličnosti u odgovorima. U svim gradovima zapažamo vrlo slične preferencije. Njemačka u prosjeku bolje prolazi u očima ispitanika kao mogući partner (prvenstveno za gospodarsku suradnju) nego kao eventualno životno odredište: to je zemlja koju su u prvi plan kao poželjnoga partnera stavljali Zagrepčani, Splitsani i Osječani; samo joj Riječani pretpostavljaju Italiju. Iza Njemačke i Italije kao najpoželjniji partneri najčešće su spominjane - Francuska i Velika Britanija. U svim gradovima velik je postotak ispitanika koji se zalažu i za suradnju s Austrijom, Švicarskom, Španjolskom i Nizozemskom. Dakle, vrh preferencija suradnje poklapa se s preferencijama mjesta života. Ali na tome sličnost prestaje: u polju preferencije suradnje znatno se više vredniju slabo poželjne ili za život vrlo nepoželjne «zemlje regije» i zemlje «europskoga istoka» - Slovenija, Mađarska, Grčka, BiH, Jugoslavija, Češka i Rusija, koje je velik dio ispitanika u svim gradovima naveo kao zemlje poželjne za suradnju.

PERCEPTIVNI PROSTOR EUROPE

Jesu li nam atraktivniji oni prostori koji su nam bliži, poznatiji? Neka su istraživanja pokazala da su preferencije - funkcija takozvanoga «kognitivnoga prostora», tj. prostora o kojem ljudi imaju najviše informacije (Lloyd, 1976). Kako se ispostavlja, preferencije su, pa čak i same migracije, više povezane s «prostorom poznavanja» (*awareness space*), nego s objektivnim karakteristikama kao što su udaljenost, ekonomske i demografske karakteristike, itd. (White, 1980a; Jones and Zannaras, 1978). Drugim riječima, informiranost o nekom prostoru važan je preduvjet njegove poželjnosti za život.

Informacije pritom mogu biti izravne i neizravne. Izvor izravnih informacija jest vlastito iskustvo. Usporedivši boravak ispitanika u europskim zemljama s listom njihovih preferencija možemo procijeniti u kojoj mjeri izravno iskustvo utječe na diferencijaciju prostora preferencije. Iz *Tablice 3* sasvim je očito da takva veza postoji. Prostor koji se smatra iznimno poželjnim znatno je poznatiji iz vlastitoga iskustva od prostora koji se smatra iznimno nepoželjnim. *Slika 3* pokazuje da ta povezanost ipak nije toliko izravna - ona se komplicira preklapanjem s drugim faktorima. Ona, naime, još jednom očito demonstrira mentalnu podjelu na Istok i Zapad. Na dijagramu vidimo dvije koncentracije vrhova koji odgovaraju boravku u europskim zemljama: prvu - na čelu ukup-

Tablica 3. Uloga iskustva u procjeni zemlje

| Devet najpoželjnijih zemalja za život | Udio osoba koje su boravile u zemlji u ukupnom broju osoba koje su navele zemlju kao jednu od tri najpoželjnije (%) | Devet najnepoželjnijih zemalja za život | Udio osoba koje su boravile u zemlji u ukupnom broju osoba koje su navele zemlju kao jednu od tri najnepoželjnije (%) |
|---------------------------------------|---|---|---|
| Italija | 64,2 | Jugoslavija | 1,0 |
| Francuska | 32,1 | Albanija | 0,0 |
| Velika Britanija | 13,2 | BiH | 13,0 |
| Španjolska | 36,5 | Makedonija | 0,0 |
| Njemačka | 48,5 | Bjelorusija | 0,0 |
| Švicarska | 10,6 | Rusija | 0,0 |
| Nizozemska | 6,4 | Bugarska | 1,4 |
| Austrija | 61,5 | Turska | 0,0 |
| Monako | 2,8 | Ukrajina | 0,0 |

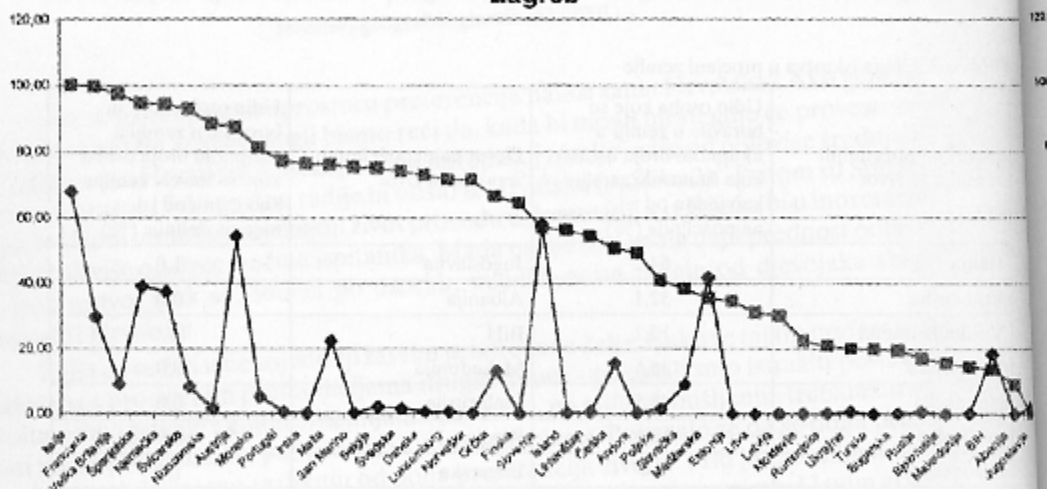
nog redosljeda preferencija (Italija, Njemačka, Francuska i Španjolska), a drugu – na čelu liste «drugorazrednih» zemalja Europe (Slovenija i Češka). Osnovni moment koji narušava tu tendenciju brojni su posjeti šoping-destinacijama u Austriji, Mađarskoj i BiH (velik broj osoba koje su boravile u BiH objašnjava se, osim toga, i prisutnošću u uzorku osoba rođenih u toj zemlji).

Iako je 95,5% ispitanika navelo da je u zadnjih 10 godina boravilo u inozemstvu, tek je njih 17,4% provelo u inozemstvu više od mjesec dana, a 3,4% više od godinu dana. Dakle, informacije, koje oni dobivaju o europskim zemljama uglavnom su neizravne. Istraživanje *Stavovi prema Europskoj Uniji* (v. www.mei.hr)⁴ pokazalo je da su glavni izvori informiranja građana o Europskoj Uniji - TV (92,4%), dnevne novine (75,3%) i razgovori s prijateljima i znancima (44,2%). To se, međutim, odnosi uglavnom na odraslu populaciju (15+). U slučaju našega istraživanja, s obzirom na uzrast ispitanika, možemo pretpostaviti da je suodnos izvora informacija drugačiji, a kao važan izvor informacija funkcioniraju i udžbenici (pri obrazloženju svojih bodovanja ispitanici su se često koristili znanjem iz udžbenika, na primjer o albanskom najmanjem BDP po stanovniku u Europi).

