



Универзитет
„Св. Кирил и Методиј“ - Скопје



ЈАВНОТО МИСЛЕЊЕ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА ЗА ОПШТЕСТВЕНО-ЕКОНОМСКИТЕ ПРАШАЊА – 2012

Универзитет „Св. Кирил и Методиј“

ИНСТИТУТ ЗА
СОЦИОЛОШКИ И
ПОЛИТИЧКО
ПРАВНИ
ИСТРАЖУВАЊА

Рецензенти:

Горан Јанев

Ѓорѓи Манев

Издавач:

Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ – Скопје

Институт за социолошки и политичко-правни истражувања – Скопје

За издавачот:

Проф. д-р Јорде Јакимовски

Јазична редакција:

д-р Вангелија Десподова

Компјутерска подготовка:

Петар Додевски

CIP - Каталогизација во публикација

Национална и универзитетска библиотека "Св. Климент Охридски", Скопје

32/33(497.7)(047)

316.774:316.654(497.7)(047)

ЈАВНОТО мислење во Република Македонија за општествено-економските прашања : 2012 / [раководител на проектот Јорде Јакимовски]. - Скопје : Институт за социолошки и политичко-правни истражувања, 2015. - 122 стр. : граф. прикази ; 22 см

Фусноти кон текстот. - Библиографија: стр. 108-109

ISBN 978-9989-633-40-9

а) Медиуми - Јавно мислење - Македонија - Извештаи б) Македонија -

Внатрешно уредување - Политички аспекти - 2012 - Извештаи

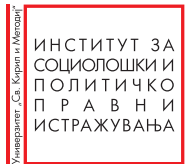
COBISS.MK-ID 98266378





Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ – Скопје

Институт за социолошки и
политичко-правни истражувања – Скопје



Јавното мислење во Република Македонија за општествено-економските прашања – 2012

Раководител на проектот:

Јорде Јаќимовски

Истражувачки тим:

Петар Атанасов

Климе Бабунски

Мирјана Борота-Поповска

Јорде Јаќимовски

Васил Поповски

Марија Топузовска-Латковиќ

Емилија Симоска

Лидија Христова

Ружица Цацаноска

Ганка Цветанова

Анета Цекиќ

Содржина

6.....	ВОВЕД
7.....	МЕТОДОЛОГИЈА
9.....	ЈОРДЕ ЈАЌИМОВСКИ Јавноста за општата состојба, расположението и проекција за совладување на економско-социјалните тешкотии
23.....	КЛИМЕ БАБУНСКИ Јавност без медиуми, демократија без јавност
43.....	ПЕТАР АТАНАСОВ, ЕМИЛИЈА СИМОСКА, ГАНКА ЦВЕТАНОВА Медиумите и политиката
53.....	ЛИДИЈА ХРИСТОВА, АНЕТА ЦЕКИЌ Помеѓу граѓанскиот и етничкиот идентитет: приврзаност на испитаниците кон определени вредности/категории
69.....	РУЖИЦА ЦАЦАНОСКА Религиозните промени во македонското општество
93.....	МИРЈАНА БОРОТА ПОПОВСКА, ВАСИЛ ПОПОВСКИ, МАРИЈА ТОПУЗОВСКА ЛАТКОВИЌ Работните вредности на македонската популација
110	ОПШТА ДИСТРИБУЦИЈА НА ПОДАТОЦИ

Вовед

Во овој проект ги објавуваме сознанијата до кои дојде Институтот за социолошки и политичко-правни истражувања – Скопје по пат на сондажа на ставовите и на мислењата на граѓаните од Република Македонија за најактуелните прашања од областа на економскиот, социјалниот и политичкиот живот.

Основната цел на ова истражување беше да се види во која мера е развиена свеста на граѓаните и во која мера до нив допираат сознанијата за општествено-економските состојби во Република Македонија, суштината на мерките што се преземаат и како тие реагираат на промените што се случуваат. Во таа смисла, истражувањето дава можност да се откријат не само евентуалните дисперпанци помеѓу индивидуалните и јавно изразените ставови и оценки по различни прашања, туку и да се открие степенот со кој јавно изразените оценки и проценки за општествено-економските прашања, појави и проблеми стануваат прифатливи или недоволно јасно аргументирани и оправдани за граѓаните.

Суштината на овој проект ја наоѓаме во можноста преку него да се анализира општествената стварност и практика, да се откријат причинителите на општествените противречности и законитоста.

Раководител на проектот:
проф. д-р Јорде Јаќимовски

МЕТОДОЛОШКИ ОСОБИНИ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО И ПРИМЕРОК

Теренскиот дел од истражувањето траеше од 23.06. до 07.07.2012 година. Анкетното собирање на податоците се одвиваше според постапката: „од врата до врата“.

Популациона рамка беше полнолетното население во Република Македонија, а истражувачкиот примерок беше стратификуван и случаен со големина од 1000 испитаници.

Ваквиот примерок е репрезентативен според: пол, возраст, етничка припадност (пред сè за најголемите етнички групи: Македонци и Албанци), регион и тип на населено место (село-град). Соодветно на стратификацијата и големината на примерокот, податоците од истражувањето се со 95% точност и со можна гранична грешка, која се движи од плус-минус 1.7% (за прашања со два можни одговори) до 6.5% (за прашања со 7 и повеќе можни одговори).

Јорде Јаќимовски
jakjor@isppi.ukim.edu.mk

Јавноста за општата состојба, расположението и проекција за совладување на економско-социјалните тешкотии

Повеќе од 20 години општествено-економскиот развој на Република Македонија е проследен со бројни тешкотии и проблеми што ги има сите карактеристики на економска и општествена криза. Тоа се чувствува речиси во сите сфери на секојдневното работење и живеење и нормално е да се очекува тоа да има значително влијание врз свеста и врз чувството на луѓето за економско-социјалната состојба во земјата.

Релативната сиромаштија (мерена според методологијата) трошоци под нивото 70% од медијалниот еквивалентен трошок се проценува на 30,4% во 2011 година. Непаричната димензија на сиромаштијата (посебно лошите услови за домување и ниското образовно ниво) погодува дополнително 30% од населението. Причините за влошувањето на животниот стандард се во контракцијата на вработеноста и нискиот секторски раст во секторите со висока продуктивност. Секторите со релативно високо ниво на продуктивност, како што се трговијата, транспортот и врските и преработувачката индустрија, ослободуваат работна сила во овој период. Индустриското производство во однос на 1990 година опадна на 55,3% во 2011 година. Вработеноста во земјоделството се зголеми од 10,5% во 1995 година на 19,1% во 2011 година. Република Македонија во овој период е деиндустријализирана и претворена во аграрна држава.

Пензиите се важни не само затоа што ја намалуваат сиромаштијата на постарите лица, туку и ги поддржуваат другите членови на семејството. Програмите за социјална помош во значителен дел ги покриваат сиромашните во споредба со несиромашните, значителни средства (75%) се одлеваат кај сиромашните, што укажува на непотребно трошење на средствата. Владата распределува повеќе од една половина од нејзините вкупни приходи за трансфери за социјална заштита, или една петтина од БДП, на тековните трансфери. Најголем дел од овие трансфери се за пензии, а остатокот за различни типови на социјална помош. Ресурсите, алоцирани кон социјалните трансфери се тежок товар на јавните финансии и одземаат ресурси од други важни и со поголема стапка на поврат на вложените средства – трошоци, вклучувајќи ги инвестициите за инфраструктурата.

Во земјата не постои добра инфраструктура која претставува важна национална придобивка, која ќе ја подобрува благосостојбата на населението и ќе ги потпомогне инвестициите. Овие негативни тенденции се случуваат во позадина на економските и на општествените потреси што ја погодија земјата како пазарна економија. Од овие уводни напомени за економско-социјалната ситуација веќе се насетува значајноста на овие прашања, па и разложеноста на настојувањата во рамките на јавното мислење во Република Македонија да се утврди и односот на јавноста кон актуелната економско-социјална состојба и перспективите на нејзиното подобрување.

Како одат работите во Република Македонија

Темата за состојбите во земјата е отворена во анкетата со уводното, неодминливо и значајно прашање, од кое произлегуваат и логички се надоврзуваат и другите прашања.

Општо земено, дали работите во Република Македонија одат во правилна или во погрешна насока?

Меѓу анкетираниите лица, како што може да се види од Графикот, најбројни се оние што оценуваат дека работите во Република Македонија одат во *погрешна насока* 67,3%.

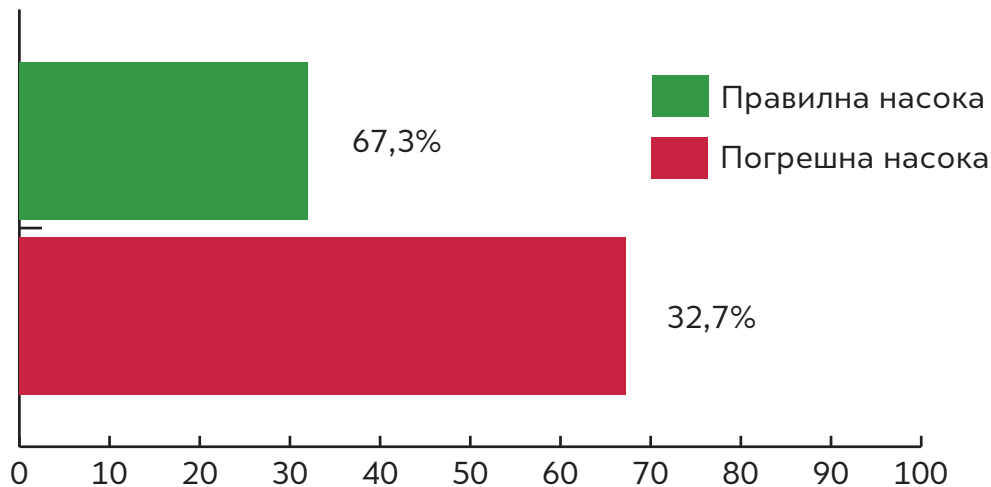


График: Дали работите во Република Македонија одат во правилна или во погрешна насока?

Табела: Ставови како одат работите во Република Македонија според политичката насоченост

	Политичка насоченост			Вкупно
	Поддржува партија која е дел од власта	Поддржува партија која е дел од опозицијата	Не поддржува ниту една партија	
Правилна насока	51,0	12,6	30,7	32,7
Погрешна насока	49,0	87,4	69,3	67,3
Вкупно	100,0	100,0	100,0	100,0

Во истражувањето е направен обид посебно да се изделат ставовите на испитаниците кои ги поддржуваат партиите на власт, кои ги поддржуваат партиите кои се во опозиција, како и оние кои не поддржуваат ниту една партија. Воочливи се и очекувани разликите во ставовите за движењето на работите во Република Македонија, помеѓу припадниците на споменатата политичка насоченост. Она што најпрвин се забележува е поизразената критичност на испитаниците кои ја поддржуваат партијата која е дел од опозицијата. Од вкупниот дел на поддржувачите на партијата во опозиција, кои биле опфатени во анкетата, 87,4% се изјасниле дека работите во Република Македонија одат во *погрешна насока*, додека кај испитаниците кои ја поддржуваат партијата на власт оваа негативна оценка ја посочиле 49,0%. На друга страна на изјаснувањето за ставовите на граѓаните каде што се дадени ставовите со позитивен предзнак, испитаниците кои ја поддржуваат партијата на власт најмногу се изјасниле за позитивната насока (51,0%), отколку испитаниците кои ја поддржуваат партијата која е во опозиција (12,6%)

Одговорите на испитаниците, распоредени според одредени нивни социо-професионални карактеристики, покажуваат низа сличности и разлики, така што некои белези на испитаниците се најавуваат како битни, а некои како ирелевантни на нивниот став за работите во Република Македонија. Ставовите на испитаниците со оглед на нивниот пол и степен на образование не покажуваат некои позначајни разлики, што може да се протолкува со извесна егалитарност во поднесувањето на состојбата во земјата.

Возраста, етничката припадност, социо-економскиот статус, населеното место и регионалната припадност се појавуваат како фактор на диференцирањето на ставовите. Се воочува разлика помеѓу младите и старите испитаници: испитаниците во поглед на ставот што го дале. *Работите во Република Македонија одат во погрешна насока* најчесто се оценува меѓу испитаниците на возраст од 18-29 години (73,8%), а најмала е кај возрасната група над 65 години (61,3%). Поголемата критичност на помладите испитаниците во оценувањето на работите во Република Македонија веројатно е резултат на високата стапка на невработеност (31,4% во 2011 година).

Етничката припадност на испитаниците (Табела) влијае врз разликите на нивните оценки за состојбите во Република Македонија. Притоа добивме мошне интересни податоци. Имено, од вкупниот број испитаници од албанска припадност, дури 91,1% изјавиле дека работите во Република Македонија одат во *погрешна насока*. Само 8,9% испитаници од оваа етничка заедница изјавиле дека работите одат во правилна насока. Од друга страна, одговорите што ги дале испитаниците од македонската етничка заедница значително се разликуваат. Така, од оваа етничка заедница 56,9% оговориле дека работите одат во *погрешна насока*, додека 43,1% по ова прашање одговориле дека работите одат во *правилна насока*.

Табела: Ставови како одат работите во Република Македонија во зависност од етничката припадност

	Етничка припадност				Вкупно
	Македонска	Албанска	Турска	Друга	
Правилна насока	43,1	8,9	33,3	21,9	32,7
Погрешна насока	56,9	91,1	66,7	78,1	67,3
Вкупно	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Интересно е да се спомене дека испитаниците со исламска и со католичка верска припадност само 13,0%, односно 17,6% случаи сметаат дека работите во Република Македонија одат во правилна насока. Ваков одговор испитаниците од православната верска припадност давале почесто – 42,9%.