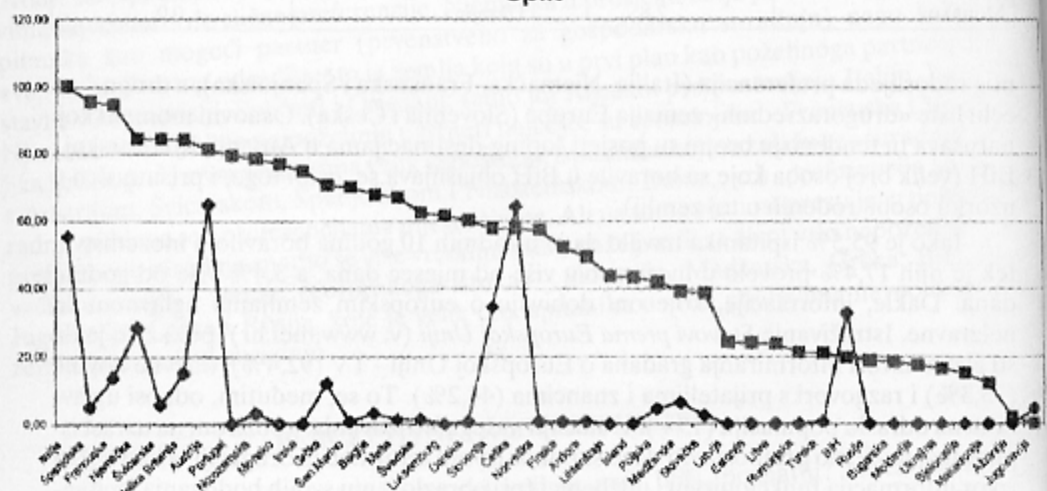
U ovome se istraživanju nismo bavili izvorima informacija. Ipak nas je zanimalo pitanje perceptivnoga prostora Europe koji se bazira na informacijama. Stoga smo zamolili ispitanike da u jednoj minuti navedu što više europskih zemalja. Pretpostavka je bila da će se oni pod pritiskom vremena sjetiti najprije zemalja koje najbolje poznaju, odnosno o kojima najviše znaju, najčešće čuju. Sve zemlje kojih se u jednoj minuti sjetilo najmanje 45% ispitanika prikazane su na *Slici 4*. Kao što vidimo, perceptivni se prostor Europe u vrlo visokom stupnju preklapa s preferiranim prostorom. Jedino neke zemlje male površine i rubne zemlje (Monako, San Marino, Malta, Luksemburg, Irska, Grčka) ulaze u prostor preferencija, ali ne i perceptivni prostor, a neke tranzicijske zemlje (Slovenija, Češka, Mađarska, BiH) ulaze u perceptivni prostor Europe, ali ne i u prostor preferencije.

Na stupanj preklapanja prostora preferencija i perceptivnoga prostora upućuje još jedan podatak. Uzevši u obzir ne samo činjenicu je li neka zemlja u jednoj minuti bila

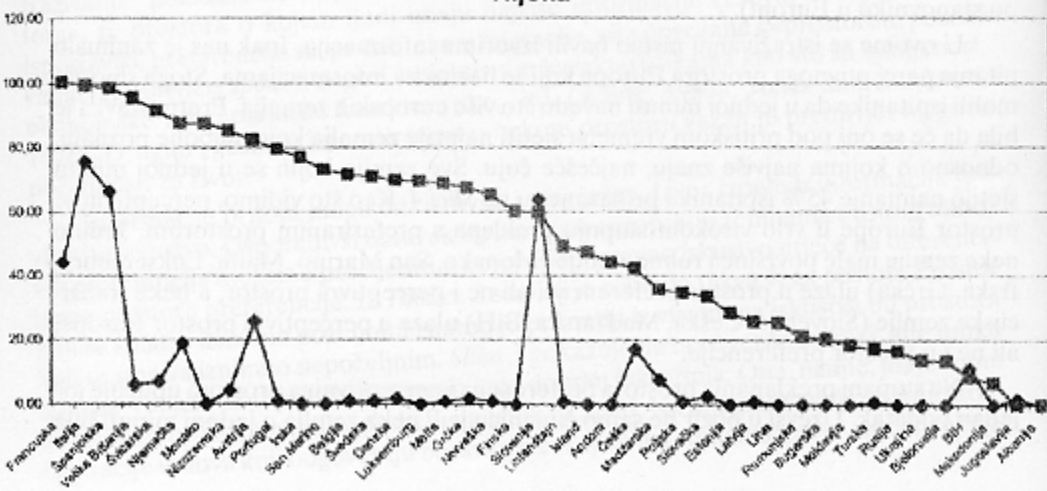
Zagreb



Split



Rijeka



spomenuta, nego i to je li ona spomenuta na početku, sredini ili kraju, izračunali smo skalirane bodove zemalja u perceptivnom prostoru. Korelacija skaliranih bodova zemalja u perceptivnom prostoru sa skaliranim bodovima zemalja u prostoru preferencija dosta je visoka, te u Splitu iznosi 0,669, Rijeci 0,666, i Osijeku 0,674, a u Zagrebu 0,591. Na osovi toga možemo, čini se, tvrditi da perceptivni prostor funkcionira kao jedan od limitirajućih faktora migracijskih pravaca - on uokviruje prostor unutar kojega su migracijski tokovi uopće mogući.

ELEMENTI ATRAKTIVNOSTI

Što jednu zemlju čini atraktivnom za potencijalne migrante? Ljudi investiraju u sebe da bi postigli korist u budućnosti. Oni mogu uložiti napor u svoje obrazovanje, mogu kupiti osiguranje, a mogu i migrirati u nadi da će pronaći bolji posao i financijsku korist. U migracijskim odlukama računa se i s nenovčanom koristi, kao što je na primjer očekivanja bolje kvalitete života, ili pretpostavljene prednosti od socijalne regulative. U tome kontekstu svaka potencijalna migracijska destinacija ima određeni potencijal u skladu sa sveukupnom korišću koju potencijalni imigrant može imati. Pitanje iz kojih se sastavnica slaže mozaik takvoga potencijala predmet je mnogih rasprava. Lieber tvrdi da postoje četiri osnovne varijable koje najbolje karakteriziraju evaluirane osobine potencijalnih destinacija u unutrašnjim migracijama: to su blizina glavnome gradu, mogućnosti rekreacije na otvorenom zraku, blizina bliskoj rodbini i ekonomski uvjeti (Lieber, 1978). Lueck je, analizirajući mentalnu sliku devet američkih gradova kako ih vide potencijalni migranti, uspio svu raznolikost mišljenja o tim gradovima skupiti u tri dimenzije koje, kako on smatra, reprezentiraju sav raspon mišljenja. Te su dimenzije: skala uzbudljivosti, skala čistoće i sigurnosti te skala socijalnoga miljea (Lueck, 1976). Razna su istraživanja pokazivala značajnost klimatskih razloga (Biggar, 1979) te visoku ulogu etnocentrizma i teritorijalne blizine (Gould, 1975). White (1981) je, analizirajući preferencije koje stanovnici Atlante, Bostona, Clevelanda, Denvera, Cansas Cityja i San Francisca imaju prema 25 američkih gradova, zapazio da se Birmingham, Miami i Los Angeles perzistentno znatno niže preferiraju nego što bi to trebalo biti kada se uzme u obzir da ti isti stanovnici povoljno procjenjuju pojedine karakteristike tih gradova: klimatsku poželjnost, ekonomske uvjete i dostupnost rekreacijskih mogućnosti. White dolazi do zaključka da je problem vjerojatno u tome što je njegovo istraživanje zapostavilo moment etničnosti, naime da je razlog relativno niske poželjnosti tih gradova, usprkos tome što se uvjeti života u tim gradovima percipiraju kao povoljni, moguće tražiti u činjenici da se Birmingham povezuje s južnjaštvom (*southernness*), Miami - s Kubancima, a Los Angeles - s Meksikancima.

Upravo da izbjegnemo situaciju u kojoj zadani okviri pitanja ograničavaju odgovore samo na kategorije koje su definirane samim pitanjem, nismo u upitniku naveli kategorije razloga preferencija koje bi ispitanici trebali odabrati, nego smo zamolili ispitanike da sami navedu razloge svojega izbora triju zemalja u kojima bi oni najradije živjeli i razloge svojega izbora triju zemalja u kojima bi najmanje željeli živjeti. Na osnovi odgovora bilo je moguće izdvojiti osnovne grupe razloga atraktivnosti zemalja kao migracijskih destinacija. To su slijedeće grupe:

1. *Mogućnosti posla, ekonomski uvjeti i razvijenost gospodarstva*. Ova je grupa izdvojena na osnovi sintagmi i izraza kao što su «bogata zemlja», «bogatstvo zemlje»,

«ekonomska razvijenost», «visok standard», «europski standard», «ekonomska stabilnost», «razvijeno gospodarstvo», «jeftina», «lakše naći posao», «mogućnost karijere», «materijalna sigurnost», «visoke plaće», «nema problema nezaposlenosti», «novac», «posao i zarada» i slično.

2. *Politička i socijalna sigurnost i sloboda.* Najčešće spominjane formulacije iz ove grupe bile su «demokratska zemlja», «liberalnost», «članica EU», «mirna zemlja», «nema sukoba», «nema kriminala», «neutralna zemlja», «politička stabilnost», «pravni sustav», «sloboda», «legalizirana laka droga», «legalizirana marihuana».

3. *Kultura, način života, kulturni pejzaž i urbane funkcije.* Unutar ove grupe najčešće su spominjane riječi poput «kultura», «lijep jezik», «način života», «stil života», «običaji», «povijest», «mediteranska zemlja», «gradovi», «arhitektura», «centar svijeta», «centar mode», «hrana», «znamenitosti» ili jednostavno «Pariz», «Venecija», «Barcelona» i sl.

4. *Etnopsihološki faktori.* Pri obrazlaganju želje za životom u određenim zemljama vrlo su se često upotrebljavale riječi «ljudi» i «mentalitet», uz varijacije poput «komunikativni ljudi», «ljubazni ljudi», «opuštenost ljudi», «topli ljudi», itd. Obrazloženja poput «zgodne žene» i «zgodni dečki» također su se mogli više puta naći među odgovorima.

5. *Vjerski* su razlozi vrlo malobrojni, a među njima najčešće je spominjan razlog - «katolička zemlja». Mada u obrazloženju odbojnosti prema zemljama u kojima se ne želi stanovati ovaj faktor navodi nešto više ispitanika, ni tamo on nije znan (2,06%). Ipak, u tom slučaju njegov neizravni utjecaj možemo prepoznati u obrazloženjima poput «kulturno drugačija», «diskriminacija žena», «visoki natalitet» - koje se vežu uz islamske zemlje Tursku i Albaniju. Dakle faktor vjere ne utječe izravno, nego preko slike kulture koja je vezana uz vjeru te na taj način u startu isključuje «kulturno drugačije» zemlje iz grupe zemalja koje se uopće uzimaju u obzir kao migracijske destinacije.

6. *Stupanj tehnološke razvijenosti.* Kao elementi privlačnosti zemalja spominjali su se razvijena informatika i kvalitetni automobili. Iako je to općenito vrlo slab faktor (0,67%), izdvojili smo ga jer on upućuje na dva zanimljiva momenta: prvi je da unutar mlade generacije postoji grupacija koja vlastiti napredak povezuje s razvojem informatičke industrije, a drugi je - korištenje automobila (Mercedes, Volvo, Peugeot) kao sinegdohe razvijenosti i blagostanja.

7. *Prirodni faktori* - od njih najčešće su se spominjali ugodna klima, ljepota prirode i lijep krajolik («sunce i more», «toplo», «sredozemna klima», «slična klima», «obalna zemlja», «vječno ljeto», «puno zelenila», «lijepa brda», «Alpe» itd.).

8. *Blizina.* «Povezanost s rodnom zemljom», «nedaleko od Hrvatske», «blizina» - varijacije su koje su se više puta ponavljale kao obrazloženja atraktivnosti blisko smještenih zemalja.

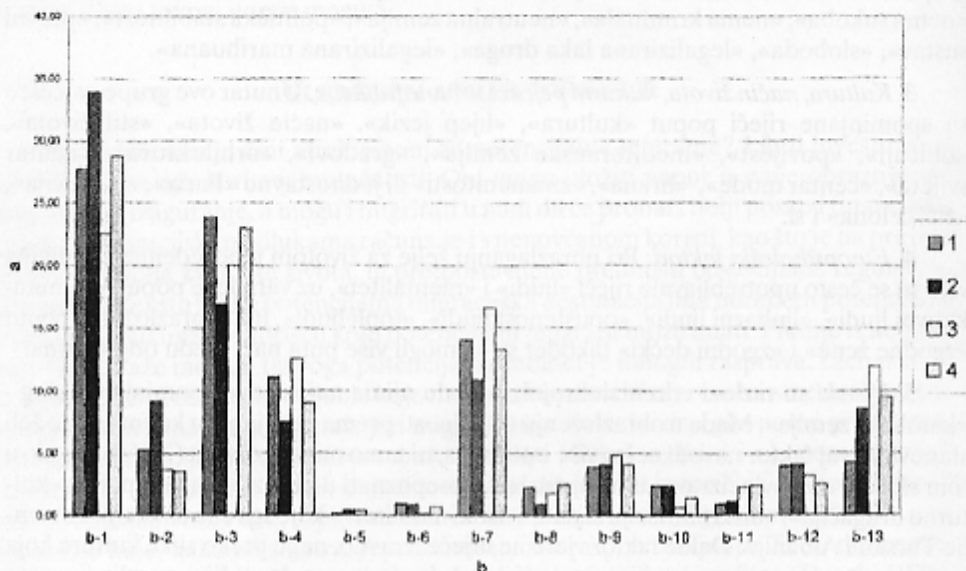
9. *Zabava i rekreacija.* Najčešće spominjani argumenti unutar ove grupe bili su «dobra zabava», «noćni život» i «dobar nogomet».

10. *Razvijenost obrazovnih institucija* isto tako funkcionira kao faktor privlačnosti - tu se mogućnost preseljenja povezuje s produžetkom obrazovanja. Ističu se «ugledna sveučilišta», «dobri fakulteti», ili jednostavno «studiranje» i «mogućnosti školovanja».

11. *Informiranost o zemlji.* Dio ispitanika izravno je povezivao mogućnost preseljenja u neku zemlju s činjenicom da tu zemlju dobro poznaje. Mada je broj takvih ispi-

tanika u našem uzorku bio malen, ipak je, vjerojatno, utjecaj informiranosti na preferencije, kao što smo, uostalom, već vidjeli, znatno veći nego što to pokazuju sami odgovori ispitanika.

12. *Osobni razlozi.* U ovu su grupu ušli prvenstveno argumenti kao što je imanje rodbine u zemlji ili poznavanje jezika zemlje.