Што се однесува до социо-економскиот статус, интересно е да се спомене дека студентите, земјоделците и домаќинките се чувствуваат повеќе погодени од состојбите во Република Македонија. Имено, дури 76,1% од студентите, 77,3% од домаќинките и 74,4% од земјоделците сметаат дека работите во Република Македонија одат во *погрешна насока*.

Во однос на регионалната припадност, дека работите не одат во *правилна насока* најмногу се уверени граѓаните во Полошкиот регион (85,5%), Вардарскиот (77,6%), Југозападниот (74,2%).

Иднина

Иако претходно изнесените податоци претставуваат јасна документација за гледањето на општите состојби во Република Македонија од страна на граѓаните, имаме потреба од директна информација за нивните ставови за расположението и за очекувањата кои ги врзуваат со иднината. Со други зборови, нас нè интересира психичката состојба како производ на кризата на општествено-економската состојба, но и како предуслов за нејзино успешно совладување.

Состојбите во општествено – економскиот живот (високата стапка на невработеност, сиромаштијата, интензивните социјални нетрпенија и слично), резултираат со губење на довербата кај голем број од популацијата во однос на ефикасноста на економско-социјалните мерки, кај населението, главно, е присутна една изразена несигурност, неретко поминува во дефетизам, но во определени случаи и во револт, во чија основа лежи чувство на безнадежност и бесперспективност. Оттаму, на испитаниците им беше поставено прашањето: **Според Ваше мислење какво расположение денес преовладува кај најголемиот број граѓани на Македонија?**

Општата дистрибуција на одговорите укажува на тоа дека кај најголемиот дел од испитаниците постои *загриженост и страв* (26,3%) и *огорченост и револт* (25,2%), а нешто помалку *веруваат дека наскоро ќе се подобри – оптимизам* (20,7%). Сразмерно е мал бројот на испитаниците кај кои постои *надеж и страв* (13,8%), уште помал е бројот на оние кај кои доминира *мотивираност за активно вклучување во решавањето на проблемите* (3,7%).

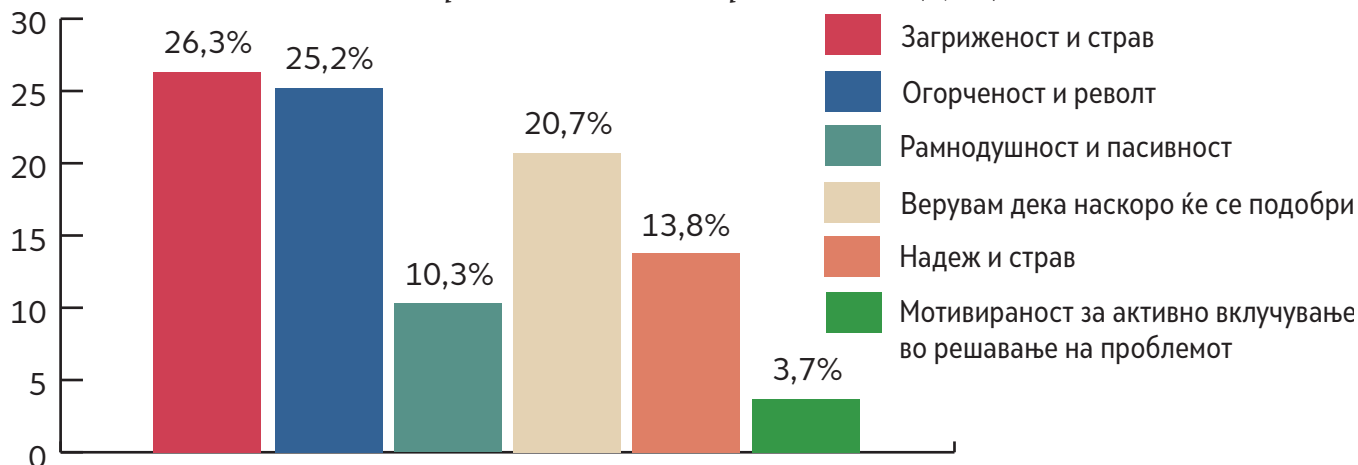


График: Какво расположение денес преовладува кај граѓаните?

Како што се гледа, кај граѓаните најмногу е присутен стравот, кој се споменува кај дури 40,1% од анкетираниите. Иако не можеме да дознаеме дали се работи за страв кој мотивира или инхибира, извесно е дека постојат анксиозност и плашење, предизвикани од состојбата во економијата, но и од осетливиот фитил на запалливата политичка и етничка сцена кој во секој момент може да пламне со несогледливи последици. Поради тоа, власта треба да го снизи нивото на емотивната тензија присутна кај граѓаните, односно да го отстрани нивниот страв и да ја придобие нивната доверба.

Од социо-демографските карактеристики кои влијаат врз оформувањето на општиот став по однос на расположението на граѓаните, како статистички релевантни се манифестираат, политичката насоченост, етничката припадност, образованието, социо-економскиот статус и регионалната припадност.

Според политичката насоченост, поддржувачите на партија која е дел од власта и поддржувачите на партија која е дел од опозицијата манифестираат позначајни отстапувања од општата дистрибуција по одделни модалитети. Во таа смисла, кај поддржувачите на партија која е дел од власта 31,0% се на мислење дека *состојбата наскоро ќе се подобри*, односно 16,1% сметаат дека постои загриженост и страв. Од друга страна, пак, испитаниците кои поддржуваат партија која е дел од опозицијата многу почесто од општиот просек (34,6%) се на мислење дека кај населението преовладува *загриженост и страв*, 33,0% сметаат дека постои *огорченост и револт*, а само 10,4% веруваат дека состојбата ќе се подобри – оптимизам.

Етничката припадност на испитаниците е следниот фактор кој покажува отстапување од нормалната дистрибуција. Во таа смисла, натпросечна *огорченост и револт* преовладува кај Албанците (35,9%), а верувањето дека *состојбата наскоро ќе се подобри* кај Турците (30,8%).

Табела: Ставови за какво расположение преовладува кај најголемиот број граѓани на Македонија според образованието

	Незавршено основно	Основно	Средно	Вишо и високо	Вкупно
Загриженост и страв	40,1	39,8	25,6	20,3	26,3
Огорченост и револт	14,8	18,8	24,7	29,9	25,2
Рамнодушност и пасивност	11,1	6,8	8,5	15,0	10,3
Надеж и страв	14,8	15,0	13,5	13,6	13,8
Верување дека наскоро ќе се подобри	18,5	15,8	24,1	16,9	20,7
Мотивираност за активно вклучување во решавање на проблемите	0,0	3,8	3,5	4,3	3,7
Вкупно	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Споредувајќи го прашањето со образованието на испитаниците, можеме да констатираме дека кај голем број од анкетираниите со незавршено основно (загриженост и страв – 40,7% и надеж и страв – 14,8%) и со основно образование (загриженост и страв – 39,8% и надеж и страв – 15,0%) е присутен *сѝравоѝ*.

Социо-економскиот статус на испитаниците остварува исто така одредено влијание врз определбата на испитаниците, па така, натпросечен *сѝрав* преовладува кај земјоделците (загриженост и страв – 39,5% и надеж и страв – 7%) и домаќинките (загриженост и страв 27,3% и надеж и страв 20,5%). Според регионот на кој припаѓаат, со натпросечен оптимизам – *верување дека наскоро ќе се ѝодобри*, имаат испитаниците во Пелагонискиот регион (33,6%), Југозападниот регион (31,5%), и Југоисточниот регион (29,2%), додека релативно помал број на испитаници во Југоисточниот регион (16,9%) се изјасниле за *оѓорченосѝ* и *револѝ*.

Глобалната констатација која произлезе од нашето истражување е дека луѓето сметаат дека мошне е присутно чувството на *сѝрав*, *заѓриженосѝ*, *револѝ* и *ѝасивносѝ* (кај 75,6% од анкетираниите лица). Само мал број од испитаниците (20,7%) *веруваат дека работниѝе наскоро ќе се ѝодобратѝ*. Добро е што една петтина од населението поседува чувство за наскоро подобрување, затоа што вербата и надежта дека

противречностите во општествено-економскиот развој можат да се совладаат е нужна за да можат тие да се мотивираат да ги преземат неопходните активности за тоа.

Излез од постојната криза, односно за совладување на економско-социјалните тешкотии, ќе биде потребен, како што смета релативното мнозинство на граѓаните (49,7%), може да се очекува дури по 10 години. Интересен е бројот на оние кои сметаат дека економско-социјалните тешкотии ќе се намалат за пет до десет години (32,4%).

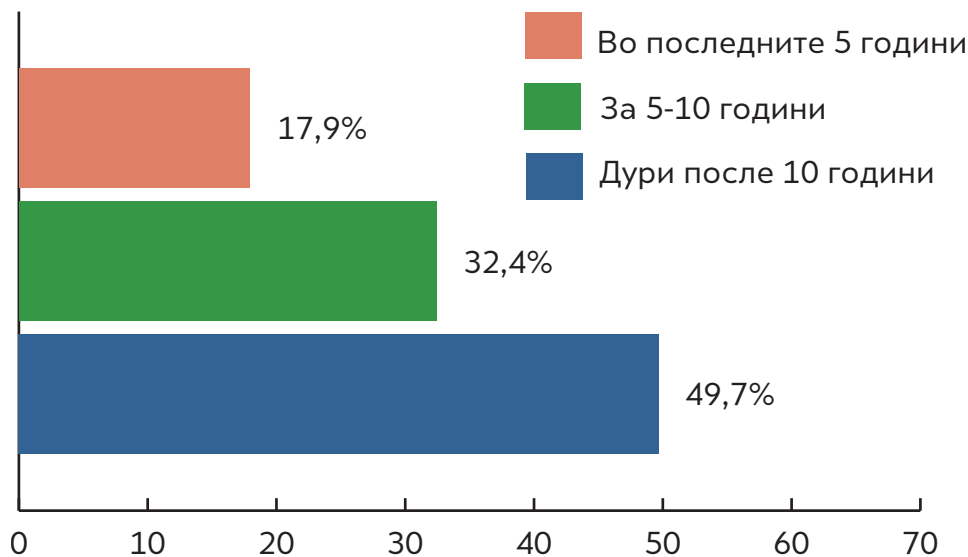


График: Проекција за совладување на економско – социјалните тешкотии во Република Македонија

Ако се анализираат оценките во врска со ова прашање структурирани според местото на живеење на анкетираниите лица, може да се констатира дека постои извесна обратно пропорционална поврзаност помеѓу степенот на урбанизацијата и бројот на испитаниците кои очекуваат дека економско-социјалните тешкотии ќе се совладаат дури по 10 години. Така, најголем дел од испитаниците кои го очекуваат совладувањето на тешкотиите дури по 10 години се испитаниците од село (53,3%), а најмалку ги има во Скопје (45,9%). Пониското присуство на оптимизмот кај селското население може да се толкува со објективната материјална состојба на селото во Република Македонија. Но, веројатно, како позначајни причини за тоа се развојот на селото по модел центар-периферија, моносекторски развој и неизградена основна комунална и социјална инфраструктура.

Оценките во врска со ова прашање структурирани по политичка насоченост на испитаниците, освен кај испитаниците кои поддржуваат партија која е дел од власта каде што, како што може да се претпостави – оптимизмот е најмногу присутен (за тоа дека економско-социјалните тешкотии ќе бидат совладани за следните пет години се изјасниле 29,1%, за пет до десет години 38,7% и за дури по десет години 32,2%). Меѓутоа, чувството за песимизам е најмногу присутно кај испитаниците од опозицијата и поприсутно кај неопределените испитаници (не поддржува ниту една партија). Оваа состојба не може да се оцени како поволна. Напротив, сразмерно поголемо присуство на песимизам кај опозицијата и кај неопределените, наведува сериозност во социо-економските тешкотии.

Табела: Совладување на економско социјални тешкотии во Република Македонија според политичката насоченост на испитаниците

	Поддржува партија која е дел од власта	Поддржува партија која е дел од опозицијата	Не поддржува ниту една партија	Вкупно
Во последните пет години	29,1	13,7	14,0	17,9
За пет до десет години	38,7	25,8	31,6	32,4
Дури по десет години	32,2	60,4	54,4	49,7
Вкупно	100,0	100,0	100,0	100,0

Многу невообичаен е распоредот на оценките дека економско-социјалните тешкотии во Република Македонија ќе се совладаат дури по десет години според регионалната припадност на испитаниците. Имено, овој одговор е најчесто присутен кај испитаниците во Вардарскиот регион (64,2%), Источниот регион (56,7%) и во Полог (56,4%). Најмалку овој одговор го има кај испитаниците во Североисточниот регион (39,5%) и во Југозападниот регион (40,4%).

Исто како и прашањето за расположението на граѓаните, ниту ова не содржи доза на оптимизам. Чувството на страв, загриженост, револт и пасивност (75,6%) и проекцијата за совладувањето на економско-социјалните тешкотии дури после по 10 години (49,7%) сведочат дека нивните корени, барем во очите на граѓаните, се изразито длабоки.

Успех во животот

Од одговорите што ги добивме на прашањето: **Што е денес најзначајно да се успее во животот** се гледа дека најраширено е мислењето *Учесиво или поврзаност со власта*. На второ место по одговорот е дека треба *да се има пари*, додека да се има *лична способност и образованост* е на трето место.

Табела: Што е денес најзначајно да се успее во животот?

Да се има лична способност и образованост	20,4%
Да се биде чесен и праведен	16,9%
Да се има пари	21,0%
Учество или поврзаност со власта	41,7%
Вкупно	100,0

Посебните социо-демографски белези на испитаниците имаат различно влијание врз дистрибуцијата. Статистички најзначајна корелација во однос на значајноста во успехот во животот се забележува од аспект на политичката насоченост, степенот на образованието, социо-економскиот статус, политичката насоченост и возраст.

Во однос на политичката насоченост на испитаниците, дистрибуцијата на одговорите на ова прашање значително се разликува. Така, успехот во животот преку *учесивостта или поврзаноста со власта* ги загрижува испитаниците кои ја поддржуваат партијата која е дел од опозицијата. За овој модалитет се изјасниле 55,5% од вкупниот број на испитаниците кои поддржуваат партија која е дел од опозицијата, а 33,0% од испитаниците што поддржуваат партија која е дел од позицијата. Само 9,3% од испитаниците поддржувачи на партија која е во опозиција сметаат дека најзначајно за успехот во животот е да се има *лична способност и образованост*.

Одредено ниво на зависност покажува етничката припадност на испитаниците. Имено, за модалитетот *учесиво или поврзаност со власта* најмногу се изјасниле Албанците (50,8%). Во поглед на модалитетот *да се има пари* за да се успее во животот, се чини дека значењето на овој модалитет е најмногу присутен кај Србите, Ромите и кај Власите (31,5%).

Образованието на испитаниците покажува зависност во однос на прашањето за успех во животот и тоа на еден специфичен начин. Во таа смисла, се забележува праволиниска корелација помеѓу ставот за лична способност и повисокото образование. Пообразованите испитаници (вишо и високо) во поголем број (26,6%) можноста за успех во животот ја согледуваат во *лична̄та с̄исобнос̄и и образованос̄и*. Од друга страна, пак, испитаниците со незавршено основно образование многу почесто од општата дистрибуција сметаат дека најзначајно за успех во животот е *да се има пари*.

Табела: Најзначајно да се успее во животот според социо-економскиот статус на испитаниците

	Невработен	Вработен во приватен сектор	Вработен во јавен сектор	Домаќинка	Земјоделец	Студент	Вкупно
Да се има лична способност и образованост	17,1	24,1	21,3	13,6	114,0	26,1	20,4
Да се биде чесен и праведен	15,9	16,3	11,6	31,8	16,3	6,5	16,9
Да се има пари	22,1	20,5	18,7	27,3	30,2	21,7	21,0
Учество или поврзаност со власта	45,0	39,1	48,4	27,3	39,5	45,7	41,7
Вкупно	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Постојат, се разбира, меѓусебни разлики во ставовите според социо-економскиот статус на испитаниците. Земјоделците се јавуваат во значајни отстапувања од општата дистрибуција на одговорите на модалитетот за тоа дека за успехот во животот е најзначајно *да се има пари* (30,2%), отколку што е тоа случај на ниво на целиот примерок (21,0%). За модалитетот *да се биде чесен и праведен* забележителна е концентрацијата на одговорите кај домаќинката (31,8%), а најмала кај студентите (6,5%).

Регионалната припадност на испитаниците исто така остварува одредено влијание врз определбата на испитаниците за успехот во животот, па така, на пример, ако *чеснос̄та и праведнос̄та* е најзначајна за испитаниците во Источниот регион (29,9%), *учес̄ивос̄та или поврзанос̄та со влас̄та* е најзначајно во Полошкиот регион (50,0%).

Климе Бабунски
klimeb@isppi.ukim.edu.mk

Јавност без медиуми, демократија без јавност

Стојалиште

Секое општество кое се грижи за сопствената демократија, всушност се грижи за слободата на изразување. Нема демократско општество каде слободата на изразување не претставува јасно поставена цел, која треба секојдневно да се потврдува. Слободата на изразување е најцврстиот одбранбен ѕид, најдоброто „куче чувар“ за демократијата, затоа без слободата на изразување, невозможно е да се сочува демократијата.

Денес, слободата на изразување претставува многу повеќе од почетниот концепт: индивидуално право, слобода да се искаже сопственото мислење и да се слушне туѓото. Оваа слобода денес не може да постои, не може да се остварува, ако не значи и медиумска слобода, слобода која се јавува како составен елемент на секој комуникациски канал.

Слободата на изразување е нужен предуслов за создавање јавност, а токму тој „производ“: слободно мислечката јавност е неопходна „природна околина“ во која се создава власта „од народот за народот“. Ваквата демократска власт е возможна, затоа што токму преку слободата на изразување (што претставува слобода да се бара, да се произведе, да се шири и да се прими информацијата) демосот, граѓаните можат да ги артикулираат своите интереси, да ги постават своите барања до власта и да ја контролираат власта во нејзиното извршување на јавните работи.

„Слободата на информирање е слобода која ви овозможува да го потврдите постоењето на сите други слободи.“

— Вин Тин, еден од водачите на Националната лига за демократија во Бурма, со 19. годишно (1989-2008) затворско искуство.

Значи, создавањето и функционирањето на јавноста е возможно во мерка во која медиумите слободно или автономно, а во согласност со професионални стандарди и општествено прифатливо пазарно однесување, не само што успеваат да ја информираат јавноста, туку успеваат и да ја контролираат власта. Оттука, не е ни малку случајно, што слободата на изразување во последниве двесте години претставува важна или почетна „точка“ во секој „политички дневен ред“. Оваа слобода е постојано загрозувана, намалувана, напаѓана, но и проширувана и унапредувана, таа е во постојан „технолошки развој“, а нејзината општествена и политичка архитектура е дадена во филозофскиот концепт за негативната и позитивната слобода, што претставува општоприфатен цивилизациски стандард.¹

Транзициската демократизација во Југоисточна Европа, особено на Балканот, во последниве неколку децении е особено богата со примери на медиумска неслобода. Бевме (сме) сведоци на наплив на нови печатени медиуми, на нови радио и телевизиски станици, со што сосема се измени медиумската сцена. Но, не може да се постави знак на еднаквост помеѓу плурализацијата на медиумите од една страна, и од друга страна, зголемена медиумска слобода и/или зголемена демократија. Сумирањето на досегашните резултати упатува на заклучокот дека очекувањата беа претерани. „Минусните состојби“ се јавуваат и во земји кои биле позитивни примери: такви се настаните на медиумската сцена во Унгарија во 2011 и 2012 година. Паралелно на ова, некои земји, пред сè оние од Западен Балкан, никако да успеат да ја подобрат или да ја направат стабилна, подобрената медиумска сцена. Првичните транзициски „ослободувања“ за жал останаа на ниво на исклучок, слободата на изразување, слободата на медиумите не успеа да стане правило.

¹ Негативната слобода се поима како ослободеност или ослободување од притисоците на власта, „власта нема да спречува“ кога се работи за јавното изразување и медиумите, а позитивната слобода, означува слобода, постоење на институционални капацитети, „власта има задача тие да може да постојат и да работат“ и оттука реалната можност, благодареејќи на државниот аранжман, за слободно јавно изразување. Во оваа смисла слободата не е само немешање, туку е гарантирано немешање и гарантирана можност за јавно изразување. Во современа смисла дуалниот концепт на негативна – позитивна слобода е одреден од Исаја Берлин, во средината на минатиот век. Повеќе за ова во: Carter I. "Positive and Negative Liberty". Во: Stanford Encyclopedia of Philosophy, (Spring 2012 Edition) www.plato.stanford.edu, стр. 4 (12.01.2013) и во: MacCallum G. C. "Negative and Positive Freedom". Во: The Philosophical Review, Volume 76, Issue 3, 1967, стр. 312-334

Надолна линија

Во оваа смисла, Македонија се наметнува во улога на „негативен шампион“, земја од дното на листата! Редица анализи и оценки, веќе алармантно, па и драматично, посочуваат на сериозни проблеми во контекст на слободата на изразување. Ваквата состојба не е видлива само однатре, туку и однадвор.

Македонија, иако земја кандидат за членство во Европската унија од 2005 година, во годишните извештаи од Европската комисија сè уште добива сериозни критички забелешки во врска со медиумската сцена и медиумските слободи. Во последниот Извештај² од октомври 2012 година е запишано: „... Потребни се понатамошни напори за да се осигури дека овие стандарди (*се мисли на клучниите пресуди на Европскиот суд за човекови права – забелешка на авторот*) се постојано применувани. Истовремено, постои непрекината загриженост заради недостаток од плурализам и автоцензура. Засега нема активно тело за саморегулација во медиумите. Советот за радиодифузија треба да покаже дека практикува недискриминирачки и транспарентен пристап. Продолжува загриженоста заради големиот дел на рекламни кампањи финансирани од власта, кои се пласирани во медиуми кои ја поддржуваат власта.“ Воедно, добрите познавачи на овој вид меѓународна дипломатска комуникација истакнуваат: „Во целина, секторот на медиумите е спомнат како еден од најслабите во, инаку општо земено позитивниот извештај ...“.³

И редица други, потврдени меѓународни организации кои се сосредоточени на следење и на оценување на медиумските слободи, во нивните извештаи јасно посочуваат на сè поголемите проблеми на медиумската сцена, односно на намалувањето на слободите на медиумите во Македонија, тие особено ја потенцираат „надолната линија“ во последните три-четири години.

² Види: THE FORMER YUGOSLAV REPUBLIC OF MACEDONIA 2012 PROGRESS REPORT Brussels 10.10.2012 SWD (2012) 332 final поглавје: 2.2. Human rights and protection of minorities, стр. 14.

³ Види: Политичка мисла, Скопје, бр 38, јуни 2012, издава: Фондација Конрад Аденауер и Институт за демократија „Societas Civilis“ „Медиуми и слобода на изразување“, Чимек Ања, стр. 9.

Амнести интернешнл во „Годишен извештај 2012“, во делот за Македонија, под наслов „Слобода на изразување“, оценката ја започнува со следниов заклучок: „Слободата на изразување на новинарите и на независните медиумски работници беше зголемено ограничена од мешањето на властите, што се движеше од директно заплашување до контрола на компаниите за реклама.“⁴

Слична оцена даваат и Меѓународната, односно Европската федерација на новинари, кои во заеднички издаденото соопштение (07.07.2011) во знак на поддршка на кампањата за слобода на медиумите и на новинарските права во Македонија оценуваат: „Македонските новинари се под огромен притисок од политичарите и од медиумските сопственици и неодамнешните настани покажуваат дека земјата ја достигна точката кога едноставно станува неподносливо да се работи слободно во новинарството.“⁵

Оваа „неподносливост“ станува посебен предизвик за SEEMO⁶ (МОЈИЕ), и, како што е наведено во нивниот Извештај, одлучено е мисијата во Македонија (4-6.10.2011) да се реализира неколку месеци порано отколку што било првично планирано, токму заради сè почестите реакции од меѓународните институции во врска со случувањата на медиумската сцена во Македонија.⁷ Во својот извештај МОЈИЕ ги идентификува подрачјата со доминантни проблеми, како што се: медиумската сопственост и влијанијата врз уредувачката политика; непочитувањето на професионалните стандарди; статусот на МРТ, која е повеќе државен отколку јавен сервис и зависноста на МРТ од владиното финансирање; улогата на кампањите финансирани од власта и кај печатените и кај приватните радиодифузни медиуми, сè до бројните тужби за клевета врз новинарите и несразмерно високите казни во однос на просечната новинарска плата. Извештајот нагласува дека ваквата состојба има негативен тренд во последните две години, а резултатот е „поделени новинари и поделено општество“.

4 Види: <http://www.amnesty.org/en/region/macedonia/report-2012>.

5 Види: <http://europe.ifj.org/en/articles/ifj-and-efj-support-campaign-for-independent-journalism-and-pluralism-in-republic-of-macedonia>.

6 South East Europe Media Organization, (Медиумска организација на Југоисточна Европа), која е дел од Меѓународниот Институт за печат (IPI – International Press Institute).

7 Види: seemo.org/files/Media_Scene_in_Macedonia_edited.pdf – Report on the SEEMO Press Freedom Mission to the Republic of Macedonia.

Во заклучоците, Извештајот ја прифаќа оцената на „Фридом хаус“ дека „Македонија е делумно слободна“ и додава дека медиумската сцена не е плурална, при што објаснува: „... политичкиот, економскиот и правниот притисок врз медиумите доведува до самоцензура.“ Следува неспорниот заклучок дека во вакви услови јавноста останува без информации од јавен интерес.

Уште подетални за медиумската сцена во Македонија се оценките дадени во Индексот за медиумската одржливост⁸ подготвен од IREX.⁹ „Индекс за медиумската одржливост“ (ИМО) е редовен годишен извештај кој се прави врз стандардизирана методологија. За одделни димензии на медиумската сцена¹⁰ се даваат оценки, и тоа од 0, како најниска, до 4 како највисока оценка. Подрачјата се оценуваат бројчано, а ваквата квантификација е резултат на редица квалитативни докази, искази, описи, аргументации и заклучоци. Еве ги квантитативните оценки за одделните подрачја и избор од квалитативните описи за ваквите оценки:

Слобода на говор (1.49) „Гаранциите за слободата на изразување ... во Уставот и медиумските закони се недоволни Ова во најголема мера се должи на слабата примена на законите, селективните активности против медиумите кои се критички кон власта и неефикасниот и многу проблематичен судски систем. ... смрзнувачкиот ефект се отсликува во растечка самоцензура.“¹¹

Професионалност во новинарството (1.47) Политиката на политичките партии да одбегнуваат одделни медиуми „... ја продлабочува медиумската поларизираност. Ваквата пракса ги стеснува можностите да бидат исполнети основните медиумски стандарди за урамно теженост и стимулирање на значајна дебата во општеството.“ Партиите и медиумите имаат одговорност за

8 Види: irex.org/system/files/u105/EE_MSI_2012_Macedonia.pdf Ваквите редовни годишни извештаи се прават врз стандардизирана методологија.

9 International Research Exchange Board – Меѓународен одбор за истражување и размена, формиран 1968 година, е меѓународна непрофитна организација особено активна во сферата на образованието и медиумите, но и во други сектори.