Sl. 5. Frekventnost razloga navedenih pri obrazloženju izbora europskih zemalja najpoželjnijih za život

a - Frekventnost razloga u postocima

b - Grupe razloga

- b-1. Mogućnosti posla, ekonomski uvjeti i razvijenost gospodarstva
- b-2. Politička i socijalna sigurnost i sloboda
- b-3. Kultura, način života, kulturni pejzaž i urbane funkcije
- b-4. Etnopsihološki faktori
- b-5. Vjerski faktori
- b-6. Stupanj tehnološke razvijenosti
- b-7. Prirodni faktori
- b-8. Blizina
- b-9. Zabava i rekreacija
- b-10. Razvijenost obrazovnih institucija
- b-11. Stupanj informiranosti o zemlji
- b-12. Osobni razlozi
- b-13. Nespecificirani razlozi
 1. Zagreb
 2. Osijek
 3. Split
 4. Rijeka

Fig. 5 Frequency of reasons given as an explanation for choosing the European countries as the most desirable residence

a - Frequency of reasons in percentage

b - Groups of reasons

- b-1 Employment opportunities, economic conditions and the level of economic development
- b-2 Political and social security and freedom
- b-3 Culture, the way of life, cultural landscape and urban functions
- b-4 Ethnopsychological factors
- b-5 Religious factors
- b-6 Level of technological development
- b-7 Natural factors
- b-8 Proximity to Croatia
- b-9 Entertainment and recreation
- b-10 Development of education system
- b-11 Level of information about the country
- b-12 Personal reasons
- b-13 Unspecified reasons
 1. Zagreb
 2. Osijek
 3. Split
 4. Rijeka

Kriterije atraktivnosti europskih zemalja u svim gradovima gdje se provodila anketa pokazali su se gotovo istima. Materijalni su čimbenici, neosporno, najistaknutiji razlog izbora. Iza njih slijede kulturni i prirodni faktori (v. *Sliku 5*). Ipak, postoje i male međuregionalne razlike. Kako se pokazalo, za osječke su ispitanike, više nego za druge, bitniji ekonomski uvjeti i mogućnost zapošljavanja te faktor političke i socijalne sigurnosti i slobode; s druge strane, kulturni, etnopsihološki i prirodni faktori njima nisu toliko važni kao drugima⁵. Za Zagrepčane su kultura, način života, kulturni pejzaž i urbane funkcije važniji nego za druge, a Splitsanima su u zemlji potencijalne migracije izrazito bitni ljudi i priroda (klima i more). Naravno, zbog ograničenosti veličine uzorka u pojedinim gradovima - treba biti oprezan s generaliziranjem takvih rezultata.

Slika 5 i *Tablica 4* pokazuju da se može izdvojiti pet dominantnih grupa kriterija pri određivanju atraktivnosti zemalja. Sve druge grupe, kojih udio nije prešao 5% od svih navedenih razloga, možemo preraspodijeliti u tih pet grupa. Tako dobivamo slijedećih pet osnovnih grupa evaluacijskih kriterija (v. *Sliku 6*): 1. mogućnosti zapošljavanja, ekonomski uvjeti i razvijenost gospodarstva (ujedinjene grupe 1 i 6); 2. politička i socijalna sigurnost i sloboda; 3. uzbudljivost: kultura, način života, centralnost i urbane funkcije (ujedinjene grupe 3, 9 i 10); 4. etnopsihološka privlačnost i/ili sličnost (ujedinjene grupe 4 i 5) i 5. atraktivnost prirode i fizička blizina (ujedinjene grupe 7 i 8).

Bez obzira na raznolikost preferencijskih kriterija, moramo imati na umu jedno: sve zemlje na koje se oni odnose - ekonomski su visokorazvijene, jer samo su takve uopće ušle u broj preferiranih. Stoga možemo tvrditi da se mogućnosti neekonomskoga karaktera, što ih pruža eventualno odredište života, dolaze u obzir, odnosno dobivaju značenje tek nakon što se zaključi da to odredište zadovoljava očekivanja

Tablica 4. Frekventnost razloga pri obrazloženju izbora/neizbora zemalja kao destinacije za život

| Grupe razloga navedenih pri obrazloženju visokoga bodovanja najpoželjnijih zemalja za život, odnosno niskoga bodovanja najnepoželjnijih zemalja za život | Frekventnost razloga «za» i «protiv» | | | | | |
|--|--------------------------------------|----------|---------|---|----------|---------|
| | Atraktivne zemlje: razlozi «za» u % | | | Neatraktivne zemlje: razlozi «protiv» u % | | |
| | Ukupno | Djevojke | Mladići | Ukupno | Djevojke | Mladići |
| Mogućnosti posla, ekonomski uvjeti i razvijenost gospodarstva | 28,00 | 26,07 | 31,78 | 29,09 | 28,47 | 28,85 |
| Politička i socijalna sigurnost i sloboda | 5,35 | 4,53 | 7,45 | 20,80 | 21,08 | 20,91 |
| Kultura, način života, kulturni pejzaž i urbane funkcije | 21,69 | 25,33 | 16,83 | 11,50 | 13,02 | 9,30 |
| Etnopsihološki faktori | 10,38 | 10,53 | 8,78 | 13,56 | 13,43 | 12,90 |
| Vjerski razlozi | 0,24 | 0,27 | 0,22 | 2,06 | 2,19 | 1,49 |
| Stupanj tehnološke razvijenosti | 0,67 | 0,33 | 1,28 | 0,34 | 0,17 | 0,68 |
| Prirodni faktori | 13,82 | 14,00 | 13,00 | 4,73 | 4,26 | 5,36 |
| Blizina/udaljenost | 1,86 | 1,90 | 1,61 | 0,61 | 0,62 | 0,54 |
| Zabava i rekreacija | 4,05 | 2,40 | 4,94 | 0,17 | 0,08 | 0,34 |
| Razvijenost obrazovnih institucija | 1,76 | 2,20 | 1,28 | 0,15 | 0,21 | 0,07 |
| Stupanj informiranosti o zemlji | 1,36 | 1,60 | 1,06 | 2,21 | 2,44 | 1,97 |
| Osobni razlozi | 3,56 | 3,37 | 4,00 | 0,46 | 0,41 | 0,61 |
| Nespecificirani razlozi | 7,24 | 7,47 | 7,78 | 14,32 | 13,64 | 16,97 |

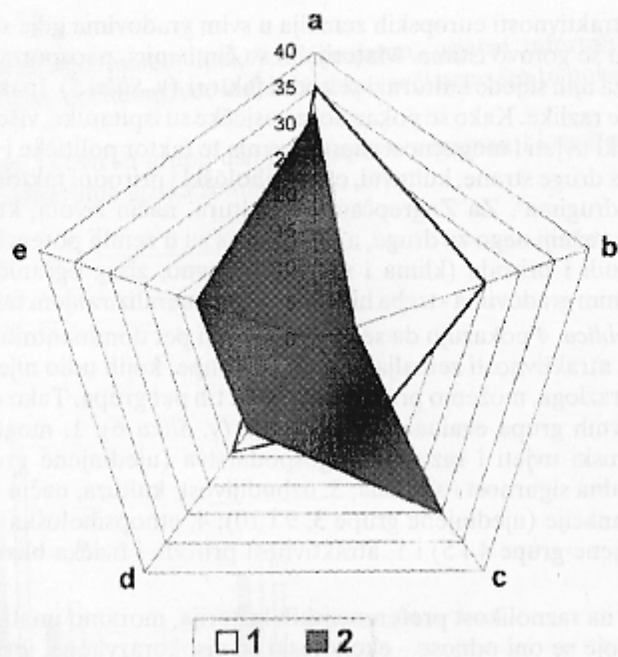
Kriterije atraktivnosti europskih zemalja u svim gradovima gdje se provodila anketa pokazali su se gotovo istima. Materijalni su čimbenici, neosporno, najistaknutiji razlog izbora. Iza njih slijede kulturni i prirodni faktori (v. *Sliku 5*). Ipak, postoje i male međuregionalne razlike. Kako se pokazalo, za osječke su ispitanike, više nego za druge, bitniji ekonomski uvjeti i mogućnost zapošljavanja te faktor političke i socijalne sigurnosti i slobode; s druge strane, kulturni, etnopsihološki i prirodni faktori njima nisu toliko važni kao drugima⁵. Za Zagrepčane su kultura, način života, kulturni pejzaž i urbane funkcije važniji nego za druge, a Splitsanima su u zemlji potencijalne migracije izrazito bitni ljudi i priroda (klima i more). Naravno, zbog ograničenosti veličine uzorka u pojedinim gradovima - treba biti oprezan s generaliziranjem takvih rezultata.