10 За секое од наведените подрачја постои листа на индикатори кои се анализираат, оценуваат, во панел дискусија во која учествуваат претставници на стручната медиумска јавност, односно на одделни подрачја од медиумската сцена.

11 Види: irex.org/system/files/u105/EE_MSI_2012_Macedonia.pdf, стр. 89-90.

„изместување на демократските процеси во општеството и за вжештената поларизација ... панелистите се согласуваат дека нивото на почитување на новинарската етика е прилично ниско.“¹²

Плуралност во вестите (1.52) Медиумскиот плурализам е „номинален“, постои само во бројот на медиуми, „... но не постои плуралност во гледиштата.“ И кога се работи за информациите на Мрежата, состојбата е иста и на Интернет „најголемиот дел од содржините доаѓа од традиционалните медиуми и про-вадините гледишта доминираат, исто така и на Мрежата. Јавниот радиодифузер нагласено ги промовира гледиштата на власта, не само во информативните, туку и низ другите програми.“¹³

Деловно управување (1.20) Медиумската индустрија покажува подстандардно деловно управување. „Општо гледано, медиумите се борат да го диверзифицираат приходот, но неразвиеното стопанство и ниската куповна моќ на граѓаните во голема мера ги поништува ваквите напори. ... Државно спонзорираното рекламирање е исто така проблем. Власта е меѓу петте најголеми огласувачи и никакви закони не ја регулираат оваа пракса.“¹⁴

Институции за поддршка (1.93) Оценето е дека згаснувањето на индустриските медиумски здруженија (како на електронски, така и на печатени медиуми) се должи на ниската свест кај сопствениците на медиумите, како и на престанокот на донаторска поддршка. Од друга страна, изразена е верба во новоформираните новинарски синдикат, со оглед на „неговите напори, вложена енергија“, артикулирани стојалишта и обезбедена помош. Иако се нагласува дека Здружението на новинари на Македонија (ЗНМ) „отвори формален дијалог со властите за правата на новинарите“, истовремено се нагласува и контраверзноста на самиот процес. Оценето е дека работата и напорите на другите невладини организации, покрај веќе спомнатите, „остануваат јалови, соочени со цврстата владина волја да го истурка сопствениот „дневен ред“ во медиумите.“¹⁵

¹² Види: исто, стр. 90-92.

¹³ Види: исто, стр. 92-93.

¹⁴ Види: исто, стр. 93-94.

¹⁵ Види: исто, стр. 94-95.

Следствено, „темните облаци создаваат црн хоризонт“, ја создаваат вкупната оценка за медиумската сцена во Македонија – 1.52.¹⁶ Според методологијата, описната оценка од 1 до 2 индексни поени гласи: „Неодржлив мешан медиумски систем“, а содржината на ваквата оценка е: „Земјата минимално ги исполнува целиите, со сегментни на управен систем и власти, кои се сировински на слободен медиумски систем. Забележаниот напредок во одбраната на слободата на медиумите, зголемената професионалност и ситоанисување со нови медиуми може да бидат премоно крајкокрајни за да може да се оценат како одржливи.“¹⁷ Во ИМО, уште на самиот почеток е нагласено дека вкупната оценка (1.52) за 2011 година е најниска оценка досега, гледано од почетокот (2001 година) на мерењата во Македонија. Оваа оценка (1.52) е помала за нешто повеќе од еден индексен поен во однос на 2005 година, кога вкупната оценка била 2.58, што е и најголема оценка што македонската медиумска сцена ја има добиено во рамките на ИМО.

Слична критичност во оцените за медиумската слобода во Македонија се забележува и во „Индексот на слободата на печатот во светот 2011-2012“, подготвен од Репортери без граници (РБГ).¹⁸ Македонија е на 94-то место, а од регионот понеслободни се медиумите во Албанија – 96-то и во Црна Гора – 107-мо. Балканските, а и македонските медиумски состојби се опишани како: „... употреба на медиумите за приватни или криминални интереси, неправеден натпревар во многу мали пазари и самоцензура кај сè поголем број лошо платени новинари.“¹⁹ Катастрофата продолжува, или поточно, катастрофата станува поголема! Според последниот извештај „Индекс

16 Види: исто, стр. 87.

17 Секако содржината на оценката е општа и се однесува на група земји од ист ранг, не е опис за конкретна земја, па ниту за Македонија. Ова треба да биде нагласено, за да не дојде до извртување на конкретните, јасно негативни, критички оценки за Македонија, во однос на вториот дел од општата формулација „Забележаниот напредок ...“, која всушност не се однесува на Македонија – ИМО не забележува напредок во Македонија.

18 Види: <http://en.rsf.org/press-freedom-index-2011-2012,1043.html>.

19 Според „Развојот на сопственичката структура на медиумите во Република Македонија: Заробена демократија“, изд. Транспарентност Македонија, уредник м-р. Сашо Орданоски, 2012, стр. 99, во Македонија Индексот на слобода на печатот на РБГ забележува „катастрофален пад“, од 34-то место во 2009 година, на веќе посоченото 94-то место за 2011/12. Воедно, ова е најлоша позиција од 2003 година, од кога РБГ во Индексот на слободата ја вклучува и Македонија.

за слободата на печатот во светот во 2013“²⁰ на Репортери без граници, Македонија, овој пат, е на 116-то место, што е најлошо место во споредба со сите земји од регионот, а оценката е дека се следат лошите примери од Унгарија и Италија и дека: „... македонскиот Парламент се спрема да ја „озакони цензурата“, постојано однесувајќи се топлоладно кон новинарите, кои се често оставени сами, без заштита.“

Иако наведените оценки се од различни извори, нагласено е забележлива нивната критичност и согласност: македонската медиумска сцена многу повеќе се карактеризира со неслобода, отколку со слобода.

Наспроти ова, во Уставот на Република Македонија се гарантираат цела низа слободи, кои директно или индиректно, ја чинат слободата на изразување. Во член 16 од Уставот е запишано:

„Се гарантира слободата на уверувањето, совеста, мислата и јавното изразување на мислата

Се гарантира слободата на говорот, јавното насртање, јавното информирање и слободното основање на институции за јавно информирање.

Се гарантира слободното пристап кон информации, слободата на пристап и пренесување на информации.

Се гарантира правото на одговор во средствата за јавно информирање.

Се гарантира правото на исправка во средствата за јавно информирање.

Се гарантира правото на заштита на изворот на информацијата во средствата за јавно информирање. Цензурата е забранета.“

Ваквите гаранции се сосема во „духот“ на позитивната слобода. Немешањето на власта е претпоставена состојба, а проектираната норма е дека власта, државата, соодветно на гаранциите ќе ги востанови можностите, ќе ги исполни предусловите за слободно јавно изразување. Оттука, сосема е видно дека се работи за сериозни противречности, речиси

²⁰ Види: <http://en.rsf.org/press-freedom-index-2013,1054.html> или http://fr.rsf.org/IMG/pdf/classement_2013_gb-bd.pdf пристапено на 31.01.2013.

два одделни света. Власта ниту вложува доволно напори, ниту успева да постигне резултати кои ќе бидат „реална слика“, на со Уставот зададената слобода на изразување. Напротив, изложените оценки ја идентификуваат власта како еден од главните виновници за неслободата. Ваквиот расчекор станува своевидна „црна дупка“ која голта сè.

Во македонската медиумска реалност „едноставно“ исчезнуваат посочените слободи од Уставот, а дефинирањето на актуелните состојби на медиумската сцена е особено „запечатено“ со настаните од 24.12.2012 година во Собранието на Република Македонија. „Замолувањето“ на новинарите, со помош на физичко убедување да ја напуштат галеријата: своето вообичаено работно место во Пленарната сала во Собранието на Република Македонија е спротивно на уставните гаранции за слобода на изразување и откако е донесен актуелниот Устав, претставува преседан на отворено воведување на цензура.²¹ Воедно, ваквиот чин не е само спротивен на Уставот, туку е и кривично дело, затоа што одземањето или ограничувањето на „... правата на човекот и граѓанинот утврдени со Уставот, закон или со ратификуван меѓународен договор ќе се казни со затвор од три месеци до три години ...“.²² Конечно, ваквиот чин е спротивен и на основниот принцип на секое собрание, а тоа е јавност во работата. Дури и во Деловникот на едно „цензорско Собрание“, какво што беше Собранието на Република Македонија на 24.12.2012 година, е запишано дека „Седниците на Собранието и на работните тела се јавни.“²³

21 Отстранувањето на новинарите предизвика осуда не само во домашната, туку и во странската јавност. Така, Меѓународната федерација на новинари, како и Европската федерација на новинари, во соопштението од 31.12.2012 година се придружуваат на своите членки: Синдикатот на новинари и медиумски работници на Македонија и на Здружението на новинари на Македонија, осудувајќи ја одлуката да се исфрлат новинарите од Пленарната сала, пред дебатата за буџетот, и нагласуваат дека новинарите „заслужуваат извинување и ветување дека ваква мерка никогаш не смее да биде повторена.“ <http://europe.ifj.org/en/articles/ifj-condemns-media-ban-in-macedonia-parliament> (пристапено на 30.01.2013).

22 Види: Кривичен законик, пречистен текст, 2004, <http://www.pravo.org.mk/documentDetail.php?id=233> (пристапено на 21.01.2013.)

23 Види: Деловник на Собранието на РМ, пречистен текст, член. 2. Во истиот член дадена е можност Собранието да може да работи без присуство на јавноста, но ако за тоа постои одлука од работните тела или од Собранието. Ниту едно работно тело, односно Собранието, нема донесено, односно објавено ваква одлука. <http://www.sobranie.mk/?ItemID=ACC6DA520871404DAC43337AA45027A5> (пристапено на 21.01.2013.)

Всушност, донесувањето на одлука со која јавноста би се исклучила од работата на Собранието, од седницата на која се донесуваше буџетот за 2013 година, би било преседан од меѓународни размери. Донесувањето на буџетот во секоја земја е политички процес од врвен јавен интерес, што автоматски претпоставува обезбедување на максимална јавност во процесот на одлучување.²⁴

Јавност во услови на неслобода

Но, дали е возможно медиумите кои работат во услови на неподнослива неслобода да ги извршуваат своите две основни функции: да обезбедат контрола врз власта и да обезбедат артикулирање на интересите на јавноста? Односно, каква јавност е возможна во услови на неслободно јавно, медиумско изразување? Во услови на притисок, во услови на цензура и самоцензура, медиумите стануваат инструмент во рацете на власта и/или на сопствениците. Медиумите веќе не информираат, тие служат за контролирање, мобилизирање и манипулирање на јавноста!²⁵ Тие не дозволуваат јавноста да го востанови сопствениот „дневен ред“, туку на јавноста ѝ го наметнуваат владино-партискиот „дневен ред“, создавајќи црно-бела политичка свест, бинарна јавност, која се дели на „оние што се со нас“ и на „оние што се против нас“. Критичарите посочуваат дека јавноста е заробена во „партиската сервилност“ и речиси не покажува „граѓански интегритет и иницијатива“.²⁶ Односно, во услови на партиски поделена јавност: „... општествената мобилизација за одбрана на слободата на изразување е можна само во контекст на пристрасно политичко маневрирање и не е домородна вредност во општеството.“²⁷

24 Заради сите овие кршења, утврдувањето на криминалноста во отстранувањето на новинарите од Пленарната сала претставува суштински предизвик за демократијата во Република Македонија. Затоа, од исто, суштинско значење е да се види резултатот од тужбите што ги најави Насер Селмани – претседател на ЗНМ, во интервјуто за Радио слободна Европа (<http://www.makdenes.org>), емитувано на 13.01.2013 год.

25 За медиумската манипулација, особено е упатна анализата на Жарко Трајковски „Мама МИА: врамување без срамување“. Види: <http://www.plusinfo.mk/mislenje/753/ANALIZA-Mama-MIA-vramuvanje-bez-sramuvanje> (пристапено 17.02.2013).

26 Види: Политичка мисла, Скопје, бр 38, јуни 2012, издава: Фондација Конрад Аденауер и Институт за демократија „Societas Civilis“ „Медиумите како илегален политички фактор“, Дртковски Гоце, стр. 13-14).

27 Види: Индекс на медиумска одржливост: irex.org/system/files/u105/EE_MSI_2012_Macedonia.pdf, стр. 89

Оттука, имајќи ги предвид изнесените оценки за алармантната медиумска неслобода, една од централните точки на истражувањето на јавното мислење беше да се обезбедат емпириски податоци и врз таква основа да се утврдат дегенеративните процеси, кои, не само што ги имаат зафатено медиумите²⁸, туку, реално е да се очекува, ја имаат зафатено и јавноста во Република Македонија.²⁹ Следствено, истражувачкото внимание беше сосредоточено кон односите во триаголникот: медиуми-јавност-власт, односно на два клучни елемента.³⁰ Од една страна, односот: медиуми-јавност и во оваа смисла пред сè довербата на јавноста кон медиумите; и од друга страна, оценките на јавноста за (не)слободата или притисокот врз медиумите и ставовите на јавноста за извориштата на таквиот притисок.

Довербата несомнено претставува клучен елемент во односот медиуми – јавност, но и вонредно сложен, комплексен поим. Довербата не треба да се поистоветува со бројноста на публиката. Бројноста упатува на квантитативната страна, а довербата на квалитативната страна на односот медиуми – јавност. Довербата е концентриран одраз на уредувачката политика на медиумот, на квалитетите, како што се: објективност, аналитичност, критичност. Довербата, исто така, е одраз на способноста медиумот да ги артикулира различните, па и спротивставени општествени интереси, но истовремено да го идентификува и јавниот интерес, па соодветно на таквата комуникациска активност, да може јавноста со сопствена динамика и на демократски начин да го создава „општествениот заеднички именител“.

28 За актуелните состојби или за дееволутивните процеси во новинарската професија илустративна е колумната на Бранко Героски „Новинарство или едно големо смрдено ништо?“, види: <http://www.plusinfo.mk/mislenje/749/Novinarstvo-ili-edno-golemo-smrdeno-nishto>. (пристапено 17.02.2013)

29 Ваквата теза беше директната причина во истражувањето на јавното мислење да поставиме прашања за односот медиуми – јавност. Воедно, дел од спомнатите настани и оцени се имаат случено по теренското собирање на податоците, но токму континуирираниот негативен тренд е причина и доказ повеќе за правилната истражувачка насоченост.

30 Со оглед на ограничените ресурси, а и со оглед на проблемски различната структура на истражувањето на јавното мислење, рационалноста налагаше избор на што помал број клучни проблеми или прашања во врска со медиумите.

Првото прашање, во овој дел од истражувањето, бараше од испитаниците да го искажат степенот на сопственото (не)согласување со ставот: „На медиумите во Македонија може да им се верува.“³¹ Добиените податоци не оставаат можност за двоумење: збирно гледано, со поголем или помал интензитет, најголемиот број испитаници (69,8%) не се согласуваат со ставот: „На медиумите во Македонија може да им се верува“. На другата страна, два пати помалубројни (30,2%) се оние анкејирани, кои се согласуваат дека на медиумите во Македонија може да им се верува. (види график: На медиумите во Македонија може да им се верува)

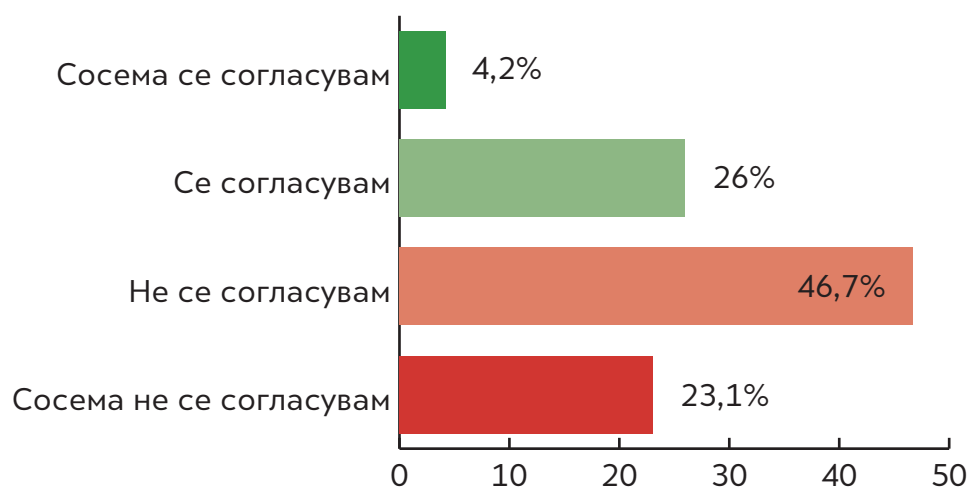


График: На медиумите во Македонија може да им се верува

На теоретско-принципиелно ниво (не)довербата често пати се оценува како директна потврда за функционалноста на демократијата.³² Таквата недоверба значи критичност, свест за нужност од јавност и контрола и, секако, свест дека на моќните, токму заради нивната моќ, не треба (многу) да им се верува. Но, кога недовербата е во толку голем обем: на медиумите не им веруваат две третини од испитаниците (69.8%) и со толку голем интензитет: речиси секој четврти испитаник „сосема не верува“ (23.1%), тогаш несомнено *јавноста и демократијата се*

³¹ Сакајќи да одбегнеме сугерирање на критичност во оценувањето, односно критичноста да не биде „одзив“ на прашањето, исказот и во ова и во следното прашање беше афирмативно формулиран. Оттука, критичноста во вака добиените одговори има зајакната автентичност.

³² Види: The Journal of Politics, Vol. 59, No.2, Cambridge University Press, 1997, „Trust, Distrust and Scepticism: Popular evaluations of civil and political institutions in post-communist societies“.

сериозно загрозени. Медиумите немаат кредибилитет кај јавноста, кај своите публики, или нешто поинаку кажано, јавноста нема (свои) медиуми на кои им верува! *Воедно, треба да биде нагласено, дека во последниите 15-20 години, (според наши сознанија) во целиот овој посткомунистички или транзициски период во Македонија, ова е најмалата доверба на јавноста кон медиумите, што некое истражување на јавното мислење ја има утврдено.* Ваквата оценка ја темелиме врз следниве истражувачки податоци:³³

- „Јавното мислење за економските и социјалните реформи“ ИСППИ, 1996, Скопје, (Истражувачки извештај изработен за Светска банка) „На скала од 1 (најмала) до 5 (најголема) оцените ја Вашата доверба во медиумите: Недоволна доверба-15%, Слаба доверба-25%, Голема доверба-37%, Многу голема доверба-16%, Целосна доверба-6%, Без одговор-1%.
- „Довербата во граѓанското општество“, МЦМС, 2006, Скопје, „Колку доверба имате во медиумите: Никаква доверба-12.6%, Мала доверба-30.7%, Делумна доверба-47%, Голема доверба-9.7%.
- „Довербата во граѓанското општество“, МЦМС, 2007, Скопје, „Колку доверба имате во медиумите: Никаква доверба-13.6%, Мала доверба-33.7%, Делумна доверба-48%, Голема доверба-4.6%.
- „Довербата во граѓанското општество“, МЦМС, 2008, Скопје, „Колку доверба имате во медиумите: Никаква доверба-10.2%, Мала доверба-36.1%, Делумна доверба-47.2%, Голема доверба-6.4%.
- „Довербата во граѓанското општество“, МЦМС, 2010, Скопје, „Колку доверба имате во медиумите: Никаква доверба-24.2%, Мала доверба-34%, Делумна доверба-36.6%, Голема доверба-3.8%, Без одговор/Не знае-1.4%.

³³ Иако прашањата во посочените истражувања се различно формулирани во однос на прашањето во нашето истражување, односно недовербата во медиумите различно се мери, тоа не ја намалува споредливоста на податоците. Напротив, споредливоста е сосема можна и методолошки правилна, затоа што во секое истражување недвосмислени се податоците кои посочуваат на недоверба или на доверба во медиумите. Исто така, сите истражувања се спроведени врз национален, репрезентативен, стратификуван и случаен примерок.

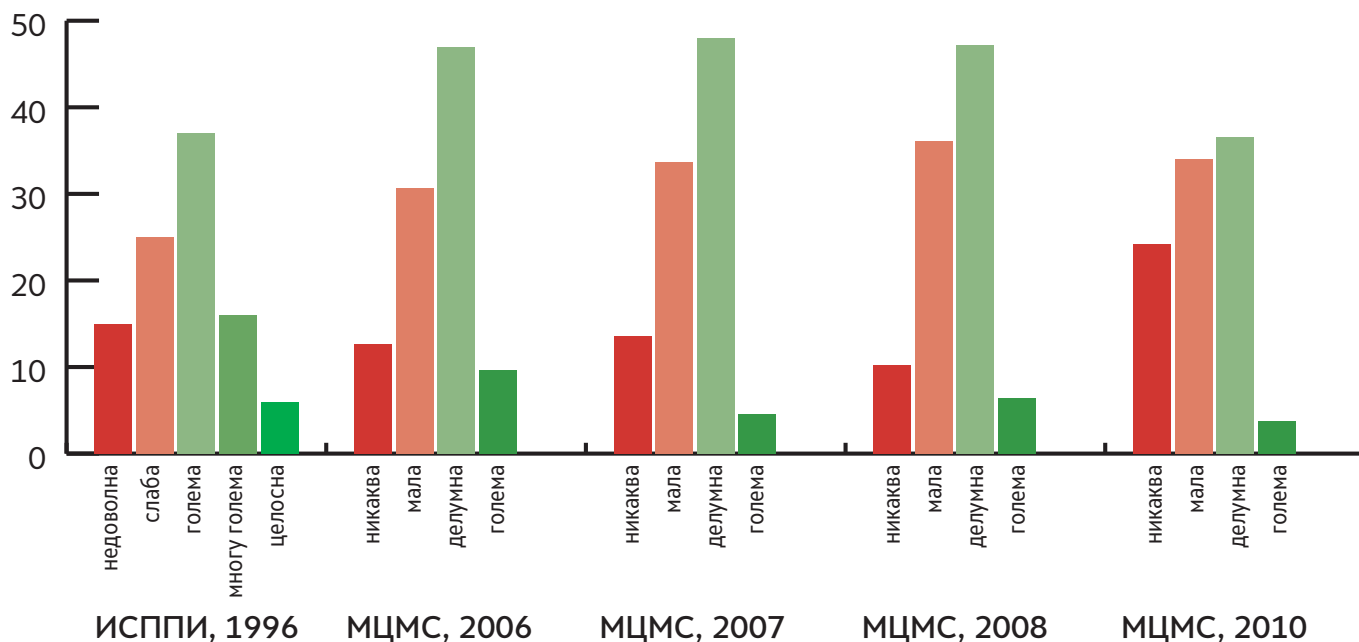


График: Доверба во медиумите во Македонија

Значајноста на ваквата споредба е двострана! Од една страна, јасно, преку квантитативни податоци се утврдува временската динамика во зголемувањето на недовербата на јавноста во медиумите, при што во 2010 година недовербата кон медиумите, сумарно гледано (58%) е став на поголемиот број испитаници, а веќе во 2012 е став кој доминира (69.8%) меѓу испитаниците. Од друга страна, со ваквата споредба се потврдува поклопливоста, хомогеноста меѓу квантитативните и квалитативните податоци за намалување на слободата на изразување.

Актуелната, двотретинска недоверба кон медиумите, не е рекордна само во македонски рамки, таа е рекордна, односно поголема и од просечната недоверба во ЕУ-земјите. Имено, според истражувањата на јавното мислење во земјите членки на ЕУ, недовербата кон медиумите се движи: 35% за радиото; од 42% до 46% за телевизијата; од 51% до 52% за весниците; и од 39% до 41% за Интернетот.³⁴

Како што спомнавме претходно, следното прашање во овој контекст се однесуваше на оценките на испитаниците за неслободата на медиумите. Испитаниците требаше да го искажат степенот на сопственото (не)согласување со исказот, кој повторно беше афирмативно формулиран: „Медиумите во Македонија не се под притисок и можат

³⁴ Види: Standard Eurobarometer EB72-2009, EB74-2010, EB76-2011.

слободно да известуваат“. И во овој случај, повторно збирно гледано, доминантната група (71,3%) се идентифицира, кои во поголем или помал интензитет не се согласуваат со наведениот став. Неспоредливо помал (28,7%) е бројот на анкеџирани кои се согласуваат со ставот: „медииите не се под притисок и можат слободно да известуваат“. (види график: Медииите во Македонија не се под притисок и можат слободно да известуваат)

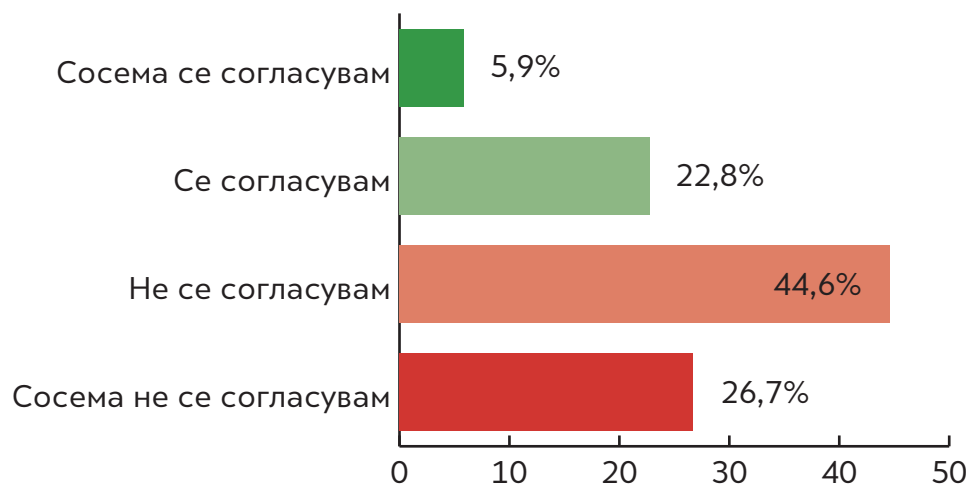


График: Медииите во Македонија не се под притисок и можат слободно да известуваат

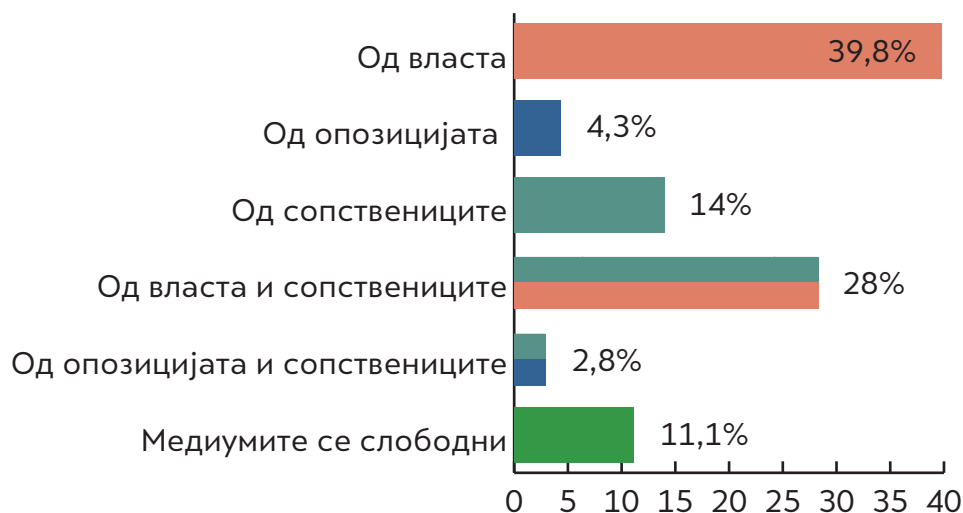
Колку и да се ваквите податоци поразителни, тие секако не се изненадувачки. Всушност, во услови на „неподнослива медиумска неслободa“, единствено можен резултат или последица е: „ограбена јавност“ и „прегазени медиуми“.