Slika 5 i *Tablica 4* pokazuju da se može izdvojiti pet dominantnih grupa kriterija pri određivanju atraktivnosti zemalja. Sve druge grupe, kojih udio nije prešao 5% od svih navedenih razloga, možemo preraspodijeliti u tih pet grupa. Tako dobivamo slijedećih pet osnovnih grupa evaluacijskih kriterija (v. *Sliku 6*): 1. mogućnosti zapošljavanja, ekonomski uvjeti i razvijenost gospodarstva (ujedinjene grupe 1 i 6); 2. politička i socijalna sigurnost i sloboda; 3. uzbudljivost: kultura, način života, centralnost i urbane funkcije (ujedinjene grupe 3, 9 i 10); 4. etnopsihološka privlačnost i/ili sličnost (ujedinjene grupe 4 i 5) i 5. atraktivnost prirode i fizička blizina (ujedinjene grupe 7 i 8).

Bez obzira na raznolikost preferencijskih kriterija, moramo imati na umu jedno: sve zemlje na koje se oni odnose - ekonomski su visokorazvijene, jer samo su takve uopće ušle u broj preferiranih. Stoga možemo tvrditi da se mogućnosti neekonomskoga karaktera, što ih pruža eventualno odredište života, dolaze u obzir, odnosno dobivaju značenje tek nakon što se zaključi da to odredište zadovoljava očekivanja

Tablica 4. Frekventnost razloga pri obrazloženju izbora/neizbora zemalja kao destinacije za život

| Grupe razloga navedenih pri obrazloženju visokoga bodovanja najpoželjnijih zemalja za život, odnosno niskoga bodovanja najnepoželjnijih zemalja za život | Frekventnost razloga «za» i «protiv» | | | | | |
|--|--------------------------------------|----------|---------|---|----------|---------|
| | Atraktivne zemlje: razlozi «za» u % | | | Neatraktivne zemlje: razlozi «protiv» u % | | |
| | Ukupno | Djevojke | Mladići | Ukupno | Djevojke | Mladići |
| Mogućnosti posla, ekonomski uvjeti i razvijenost gospodarstva | 28,00 | 26,07 | 31,78 | 29,09 | 28,47 | 28,85 |
| Politička i socijalna sigurnost i sloboda | 5,35 | 4,53 | 7,45 | 20,80 | 21,08 | 20,91 |
| Kultura, način života, kulturni pejzaž i urbane funkcije | 21,69 | 25,33 | 16,83 | 11,50 | 13,02 | 9,30 |
| Etnopsihološki faktori | 10,38 | 10,53 | 8,78 | 13,56 | 13,43 | 12,90 |
| Vjerski razlozi | 0,24 | 0,27 | 0,22 | 2,06 | 2,19 | 1,49 |
| Stupanj tehnološke razvijenosti | 0,67 | 0,33 | 1,28 | 0,34 | 0,17 | 0,68 |
| Prirodni faktori | 13,82 | 14,00 | 13,00 | 4,73 | 4,26 | 5,36 |
| Blizina/udaljenost | 1,86 | 1,90 | 1,61 | 0,61 | 0,62 | 0,54 |
| Zabava i rekreacija | 4,05 | 2,40 | 4,94 | 0,17 | 0,08 | 0,34 |
| Razvijenost obrazovnih institucija | 1,76 | 2,20 | 1,28 | 0,15 | 0,21 | 0,07 |
| Stupanj informiranosti o zemlji | 1,36 | 1,60 | 1,06 | 2,21 | 2,44 | 1,97 |
| Osobni razlozi | 3,56 | 3,37 | 4,00 | 0,46 | 0,41 | 0,61 |
| Nespecificirani razlozi | 7,24 | 7,47 | 7,78 | 14,32 | 13,64 | 16,97 |



- Sl. 6. Osnovni evaluacijski kriteriji
 a-mogućnost zapošljavanja, ekonomski uvjeti i razvijenost gospodarstva
 b-politička i socijalna sigurnost i sloboda
 c-uzbudljivost: kultura, centralnost i urbane funkcije
 d-etnopsihološka privlačnost i/ili sličnost
 e-atraktivnost prirode i fizička blizina
 1-udio kriterija pri negativnoj procjeni zemalja (u %)
 2-udio kriterija pri pozitivnoj procjeni zemalja (u %)

Fig. 6 Basic evaluation criteria

a-employment opportunities, economic conditions, and the level of economic development

b-political and social security and freedom

c-excitement sources: culture, the way of life and urban functions

d-ethnopsychological attractiveness and/or similarity with Croats

e-climate, nature and proximity to Croatia

1-share of the criteria in the negative evaluation of the countries (in %)

2-share of the criteria in the positive evaluation of the countries (in %)

ekonomske naravi (v. i Demko, 1974). Istovremeno, naglašenost kriterija vezanih za kulturu, način života, kulturni pejzaž i urbane funkcije omogućuje da se složimo s jednim od osnovnih stajališta kognitivne filozofije u istraživanju migracija (spomenute na početku ovoga rada). Prema njemu ekonomija je važna samo po tome što omogućuje pojedincu da proživi ideal koji on ili ona smatra da mora slijediti. Prema tome, idealizirani pejzaž i stil života, a ne novac kao takav, jesu motivirajuće kognitivne strukture (White, 1980b, 9).

Mada se ovdje nećemo detaljno zaustavljati na razlozima procjene zemalja kao najmanje poželjnih za život (v. Tablicu 4 i Sliku 6), trebalo bi ipak naglasiti da visok udio

u njima imaju čimbenici političke i socijalne sigurnosti i slobode (20,19%). Ti čimbenici, pored ekonomskih, očito u najvećoj mjeri utječu na ograničavanje prostora unutar kojega su migracije uopće moguće.

ZAKLJUČNE MISLI

Odgovor ispitanika na pitanje «Gdje mislite da ćete živjeti 2005. godine?» pokazao je da su realni planovi drugačiji od želja. Samo 18,7% ispitanika realno planira otići u inozemstvo, dok bi, kao što smo vidjeli, njih 56,80% to željelo učiniti. Ipak, pravci realno planiranih europskih migracija podudaraju se s pravcima željenih migracija: najveći postotak ispitanika će otići u Italiju (3,6%), Njemačku (1,9%), Francusku (1,4%), Španjolsku (1,1%), Austriju (1,0%), Veliku Britaniju (0,8%) i Švicarsku (0,5%). To su ujedno i najpoželjnije zemlje za život. Od zemalja u kojima će 2005. godine živjeti više od 0,5 % ispitanika pojavile su se još samo Slovenija - najpreferiranija tranzicijska zemlja (0,8%) i dvije neeuropske zemlje: SAD (2,4%) i Kanada (0,5%).