Каде се причините за ваквата состојба?³⁵ Оттука, последното прашање во овој контекст бараше од испитаниците да го посочат извориштето од каде доаѓа најголемиот притисок врз медиумите, па врз таква основа да се евидентира „причинската страна“ на неслободата. Три најчесто посочувани изворишта на притисок се: „власта“ – 39.8%, „власта и соопствениците“ – 28% и „соопствениците“ – 14%. Неспоредливо помалубројни се оние кои мислат дека притисоките врз медиумите доаѓаат од „опозицијата“ – 4.3% или од „опозицијата и соопствениците“

³⁵ Прашањето секако не е ново, всушност во рамки на професионалната и стручно-научната медиумска јавност тоа е постојано едно од централните прашања. Но, со оглед на нашето истражување беше сосема упатно, прашањето да им го поставиме на испитаниците, да ги дознаеме ставовите на граѓаните, на јавноста.

– 2.8%. Воедно, 11.1% од анкешираниите одговориле дека „медиумите се слободни и не се под притисок“. (види график: Медиумите во Македонија најголем притисок трпат од: ...)

График: Медиумите во Македонија најголем притисок трпат од:



Посочената структура на одговори покажува дека јавноста, наспроти сите „извртувања“ и секојдневна изложеност на бројни медиумски манипулации, го задржала „сопствениот здрав разум“ и сосема рационално го идентификува „двоецот“ од каде доаѓаат најголемите притисоци: власта и сопствениците. Воедно, треба да се нагласи дека јавноста, иако е жртва, таа не е мртва! Добиените податоци покажуваат дека испитаниците се и рационални и критични, што упатува на заклучокот дека јавноста иако е „обезгласена“ нема „свои“ медиуми, односно покажува рекордна недоверба кон медиумите, јавноста сепак не е „обезумена“, успева да ја осознае вистинската реалност, наспроти понудената, медиумски конструирана, реалност.

И, пред крај, да приложиме уште еден истражувачки податок и објаснување за ваквите заклучоци и да го посочиме меѓникот на биполарноста кај испитаниците. Одговорите на сите три прашања покажуваат голема стабилност, незначајни статистички разлики во зависност од различните социодемографски особини на испитаниците, како што се пол, возраст, образование, етничка припадност, при што, сепак, една карактеристика значајно влијае врз одговорите, тоа е: политичката насоченост на анкетираниите (види Табела: Ставови според политичка насоченост).

Табела: Ставови според политичка насоченост		ПОЛИТИЧКА НАСОЧЕНОСТ			ВКУПНО
		Поддржува партија која е дел од власта	Поддржува партија која е дел од опозицијата	Не поддржува ниту една партија	
Колку се согласувате: На медиумите во Македонија може да им се верува?	сосема се согласувам	6.5%	2.7%	3.6%	4.2%
	се согласувам	39.1%	20.9%	21.5%	26.0%
	не се согласувам	37.2%	50.5%	49.9%	46.7%
	сосема не се согласувам	17.2%	25.8%	25.0%	23.1%
Колку се согласувате: Медиумите во Македонија не се под притисок и можат слободно да известуваат?	сосема се согласувам	7.7%	3.3%	5.9%	5.9%
	се согласувам	36.4%	16.5%	18.5%	22.8%
	не се согласувам	35.2%	47.3%	48.1%	44.6%
	сосема не се согласувам	20.7%	33.0%	27.5%	26.7%
Според Вас, медиумите во Македонија најголем притисок трпат од:	власта	25.3%	51.6%	42.7%	39.8%
	опозицијата	4.6%	3.8%	4.3%	4.3%
	сопствениците	18.0%	3.8%	15.4%	14.0%
	власта и сопствениците	24.5%	33.0%	28.0%	28.0%
	опозицијата и сопствениците	5.7%	1.6%	1.8%	2.8%
	Медиумите се слободни, не се под притисок	21.8%	6.0%	7.7%	11.1%
Вкупно		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Како што покажува табелата, политичката насоченост биполарно ги структурира анкетираниите: при што, јасно е видно дека на една страна се оние кои поддржуваат партија која е дел од власта, а на друга страна е остатокот од испитаниците: оние кои поддржуваат партија која е дел од опозицијата или не поддржуваат ниту една партија. Истовремено, особено, „зумирано“ внимание заслужуваат одговорите на оние кои поддржуваат партија која е дел од власта. Во рамките на оваа група, збирно гледано, поголемиот дел испитаници: 54.4% – не се согласуваат дека на медиумите може да им се верува; 55.9% не се согласуваат дека медиумите може слободно да известуваат; и најголем дел одговориле:

„најголем притисок доаѓа од“ власта – 25.3% и од власта и сопствениците – 24.5%. Истовремено, овие испитаници, три пати почесто (21,8%), во споредба со другите испитаници одговарале: „Медиумите се слободни, не се под притисок“. Очигледно, иако е неспорно дека „партиската диоптрија“ успева да ги дисциплинира одговорите на овие испитаници, сепак не успева целосно да ја искриви перцепцијата за реалноста.

Оттука, прашањето, кое заслужува целосно и постојано истражувачко внимание, е: кога и како, овој неспорно поголем дел од испитаниците, од јавноста, ќе успее да ги артикулира сопствените интереси, јавноста ќе добие „свои“ (по)слободни медиуми, а демократијата своја (по)слободна јавност.

Скопје, февруари 2013

Користени извори и литература

- Carter I. "Positive and Negative Liberty". Во: *Stanford Encyclopedia of Philosophy*, (Spring 2012 Edition) [www. plato.stanford.edu](http://plato.stanford.edu). URL = <http://plato.stanford.edu/archives/spr2012/entries/liberty-positive-negative>, стр. 4 (пристапено: 12.01.2013)
- MacCallum G. C. "Negative and Positive Freedom". Во: *The Philosophical Review*, Volume 76, Issue 3, 1967, стр. 312-334
- THE FORMER YUGOSLAV REPUBLIC OF MACEDONIA 2012 PROGRESS REPORT Brussels 10.10.2012 SWD (2012) 332 final поглавје: 2.2. Human rights and protection of minorities
- Полиџичка мисла*, Скопје, бр 38, јуни 2012, Скопје издава: Фондација Конрад Аденауер и Институт за демократија „Societas Civilis“, <http://www.amnesty.org/en/region/macedonia/report-2012> (пристапено: 12.01.2013)
- <http://europe.ifj.org/en/articles/ifj-and-efj-support-campaign-for-independent-journalism-and-pluralism-in-republic-of-macedonia> (пристапено: 12.01.2013)
- [www.seemo.org/files/Media Scene in Macedonia edited.pdf](http://www.seemo.org/files/Media_Scene_in_Macedonia_edited.pdf) – Report on the SEEMO Press Freedom Mission to the Republic of Macedonia (пристапено: 12.01.2013)
- irex.org/system/files/u105/EE_MSI_2012_Macedonia.pdf (пристапено: 12.01.2013)
- <http://en.rsf.org/press-freedom-index-2011-2012,1043.html> (пристапено: 12.01.2013)
- „Развојот на сојсџвеничкајта сџрукџура на медиумиџе во Република Македонија: Заробена демократија“*, изд. Транспарентност Македонија, уредник м-р. Сашо Орданоски, 2012, Скопје
- <http://en.rsf.org/press-freedom-index-2013,1054.html> (пристапено на 31.01.2013)
- http://fr.rsf.org/IMG/pdf/classement_2013_gb-bd.pdf (пристапено на 31.01.2013)
- <http://europe.ifj.org/en/articles/ifj-condemns-media-ban-in-macedonia-parliament> (пристапено на 30.01.2013).
- Кривичен законик, пречистен текст, 2004, <http://www.pravo.org.mk/documentDetail.php?id=233> (пристапено на 21.01.2013.
- Деловник на Собранието на РМ, пречистен текст <http://www.sobranie.mk/?ItemID=ACC6DA520871404DAC43337AA45027A5> (пристапено на 21.01.2013)
- Радио слободна Европа (<http://www.makdenes.org>), емитувано на 13.01.2013 год.
- Жарко Трајковски „Мама МИА: врамување без срамување“. <http://www.plusinfo.mk/mislenje/753/ANALIZA-Mama-MIA-vramuvanje-bez-sramuvanje> (пристапено 17.02.2013).
- Бранко Героски „Новинарство или едно големо смрдено ништо?“, www.plusinfo.mk <http://www.plusinfo.mk/mislenje/749/Novinarstvo-ili-edno-golemo-smrdeno-nishto>. (пристапено 17.02.2013)
- The Journal of Politics*, Vol. 59, No.2, Cambridge University Press, 1997, „Trust, Distrust and Scepticism: Popular evaluations of civil and political institutions in post-communist societies“.
- Standard Eurobarometar EB72-2009, EB74-2010, EB76-2011.

Петар Атанасов
petar@isppi.ukim.edu.mk

Емилија Симоска
simoskastudents@gmail.com

Ганка Цветанова
ganka968@yahoo.com

Медиумите и политиката

Медиумите играат голема улога во јавноста во Република Македонија, како и во сите други современи општества. Електронските медиуми се многу влијателни и го насочуваат и го градат јавното мислење. Граѓаните ги градат сопствените политички ставови преку гледање на програмите, пред сè, на националните телевизии и канали. Во текот на изминатите две декади различни телевизиски куќи и програми имале различно влијание врз јавноста. Современата јавност не може да се замисли без силна медиумската поддршка. Довербата, пак, на граѓаните во медиумите често се рефлектира и преку довербата што граѓаните ја имаат во некоја од политичките опции, како на политичките партии, така и на граѓанскиот сектор. Сите чинители на политиката во една држава, како што е тоа случајот и со Република Македонија, преку медиумите комуницираат со јавноста и бараат поддршка за своите политики. Затоа расте и одговорноста на телевизиите со национална концесија и ја дефинира нивната програмска содржина. Затоа често и се поставува прашањето за довербата на граѓаните кон националните телевизии. На прашањето: „Во која од следниве македонски телевизии имате најмногу доверба, кога известува за политички теми?“ највисок процент од граѓаните се изјасниле дека немаат доверба во ниту една телевизија со близу 27%. Тоа значи дека секој четврти испитаник нема доверба во телевизијското известување за политички теми.

Од конкретните телевизии поголема доверба, според анкетираниите, имаат Алсат со 16,5% и Канал 5 со 15%. Втората група на телевизии со помала доверба се Сител со 12%, Алфа со 10%, но и МТВ и Телма со по 7%. Интересен е податокот за довербата кај 24 Вести со 6%, иако оваа телевизија егзистира само една година. Очигледно дека натпреварот и конкуренцијата за довербата при известувањето за политички теми од страна на граѓаните се големи. Според независните варијабли, помладите испитаници имаат поголема доверба во Алсат и во Канал 5, додека повозрасните повторно во Канал 5 и во МТВ. Етничката варијабла е на страна на Канал 5 и Алфа кај Македонците, додека убедлива е довербата во Алсат кај Албанците.. Граѓаните што ја поддржуваат владејачката коалиција најмногу гледаат Алсат, Сител и Канал 5, додека оние што ја поддржуваат политичката опозиција гледаат Алфа, Канал 5 и Алсат.

Истовремено, интересна е и довербата од страна на граѓаните кон печатените медиуми. Долго време печатените медиуми се перципираа како „посериозни“ новинарски производи и ги диктираа темите за кои се дебатира во јавноста. Иако печатените медиуми со текот на времето ја губат полета битката со електронските медиуми, но и со Интернетот, тие се сè уште влијателни, но во многу помала мера. И овие медиуми доживуваат трансформација и по појавност и по влијание од страна на политичките центри на моќ. На прашањето: „Во кој весник имате најмногу доверба кога известува за политички теми?“ највисок процент од граѓаните се изјасниле дека немаат доверба во ниту еден весник со 47%, што е знак дека денес граѓаните помалку им веруваат и се информираат од весниците. Тоа значи дека секој втор испитаник нема доверба во весниците за известувањето за политички теми. Довербата кај весниците ја има во најголем процент Дневник со 14%. Далеку зад нив се Коха со 8%, Вечер, Утрински весник и Нова Македонија со по 7%. Помала е довербата кај Фокус со 5%, Журнал со 3%, а најмала е довербата кај Ден со 1%. Дневник веќе подолго време е весник со најголема доверба кај граѓаните што се однесува до политичките теми. Според независните

варијабли, помладите испитаници имаат поголема доверба во Коха и во Дневник, додека повозрасните во Дневник и во Утрински весник. Етничката варијабла е на страна на Дневник кај Македонците, додека разбирливо убедлива е довербата на Коха кај Албанците. Граѓаните што ја поддржуваат позицијата повеќе му веруваат на Дневник, додека граѓаните што ја поддржуваат опозицијата најмногу му веруваат на Утрински весник. На Коха подеднакво ѝ веруваат граѓаните што ја поддржуваат и позицијата и опозицијата.