Ali, naravno, ni planirane migracije nisu aktualne migracije. U kojoj mjeri kognitivne strukture utječu na aktualne migracije? Proučavajući strukturne veze među kognitivnim prostorom (o kojem ljudi imaju najviše informacija), prostorom preferencije i migracijskim ponašanjem, Robert E. Lloyd je dobio rezultate koje su mu omogućili da dođe do zaključka o tome kako i kognitivni prostor i prostor preferencije mogu poslužiti kao temelj za predviđanje migracijskih tokova (Lloyd, 1976, 251). Stephen White u dva svoja istraživanja pronašao je vrlo visoku korelaciju (0,669 i 0,701) između preferencija mjesta života i aktualnih migracija, na osnovi čega je zaključio da su zajednički stavovi što ih stanovnici dijele o nekome gradu usko povezane s migracijom u taj grad (White, 1981, 185).

Richard C. Jones je usporedio aktualnu migraciju kako s objektivnim pokazateljima ekonomskih mogućnosti i kvalitete života (u 30 venecuelskih gradova) tako i s percipiranim ekonomskim mogućnostima i percipiranom kvalitetom života. Njegovo je istraživanje pokazalo da sami objektivni pokazatelji objašnjavaju 55% (ekonomske mogućnosti), odnosno 65% (kvaliteta života) varijacije u migracijskom ponašanju, ali u kombinaciji s percipiranim karakteristikama oni mogu objasniti čak 61%, odnosno 71% aktualnih migracija (Jones, 1978, 89). Za razliku od Jonesa, Martin Cadwallader se u svome istraživanju koristio subjektivnim varijablama ne kao dodatkom njihovim objektivnim parovima, nego je odvojeno analizirao njihovu važnost. On je otkrio da objektivne varijable ipak znatno bolje od subjektivnih funkcioniraju u kontekstu predviđanja. Ipak, zaključuje on, predviđanje je očito najefikasnije ako se subjektivne i objektivne varijable kombiniraju (Cadwallader, 1992, 147).

To nas vraća na poziciju koja sugerira sintezu objektivnoga i kognitivnoga pristupa u proučavanju migracija. Da bi, dakle, kognitivne pretpostavke proučavanja migracija bile upotrebljive u prognozi migracija, one moraju biti kombinirane s objektivnim podacima. Osim toga, njihova usporedba s aktualnim migracijama može stvoriti bazu za daljnja predviđanja.

Dakle, na putu do formalnoga povezivanja kognitivnih pretpostavki migracija iz Hrvatske u Europu i aktualnoga migracijskoga ponašanja još predstoji puno rada. Ipak, istraživanje preferencija omogućilo je diferencijaciju europskoga prostora prema

stupnju vjerojatnosti migracija. Istraživanje je također pokazalo od kojih se osnovnih elemenata slaže odnos prema zemljama poželjnim i nepoželjnim za život te je omogućilo zaključak da su u prvome redu motivi ekonomske nerazvijenosti te motivi političke i socijalne nesigurnosti i neslobode oni koji definiraju prostor u pravcu kojega su migracije *nemoguće*, a razvijena kultura, poželjan način života, centralnost i izražene urbane funkcije, zajedno s ekonomskom razvijenošću, – motivi su koji prvenstveno definiraju prostor u pravcu kojega su migracije *vjerojatne*.

Z a h v a l a

U provedbi anketnoga istraživanja na kojem se zasniva ovaj rad imali smo veliku potporu i pomoć kolega geografa: dr. Zorana Curića te profesora: Vesne Milić, Maria Mimice, Marijane Šarlije, Ivanke Dužanec, Ružice Vuk, Efke Heder, Branka Matišića, Ane Jukić, Mislava Drezge i Tome Grčevića. Ovom prilikom srdačno im zahvaljujemo.

POZIVNE BILJEŠKE

1. Stupanj suglasnosti je izračunan na slijedeći način. Za svaku zemlju nađen je mod ranga, dakle rang najčešće dodjeljivan pojedinoj zemlji. Izdvojene su grupe rangova u svaku od kojih je ušlo sedam jedinica niza. Broj grupa (6 grupa u svakoj od kojih nalazi se 7 jedinica u nizu) određen je na osnovi formule

$$h = \frac{X_{\max} - X_{\min}}{1 + 3,322 \lg N} = \frac{42 \cdot 1}{1 + 3,322 \lg 42} = 6$$

Nakon toga nađen je stupanj suglasnosti kao zbroj postotaka osoba (od svih osoba u uzorku) koje su zemlji dodijelile rang u visini moda i šest (7-1) njemu najbližih. Na primjer, mod Austrije jest 6. Zbrojivši postotak ljudi koji su rangirali Austriju kao 3., 4., 5., 6., 7., 8. i 9. (grupa od sedam jedinica u nizu najbližih modu), dobili smo stupanj suglasnosti od 42%.

2. Na ovo je pitanje odgovorila ukupno 801 osoba.
3. Podatak koji se na *Slici 2* odnosi na Zagreb (prema njemu bi 54,30% ispitanika u Zagrebu izabralo život u inozemstvu) razlikuje se od podatka navedenog u članku *Mentalna karta Europe: vizura zagrebačkih srednjoškolaca* (Šakaja, 2001a) (gdje je spomenuto da bi život u inozemstvu odabralo 52,9% zagrebačkih ispitanika) jer su u prvome slučaju (*Slika 2*) u obzir uzete samo one osobe koje su odgovorile na ovo konkretno pitanje, dok su u drugom slučaju (Šakaja, 2001a) uzete u obzir sve osobe koje su odgovorile na anketu.
4. Istraživanje je po narudžbi Ministarstva za europske integracije obavio Centar za istraživanje tržišta – GfK.
5. Odlike karakteristične za osječku strukturu kriterija vrednovanja atraktivnosti zemlje slične su odlikama karakterističnim za muški dio uzorka (v. *Tablicu 4*). Stoga smo provjerili ne sastoji li se uzrok različitosti Osječana od drugih ispitanika u većoj zastupljenosti mladića u osječkom uzorku (njih je u Osijeku bilo 64,1% od svih ispitanika, dok ih je u sveukupnom uzorku - 37,5%). Usporedba odgovora osječkih mladića i djevojaka pokazala je da djevojke više od mladića vrednuju kulturne faktore, ali se u svim drugim procjenama uglavnom slažu s mladićima.

Prilog: METODA DIFERENCIRANJA PROSTORA PREFERENCIJE

Redosljed koraka poduzetih za izračunavanje boda koji označava stupanj preferencije neke zemlje opisat ću, radi preglednosti, na malom uzorku. Postupak se temelji na sljedećim koracima. Najprije se sastavlja geografska matrica s varijablama (u našem slučaju to su bodovanja pojedinih osoba) u koloni i s regijama (u našem slučaju zemljama) u recima. *Tablica 1* prikazuje geografsku matricu iz koje vidimo kako Ivan, Filip, Jelena, Kristina i Luka ocjenjuju zemlje imaginativnoga Međuzemlja iz Tolkienuva romana *Gospodar prstenova*.

Tablica 1. Primjer geografske matrice

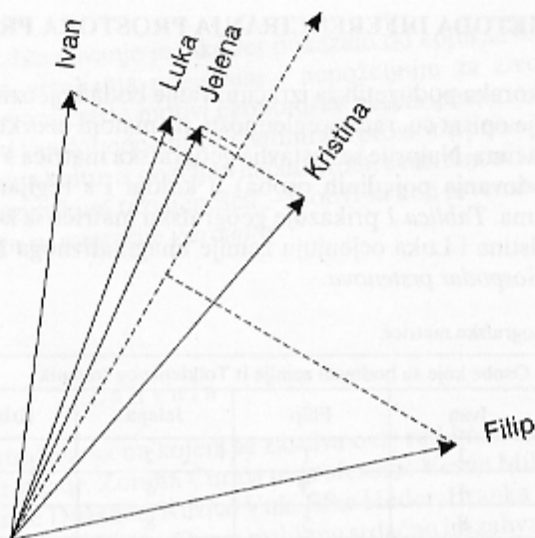
| Zemlje imaginativnog Međuzemlja | Osobe koje su bodovali zemlje it Tolkienovog romana | | | | |
|---------------------------------|---|-------|--------|----------|------|
| | Ivan | Filip | Jelena | Kristina | Luka |
| Gondor | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 |
| Lothlorien | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| Amor | 8 | 5 | 8 | 6 | 8 |
| Shire | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| Moria | 10 | 6 | 10 | 9 | 10 |
| Rohan | 1 | 8 | 3 | 4 | 2 |
| Forodwaith | 6 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| Mordor | 9 | 9 | 9 | 10 | 9 |
| Rhovanion | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 |
| Endwaith | 5 | 10 | 6 | 8 | 6 |

Geografska je matrica osnova za sastavljanje korelacijske matrice (*Tablica 2*) koja pokazuje u kojoj mjeri različite osobe različito (ili slično) procjenjuju istu zemlju. Korelacijsku matricu čine koeficijenti korelacije među bodovanjima svih mogućih parova osoba.

Tablica 2. Primjer korelacijske matrice

| | Ivan | Filip | Jelena | Kristina | Luka |
|----------|-------|------------|------------|------------|------------|
| Ivan | 1 (0) | 0,345 (70) | 0,952 (18) | 0,830 (33) | 0,976 (14) |
| Filip | 0,345 | 1 | 0,576 (55) | 0,794 (37) | 0,491 (60) |
| Jelena | 0,952 | 0,576 | 1 | 0,927 (21) | 0,988 (11) |
| Kristina | 0,830 | 0,794 | 0,927 | 1 | 0,903 (25) |
| Luka | 0,976 | 0,491 | 0,988 | 0,903 | 1 |

Korelacijska je matrica osnova za sastavljanje geometrijskoga dijagrama u kojem su stavovi svake osobe prikazani vektorom. Ti se vektori izgrađuju na osnovi koeficijentata korelacije. Naime, kosinus kuta među svakim parom vektora varijabli jednak je koeficijentu korelacije među tim dvjema varijablama. Tako koeficijent korelacije među Ivanovim i Filipovim bodovanjem iznosi 0,345. Ta brojka ukazuje na to da kut među vektorima koji prikazuju Ivanovo i Filipovo bodovanje iznosi 70 (0,345 je kosinus kuta 70). Na isti način izgrađuju se i ostali vektori. Sada pred sobom imamo geometrijski dijagram koji pokazuje stupanj različitosti stavova pojedinih osoba.



Sl. 1. Vektori koji prikazuju stavove pojedinih osoba i karakteristični vektor
 Fig. 1 Vectors which represent attitudes of particular persons and eigenvector

Slijedeća je faza – pronalaženje karakterističnog vektora (odnosno referentnoga vektora ili *eigenvektora*), tj. osi koja se nalazi u takvom položaju da je maksimalno blizu svakom od vektora. Tu os ponovno pronalazimo uz pomoć kosinusa kutova. Ovaj put to su kutovi među pojedinim vektorima i karakterističnim vektorom. Referentni se vektor mora nalaziti u takvoj poziciji da zbroj kvadrata kosinusa kutova što ga čine vektori s karakterističnim vektorom bude maksimalan. U takvom položaju pojedini su vektori najbliži karakterističnom vektoru. Maksimalni zbroj kvadrata kosinusa kutova među vektorima i karakterističnim vektorom u našem primjeru iznosi 4,17.

$$0,923^2 + 0,674^2 + 0,986^2 + 0,975^2 + 0,972^2 = 4,17$$

Budući da ima minimalno mogući kut sa svim vektorima, karakteristični vektor reprezentira najtipičnije bodovanje koje je najbliže bodovanjima svih osoba iz našega primjera. Projekcija «Kristinina vektora» na karakteristični vektor ili, drugim riječima, kosinus kuta među vektorom koji reprezentira Kristinino bodovanje i karakterističnim vektorom pokazuje koliko se Kristinino bodovanje razlikuje od tipičnoga bodovanja. S obzirom na to da takve projekcije svakoga vektora odražavaju sličnost stavova svake osobe najtipičnijemu stavu, te projekcije možemo upotrijebiti za sažimanje originalnih pojedinačnih bodovnih vrijednosti u jedinstveni bod za svaku zemlju. Te projekcije reprezentiraju opterećenje ili saturaciju bodovanja svake pojedine osobe. Projekcija «Filipova vektora» na karakteristični vektor jest najmanja, odnosno kosinus kuta između «Filipova vektora i karakterističnoga vektora» jest najmanji. To znači da se Filipove procjene najviše razlikuju od najtipičnijih. S druge strane, projekcija «Jelenina vektora» na karakteristični vektor jest najveća, dakle Jelenini su stavovi najbliži najtipičnijima. Na taj način, bodovanje svake osobe dobiva opterećenje. Treba primijetiti da se ova, inače vrlo zahtjevna procedura pronalaženja pozicije karakterističnog vektora i opterećenja danas brzo i jednostavno obavlja uz pomoć suvremenih statističkih kompjutorskih programa.

Tablica 3. Primjer tablice opterećenja (saturacija)

| Osoba | Opterećenje bodovanja osobe |
|----------|-----------------------------|
| Ivan | 0,92 |
| Filip | 0,67 |
| Jelena | 0,99 |
| Kristina | 0,98 |
| Luka | 0,97 |

Sada bodove što ih je svaka pojedina osoba dodijelila pojedinoj zemlji množimo s opterećenjem bodovanja te osobe i na taj način dobivamo ponderiranu vrijednost boda te zemlje za svakoga ispitanika. Zbroj tih ponderiranih vrijednosti bodova pojedinih osoba za dotičnu zemlju činit će konačni bod zemlje koji odražava najtipičniji stav prema njoj. U našem primjeru postupak izračunavanja takvoga boda za imaginativnu zemlju Gondor izgledat će ovako:

$$(3 \times 0,92) + (1 \times 0,67) + (2 \times 0,99) + (2 \times 0,98) + (3 \times 0,97) = 10,28$$

Na isti način izračunat ćemo bodove za sve druge zemlje.

Tablica 4. Primjer završne tablice preferencija

| Zemlje imaginativnog Međuzemlja | Bodovi zemalja | Skalirani bodovi zemalja |
|---------------------------------|----------------|--------------------------|
| Gondor | 10,28 | 88,35 |
| Lothlorien | 16,47 | 70,97 |
| Arnor | 32,27 | 26,62 |
| Shire | 6,13 | 100,01 |
| Moria | 41,63 | 0,34 |
| Rohan | 15,12 | 74,77 |
| Fordorwaith | 22,90 | 52,92 |

S obzirom na to da su osobe rangirale zemlje počevši od broja 1 (taj se broj, naime, dodjeljivao najatraktivnijoj zemlji), najbolje rangirane zemlje na kraju imaju najniži bod. Stoga ćemo, kako to preporučuju Gould i White, dobivene bodove skalirati na način da najatraktivnija zemlja dobije 100 bodova, a najneatraktivnija 0 bodova. To ćemo obaviti ovako:

$$\text{skalirani bod zemlje Gondor} = \frac{\text{bod zemlje Gondor} - \text{najviši bod zemlje}}{\text{najviši bod zemlje} - \text{najmanji bod zemlje}} \times 100 = \frac{10,28 - 41,75}{41,75 - 0,01} \times 100 = 88,35$$

Tako dobiveni skalirani bodovi poslužili su kao osnova za diferenciranje prostora preferencije u ovome članku.