Освен за политички теми, медиумите се често влијателни и во многу други области. Често влијанието е и во негативна насока. Медиумите секогаш биле посочувани од граѓаните како еден од факторите кои негативно влијаат врз меѓуетничките односи. За таа цел, во истражувањето беше побарано да се идентификуваат телевизиите кои според граѓаните најмногу ги влошуваат меѓуетничките односи. На ова место нема да се презентира ранг листата на конкретните телевизии, бидејќи тоа не е целта на истражувањето. Ќе наведеме единствено дека најголемиот дел од испитаниците (66%) идентификувале некоја од телевизиите, што ја потврдува тезата дека во свеста на граѓаните медиумите навистина претставуваат ваков негативен фактор. Интересно е што кај албанската популација бројот на граѓани кои идентификувале некоја телевизија е многу поголем (над 80%), отколку кај македонската (59%). Оттука се гледа и моќта на телевизиите покрај наметнувањето на политичката агенда во јавноста и влијанието врз ставовите на граѓаните, тие исто така може да имаат и директно негативно влијание. Во случајот беа посочени меѓуетничките односи во Македонија. Иако има воочливи статистички разлики според етничката варијабла, податоците укажуваат дека телевизиите еднакво негативно влијаат врз сите социјални групи кога станува збор за етничките односи.

Меѓуетнички односи

Граѓаните се исто така поделени во однос на тоа кој од политичките фактори најмногу ги влошува меѓуетничките односи. Притоа, со години наназад недостасува самокритичност во оценката на улогата на самите граѓани. Имено, одговорот дека предрасудите на граѓаните се најзначаен фактор во влошувањето на меѓуетничките односи едвај надминуваат десет проценти и тоа кај сите етнички групи. Генерално, најголеми разлики се појавуваат од аспект на етничката и политичката определба на граѓаните.. Логично, граѓаните кои симпатизираат некоја опозициона партија, одговорноста ја гледаат во партиите од власта (55%) и обратно – симпатизерите на власта (30%) сметаат дека најголемата вина за влошување на меѓуетничките односи ја сноси токму опозицијата.

Во однос на етносот, најголема разлика постои меѓу Македонците и Албанците, што се гледа од следнава табела:

Кој најмногу ги влошува меѓуетничките односи?	Македонци	Албанци
Самите граѓани со предрасудите	14,7%	13,3%
Политичките партии од власта	28%	44,8%
Политичките партии од опозицијата	16,9%	11,3%
Медиумите	15,9%	19,8%
Верските заедници	10,5%	1,2%
Не знам	14,1%	9,7%
Вкупно	100%	100%

Во однос на другите обележја на испитуваната популација, нема порелевантни разлики.

Граѓаните за соседните земји

Со децении наназад, кај граѓаните на Република Македонија доминира чувството на загрозеност од соседните држави. Притоа, ранг листата се менува во зависност од дневната политика, иако, константно е што првото место (во различен процент) секогаш го имала Република Грција. Така е и во ова истражување, каде на прашањето: „Која од соседните држави најнегативно влијае врз состојбите во Македонија?“, се добиени следниве одговори:

- Грција – 68%
- Србија – 17%
- Косово – 7%
- Бугарија – 4%
- Албанија – 4%

Притоа, драстични се разликите помеѓу Македонците и Албанците, што се гледа од следнава табела.

Која соседна држава најнегативно влијае врз состојбите во Македонија?	Македонци	Албанци
Србија	2%	56%
Бугарија	5%	2%
Косово	9%	0%
Албанија	6%	0%
Грција	79%	42%
Вкупно	100%	100%

Евидентно, Македонците се, главно, под влијание на актуелните политички состојби во кои доминира грчко-македонскиот спор, додека кај Албанците преовладуваат етничките симпатии.

Другите разлики помеѓу социјалните групи не се статистички релевантни.

Која соседна држава најнегативно влијае врз состојбите во Македонија?

Република Македонија, како релативно млада демократска држава која со својата независност се стекна пред дваесетина години, сè уште има низа отворени прашања со соседните држави кои го спорат незиниот идентитет, јазик и култура. Од друга страна, пак, мултуетничноста, мултикултуралноста и мултиконфесионалноста, како една од главните карактеристики на македонското општество, во голема мера влијаат во детерминирањето на севкупните односи во државата, но и при формирањето на ставовите на граѓаните во однос на соседните држави.

Оттука, одговорите на прашањето: *„Која соседна држава најнегативно влијае врз состојбите во Македонија“*, варираат во зависност од етничката припадност на испитаниците.

Од вкупниот број на испитаници дури 68,2% од нив сметаат дека Грција е земјата која најнегативно влијае врз состојбите во Македонија, Србија ја посочиле 16,5% Косово 7%, Бугарија 4,4% и Албанија 3,9%. Дури 56% припадници на албанската етничка заедница сметаат дека Србија е државата која најнегативно влијае врз состојбите во Македонија. Ова и не е податок кој изненадува, имајќи ја предвид нетрпеливоста помеѓу Албанците и Србите кои, пак, произлегуваат како резултат на косовското прашање. За разлика од нив, 78,6% од испитаниците од македонскиот мнозински народ се изјасниле за Грција. Интересен е податокот кај испитаниците од турската етничка заедница кои, исто така, во најголем процент (59%) ја посочиле Грција, што говори за лојалноста кон државата на оваа заедница, но и за традиционално затегнатите турско-грчки односи. Сепак, забележителен е и процентот на оние припадници на турската заедница (30,8%) кои сметаат дека Србија е соседната држава која најнегативно влијае врз состојбите во Македонија.

Не само етничката, туку и врската припадност на граѓаните има големо влијание при формирањето на нивните ставови во однос на соседните држави. Па така, забележителни се поголеми отстапки кај одговорите на испитаниците и тоа во зависност од нивната верска припадност.

78,6% од испитаниците припадници на православната вероисповед сметаат дека Грција најнегативно влијае, а само 1,6% се изјасниле за Србија. Од испитаниците припадници на исламската вероисповед процентот на оние кои го дале својот одговор за Србија и Грција е идентичен – 47,8%.

Тоа што големото мнозинство испитаници припадници на православната вероисповед ја посочиле Грција и покрај тоа што важи за држава во која доминира православието, неминовно упатува на фактот дека во позадината на одговорот на ова прашање се наоѓа спорот со името на нашата држава, како и блокирањето на нашиот влез во евроатлантските структури од страна на нашиот јужен сосед.

Од анализата на одговорите може да се заклучи дека формирањето на ставовите на граѓаните во однос на соседните држави е во тесна корелација со нивната етничка и верска припадност и во зависност од традиционално лошите/добри односи што нивната етничка заедница ги има со поединечните соседни држави во еден историски контекст.

Активност на социјалните мрежи

Живееме во ерата на информатичко-комуникациските технологии кои во целост го сменија начинот на нашето секојдневно комуницирање и функционирање, притоа редизајнирајќи го речиси до непознатлива мера нашето целокупно социо-културно милје.

Со појавата на ИКТ доживеавме огромна трансформација благодарение на двете основни карактеристики на овие технологии: овозможува брз и поголем пристап до информацијата, дисеминацијата на информацијата и начинот на комуникацијата. ИКТ ја избришаа просторната и временската бариера.

Мрежното поврзување стана една од главните карактеристики на начинот на комуницирањето и општењето помеѓу луѓето, без разлика дали станува збор за пријателска или за професионална комуникација. Па така, поврзувајќи се преку социјалните мрежи, луѓето не само што комуницираат, дебатираат и споделуваат информации од најразличен вид, тие истовремено создаваат т.н. виртуелни заедници. Некои од социјалните мрежи бројат и преку 100 милиони активни учесници и тоа: Facebook (1 милијарда корисници), Twitter (500 милиони), Skype (145 милиони), LinkedIn (160 милиони), Dropbox (100 милиони) итн.

Во Република Македонија, социјалните мрежи и мрежното поврзување стана дел од културата на нашето секојдневно комуницирање. Сепак, имајќи предвид дека станува збор за релативно нов вид на информатичко-комуникациски технологии, очекувани се одредени отстапки во однос на процентот на корисниците на социјалните мрежи и тоа според возраста на испитаниците, степенот на нивното образование и социо-економскиот статус.

Од вкупниот број испитаници 42,4% не користат социјални мрежи, 41,7% ги користат за дружење, за забава и игри – 15,2% и само 0,75 за политичко организирање (коментирање на политички теми, организирање протести и сл.) Како се зголемува возраста на старосната група на испитаниците, така се намалува процентот на оние кои ги користат социјалните мрежи. Кај старосната група од 18-29 години само мал процент од 14,3% не ги користи социјалните мрежи.

Следната група од 30-39 години – 24,8%, а веќе кај следната група од 40-49 години процентот се зголемува на 44,3%. Драстично зголемување на овој процент се забележува кај групата од 50 до 65 години и истиот изнесува 70,7%.

Овој податок е очекуван, имајќи предвид дека помладата генерација, како најголем корисник на социјалните мрежи, е буквално родена и израсната во ерата на ИКТ. Оттука, за нив овој вид на комуникација, дебата и организирање е речиси и единствениот познат начин. Како што се зголемува старосната возраст, така се продлабочува јазот помеѓу повозрасните генерации и ИКТ, па оттука се намалува бројот на корисниците на социјалните мрежи.

Степенот на образованието исто така има влијание врз процентот на корисниците на социјалните мрежи. Од испитаниците со незавршено образование дури 96,3% не ги користат социјалните мрежи, со основно образование – 77,4%, со средно – 39,9% и со вишо и високо – 26,6%.

Во однос на социо-економскиот статус, повеќе од 70% од пензионерите, домаќинките и земјоделците не користат социјални мрежи. Процентот кај невработените кои ги користат социјалните мрежи за дружење, забава и игри е 55,4%. Од вработените во приватниот сектор 49,8% ги користат за дружење со пријателите, а 18,9% за забава и игри. Гледано во проценти, состојбата и кај вработените во јавниот сектор (буџетските установи) е речиси идентична.

Од дадените резултати забележително е тоа што во најголемиот процент, социјалните мрежи во Република Македонија се користат за дружење, забава и игри. За политичкото организирање, коментирање на политички теми, организирање протести и слично, процентот е незабележителен, речиси непостоечки. Тоа укажува на ниско ниво на демократска свест кај граѓаните на Република Македонија, како и отсуство на граѓански активизам.

Лидија Христова

lidija@isppi.ukim.edu.mk

Анета Цекиќ

anetac@isppi.ukim.edu.mk

Помеѓу граѓанскиот и етничкиот идентитет: приврзаност на испитаниците кон определени вредности/категории

Идентитетот на поединецот е комплексна категорија и се состои од повеќе идентитетски црти преку кои се изразува неговата припадност/приврзаност кон повеќе социјални групи. Така, поединецот има чувство на припадност кон своето семејство, кон својата религија, кон својата етничка група, кон родниот крај, кон својата професија итн. Сите тие чувства на припадност/приврзаност, или сите тие идентитетски црти, го сочинуваат комплексниот поим на идентитетот, укажувајќи од една страна на внимателноста со која треба да се пријде при нивната анализа, но од друга страна и на опасностите од симплификација.

Дали чувствуваме поголема приврзаност кон припадниците на нашиот пол отколку кон припадниците на нашата професија или религија? Дали и колку препознаваме заеднички интереси со останатите од нашата, религија, етничка група, пријатели, итн.? Овие и многу други прашања биле во фокусот на интересот и на социолозите и на политиколозите и на социјалните антрополози. Проблемот е мошне интересен и од гледна точка на политиката, бидејќи утврдувањето на овие релации е непосредно поврзано со многу димензии од политичкиот живот во едно општество. Од изборите, до понудите на политичките партии, до дизајнирањето на јавни политики и нивната одржливост, до политичката идентификација и мобилизација итн.

Кога станува збор за мултиетничките општества, најексплоатирани или најмногу истражувани идентитетски црти се етничкиот и граѓанскиот идентитет, нивната меѓусебна поврзаност, но и поврзаноста со некоја од социо-економските карактеристики на испитаникот, во истражувањата најчесто споменувани како независни варијабли (пол, возраст, социо-економски статус итн.). Всушност, во културно хетерогените општества основниот проблем со приврзаностите се лоцира во фактот што детерминираноста на однесувањето на поединците од нивните партикуларни социо-културни припадности ја слабее, а понекогаш и сосема ја делегитимира нивната национална приврзаност. Тоа, пак, може да предизвика сериозни проблеми во функционирањето на културно хетерогените заедници, да го доведе во прашање нивниот демократски развој, но и политичката стабилност. Во оваа смисла, истражувањата од овој тип се особено интересни за мултикултурните општества (Кимлика 2004), во кои, секако, спаѓа и македонското, кое освен својата мултикултурност/мултиетничност може да се означи и како типично поделено општество. Во поделените општества етничките, културните, религиските или јазичните расцепи се пресликани и во политичкиот живот (Hogowitz 1985, Липхарт 1999), структурирајќи ги политичките процеси, односите на моќ во општеството и политичкиот развој. Поради сите овие причини интересот на науката, но и на политиката за истражување и анализирање на овие релации и процеси е очигледен. Се разбира, таквите истражувања се комплексни, продлабочени, и вообичаено користат повеќе методи и инструменти. Овој пат нашите амбиции се сосема ограничени и се сведуваат на дескрипција на добиените резултати/одоговори добиени преку примената на една батерија на прашања поместени во анкетниот прашалник преку кој се релазираше проектот “Јавното мислење во Република Македонија во 2012 година”.

Во ова истражување се мереше приврзаноста на испитаниците кон одредени вредности/категории и тоа кон: Република Македонија како држава, кон сопствената етничка група, кон родниот крај, кон религијата, кон Балканот и на крај кон Европа. Во случајот со Балканот и Европа на испитаниците им беше сугерирано дека овие категории

не се сфаќаат како географски поими, туку пред сè се работи за споделување на заеднички ставови и вредности. Испитаниците имаат можност својата приврзаност кон овие шест категории да ја изразат преку петостепенa скала во која најнискиот степен 1 означува отсуство на приврзаност („воопшто не сум приврзан/а“), а највисокиот степен 5 целосна приврзаност („сосема сум приврзан/а“).