LITERATURA

- Bailly, A. S., MacCabe, C. i Saarinen, T., 1995: Images of Francophone Countries and Francophone Images of the World, *Geographica Helvetica* 1: 3-11.
- Cadwallader, M., 1992: Migration and Residential Mobility, Macro and Micro Approaches, The University of Wisconsin Press, Wisconsin.

- Demko, D., 1974: Cognition of Southern Ontario Cities in a Potential Migration Context, *Economic Geography* 50, 20-33.
- Downs, R. i Stea, D., 1973: *Cognitive Maps and Spatial Behavior: Process and Products*, u: Downs Roger i Stea David (ur.) *Image and Environment*, Aldine Publishing Co, Chicago, 8 – 26.
- Gould, P. R., 1969, *The Structure of Space Preferences in Tanzania*, *Area* 4, 29-35.
- Gould, P. R., 1975: *People in Information Space: The Mental Maps and Information Surfaces of Sweden*, University of Lund, Department of Geography, *Studies in Geography*, Ser. B., 42, 17-21.
- Gould, P. i White, R., 1986: *Mental Maps*, Allen & Unwin, Boston.
- Gromyko, G. L., 1981: *Statistika, Izdateljstvo Moskovskogo Universiteta*, Moskva.
- Jones, R. i Zannaras, G., 1976: *Perceived Versus Objective Urban Opportunities and the Migration of Venezuelan youth*. *Annals of Regional Science* 10, 83-97.
- Jones, C. R., 1978: *Myth Maps and Migration in Venezuela*, *Economic Geography*, 54, 1, 75-93.
- Lieber, S. R., 1978: *Place Utility and Migration* *Geografiska Annaler* 60B: 16-27.
- Lloyd, R., 1976: *Cognition, Preference and Behaviour in Space*, *Economic Geography* 53, 3, 241-253.
- Lueck, V. M., 1976: *Cognitive and affective components of residential preferences for cities: A pilot-study*, u: R.G. Gollidge i G. Rushton (ur.) *Spatial choice and spatial behavior: Geographical essays on the analysis of preferences and perceptions*, 273-300. Columbus: Ohio State University.
- Lynch, K., 1974: *Slika jednog grada*, *Gradevinska knjiga*, Beograd.
- Neisser, U., 1981: *Poznanije i realnostj: smysl i principy kognitivnoj psihologii*, Progress, Moskva.
- Pacione, M., 1978: *Information and Morphology in Cognitive Map*, *Transactions, Institute of British Geographers* 3, 4, 548-568.
- Šakaja, L., 2001a: *Stereotipi mladih Zagrepčana o Balkanu: Prilog proučavanju imaginativne geografije*, *Revija za sociologiju* 32, 1-2, 27-37.
- Šakaja, L., 2001b: *Mentalna karta Europe: vizura zagrebačkih srednjoškolaca*, u S. Mežnarić (ur) *Etničnost i stabilnost Europe u 21. stoljeću – položaj i uloga Hrvatske, Jesenski i Turk*, Zagreb (u tisku).
- Tverski, B., Morrison, J. B., Franklin, N. i Bryant, J. D., 1999: *Three Spaces of Spatial Cognition*, *Professional Geographer*, 5, 14, 516-524.
- White, S. E. 1980a: *Awareness, Preference, and Interurban Migration*, *Regional Science Perspectives* 10, 71-86.
- White, S. E. 1980b: *A Philosophical Dichotomy in Migration Research*, *Professional Geographer* 32, 1, 1980.
- White, S. E., 1981: *The Influence of Urban Residential Preferences on Spatial Behavior*, *Geographical Review* 71, 2, 176-187.

SUMMARY

Some Cognitive Presumptions of Migrations from Croatia to Other European Countries

by

Laura Šakaja and Rebeka Mesarić

The decision about migration to other countries depends not only upon objective socio-economic and natural facts such as salary, unemployment, climate, distance, etc., but also on subjective choice among various alternatives. Consequently, the knowledge of cognitive presumptions of migrations can contribute to a better prognosis of migration flows. This work analyses some of such cognitive presumptions of migrations from Croatia to other European countries.

The respondents' viewpoints about residential desirability of various countries are being interpreted as migration cognitive presumptions. The research has shown that Europe is markedly differentiated in the respect of desirability. Only economically and culturally developed as well as politically and ethnopsychologically acceptable European "west" is being preferred as a life destination. That area, which is the only one perceived as a life destination doesn't include any transition country. Although the level of agreement in relation to the European countries is very high inside the sample, there are regional differences in Croatia - primarily those in relation to the Central European and Mediterranean countries.

The level of information is also an important factor as a migration cognitive presumption. This research has shown that the preferred area mainly overlaps the known area, while the least known one is considered exceptionally undesirable.

Subjectively defined reasons of possible migrations are being collected into five criterion groups of country's attractiveness: 1) employment opportunities, economic conditions, and the level of economic development; 2) political and social security and freedom; 3) excitement sources: culture, the way of life and urban functions; 4) ethnopsychological attractiveness and/or similarity with Croats, and 5) climate, nature and proximity to Croatia. Although the economic factors are the most important ones among the subjective reasons of possible migrations, this work shows that culture, way of life, cultural landscape and urban functions are also exceptionally motivating cognitive structures.

Estimating the probability level of migrations into various parts of Europe on the basis of subjective reasons for migration, we are coming to the conclusion that, first of all, the motives of economic underdevelopment, political and social insecurity and lack of freedom define the areas towards which migrations are impossible, and developed culture, desirable way of life, centrality and marked urban function, together with economic development are the motives primarily defining the areas towards which migrations are probable.

Primljeno (Received): 15-9-2001

Prihvaćeno (Accepted): 28-1-2002

U ovom radu istražuju se kognitivne pretpostavke migracija iz Hrvatske u druge europske zemlje. Istraživanje je provedeno u okviru projekta "Migracije iz Hrvatske u druge europske zemlje" koji je financirao Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta Republike Hrvatske. Istraživanje je provedeno u okviru projekta "Migracije iz Hrvatske u druge europske zemlje" koji je financirao Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta Republike Hrvatske.

Ključne riječi: migracije, kognitivne pretpostavke, demografske promjene

Interannual Change in Population Number of Republic of Croatia 1991 - 2001, by Towns and Municipalities

Based on the preliminary results of the census of 2001, the change in the population number has been observed in relation to the census of 1991, and by towns and municipalities. Population in the areas of population decrease has decreased, and in some areas, such as Dubrovnik, central Slavonia, and western and central Dalmatian, the population has increased. In the region of the town of Zagreb, which has a high density of population, the population has increased.

Key words: migration, cognitive presumption, demographic changes, population

UVOD

U ovom radu istražuju se kognitivne pretpostavke migracija iz Hrvatske u druge europske zemlje. Istraživanje je provedeno u okviru projekta "Migracije iz Hrvatske u druge europske zemlje" koji je financirao Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta Republike Hrvatske. Istraživanje je provedeno u okviru projekta "Migracije iz Hrvatske u druge europske zemlje" koji je financirao Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta Republike Hrvatske.

1. U ovom radu istražuju se kognitivne pretpostavke migracija iz Hrvatske u druge europske zemlje. Istraživanje je provedeno u okviru projekta "Migracije iz Hrvatske u druge europske zemlje" koji je financirao Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta Republike Hrvatske.