Појдовните претпоставки на истражувачите се дека во мултикултурните општества идентитетот на поединецот (но и на групата) е комплексна категорија што се состои од повеќе идентитетски црти, на кои поединецот/групата им придаваат различно значење. Понатаму, идентитетот како социјален конструкт е динамичка категорија, поврзан со процесите во општеството но и со развојот на личноста, и најпосле, во мултикултурните општества припадниците на малцинските групи им придаваат поголемо значење на своите малцински карактеристики во однос на значењето што им го придаваат припадниците на мнозинските групи на своите карактеристики.

Генерално добиените резултати од истражувањето укажуваат дека испитаниците во најголем процент се определуваат за повисоките степени на приврзаност, односно во нашиот случај дистрибуцијата на одговорите покажува висока концентрација кај четвртиот и особено кај петтиот степен на Ликертовата скала („сосема сум приврзан/а“). Ваквата констатација се однесува, како на општата дистрибуција на одговори, така и на т.н. вкрстени податоци, во коишто приврзаноста кон одредена категорија се доведува во релација со некоја од независните варијабли.

Од ова општо *правило* постојат и некои исклучоци, а тие се однесуваат на категориите Балкан и Европа, каде се забележува порамномерна дистрибуција на одговорите на петостепената Ликертова скала, вклучувајќи ја и средната вредност на скалата (третиот степен), за кој се определиле релативно повеќе испитаници отколку кај останатите категории. Вториот исклучок се однесува на приврзаноста кон Република Македонија, каде што во одредени вкрстувања со независните варијабли повторно се забележува истата појава, што сугерира дека интензитетот на приврзаноста не е толку висок како кај останатите ајтеми.

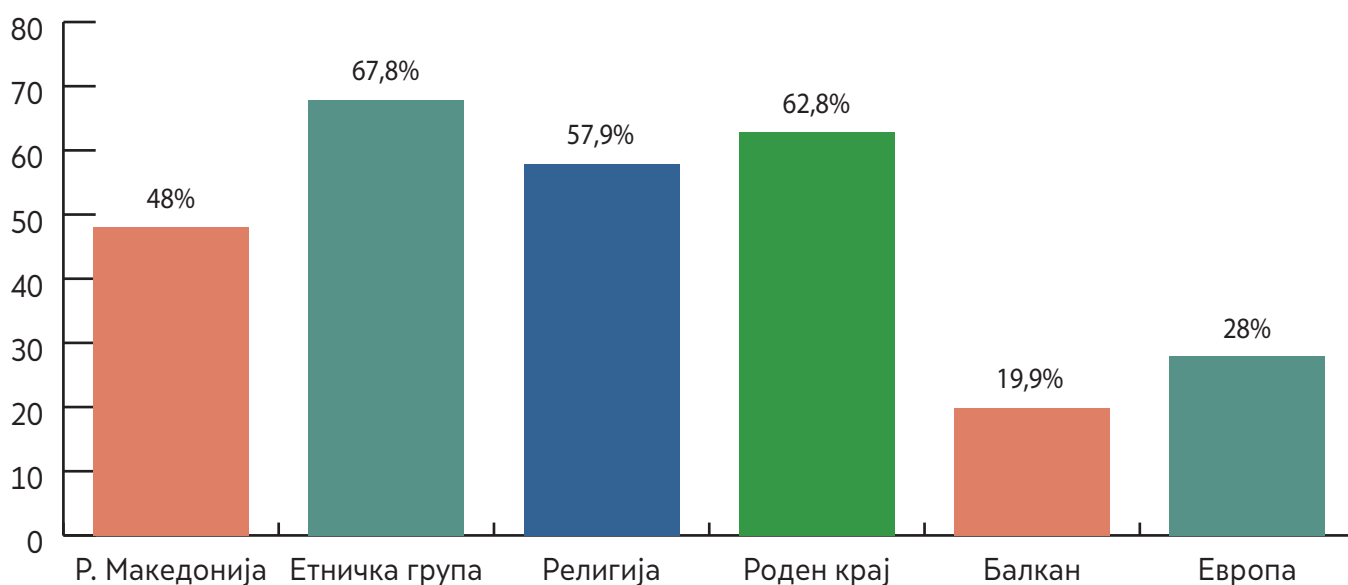
Ваквата дистрибуција на одговори ни овозможува добиените резултати од истражувањето да ги прикажеме преку добиените средни вредности на скалата (што е инаку вообичаено), но и преку процентите на испитаниците кои се определиле за модалитетот „сосема сум приврзан”.

Кои приврзаности ги преферираат испитаниците?

Општата дистрибуција на одговори сугерира дека приврзаноста кон заедничкото потекло и културната припадност (етничка група, религија, роден крај), односно традиционалните припадности/вредности се далеку позначајни за анкетираниите, отколку оние поврзани со граѓанскиот концепт на нацијата (приврзаноста кон Р. Македонија, Балканот и Европа). Тоа се покажува преку добиените средни вредности на Ликертовата скала, но уште повеќе преку анализата на одговорите на испитаниците кои се определиле за модалитетот „сосема сум приврзан”.

Табела: Приврзаност на испитаниците кон одредени категории (средни вредности)

Каква е Вашата приврзаност кон:	Р. Македонија како држава	Вашата етничка група	Вашиот роден крај	Вашата религија	Балканот	Европа
	3,98	4,49	4,38	4,27	3,29	3,46



Графикон: Приврзаност на испитаниците кон определени категории (сосема сум приврзан/а %)

Што се однесува до поврзаноста на независните варијабли и ставовите на испитаниците, анкетата покажа дека особено значајни се етничката припадност, религијата, возраста и социо-економскиот статус на испитаниците врз формирањето на нивните ставови. Со оглед на мултикултурниот карактер на Р. Македонија, сметаме дека е особено интересно да ги презентираме податоците добиени од испитаниците кои припаѓаат на двете најголеми етнички заедници во Република Македонија. (Бројот на припадниците на другите етнички заедници во примерокот е сосема мал и од таа причина не е податлив за (натамошна) статистичка обработка).

Табела: Приврзаност кон определени категории според етничката припадност на испитаниците (сосема сум приврзан/а %)

Каква е Вашата приврзаност кон:	Р. Македонија како држава*	Етничка група*	Религија*	Роден крај	Балкан	Европа
Македонци	61,7	62,7%	52,0%	62,7%	21,4%	21,9%
Албанци	16,9	79,8%	68,5%	62,1%	17,3%	47,2%

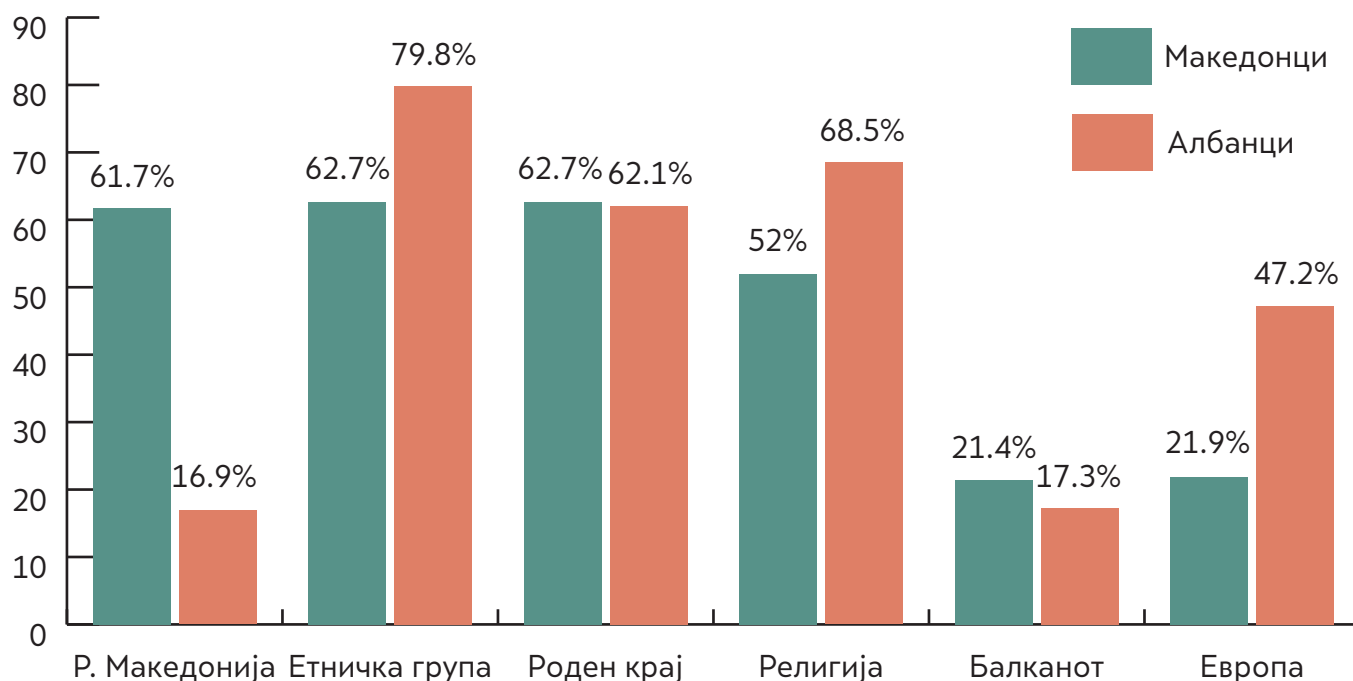
* Статистички значајно на 0.00

Сите разлики помеѓу испитаниците од албанска и македонска етничка припадност се статистички значајни на ниво на 0.01, освен приврзаноста кон родниот крај и Балканот каде нема статистички значајна разлика.

Основните разлики во приврзаноста на граѓаните од двете најголеми етнички заедници кон наведените категории се огледаат во следното: 1. Дрasticчната разлика во приврзаноста кон Р: Македонија (државата) помеѓу припадниците на двете етнички групи; 2. Понагласената приврзаност кон сопствената етничка група и религија кај етничките Албанци отколку кај етничките Македонци; 3. Поголемиот интерес/приврзаност кон Европа кај етничките Албанци отколку кај етничките Македонци. Во генерална смисла, ваквата дистрибуција на одговори беше очекувана. Во повеќето истражувања од овој тип (Laronce 2004, на пример) истражувачите напоменуваат дека граѓаните реагираат според т.н. малцински синдром, односно малцинските групи ги преферираат или потенцираат своите (малцински) припадности.

Според тоа, понагласената приврзаност кон сопствената етничка група и религија кај етничките Албанци е очекувана реакција. Очекувана е и нивната поголема приврзаност кон Европа во споредба со етничките Македонци, поради спорот околу уставното име на земјата со Грција, кој ги засега идентитетските определби на етничките Македонци. Она што е за одбележување е големата разлика во процентот на испитаници, етнички Македонци и етнички Албанци, кои се изјасниле дека се сосема приврзани за Република Македонија како држава.

Високата и скоро изедначена приврзаност на испитаниците кон родниот крај и кај двете етнички заедници претставува донекаде изненадување. Останува нејасно на што се должи големата приврзаност кон родниот крај на испитаниците која далеку ја надминува приврзаноста кон Балканот, но и кон Европа.



Графикон: Приврзаност кон определени категории според етничката припадност на испитаниците (сосема сум приврзан/а %)

Анализата на средните вредности и пресметаните разлики помеѓу нив кај двете категории испитаници (етнички Македонци и етнички Албанци) повторно ја покажува големата разлика кај приврзаноста кон Република Македонија и потоа кон Европа.

Табела: Приврзаност кон одредени категории според етничката припадност (средни вредности)

Каква е Вашата приврзаност кон:	Македонци	Албанци	Разлика М-А
Р. Македонија како држава	4,36	3,01	1,35
Вашата етничка група	4,39	4,75	-0,36
Вашиот роден крај	4,40	4,33	0,07
Вашата религија	4,17	4,53	-0,36
Балканот	3,35	3,14	0,21
Европа	3,30	3,87	-0,57

Во продолжение ќе ги претставиме преференциите на социјалните групи (според возраст, религиска припадност, социо-економски статус, образование, политичка насоченост) во однос на испитуваните категории. Или поинаку кажано, ќе се обидеме да укажеме кои категории на испитаници покажуваат поголем, а кои помал интензитет на приврзаност кон државата, религијата, родниот крај, етничката група итн.

Социјалните обележја на испитаниците и приврзаноста кон испитуваните категории

ПРИВРЗАНОСТ КОН Р. МАКЕДОНИЈА

Најпрво, поради значењето што му се придава на ова прашање во културно хетерогените општества од гледна точка на политичката интеграција и општествена кохезија, во продолжение ќе ја презентираме дистрибуцијата на одговори добиени на петостепената скала на приврзаност кон Р. Македонија на етничките Македонци и Албанци. Очигледна е разликата во ставовите на испитаниците од двете заедници во однос на приврзаноста кон Р. Македонија како држава. За разлика од Македонците, кај припадниците на албанската заедница е очигледна релативно рамномерната дистрибуција на одговорите, при што највисоката концентрација на одговори е кај третиот (неутрален) степен на приврзаност.

Табела: Приврзаност кон Р. Македонија според етничката припадност (%)

	Македонци	Албанци
Воопшто не сум приврзан/а	2,5%	14,5%
2	3,6%	19,8%
3	11,4%	32,7%
4	20,8%	16,1%
Сосема сум приврзан/а	61,7%	16,9%
Вкупно	100%	100%

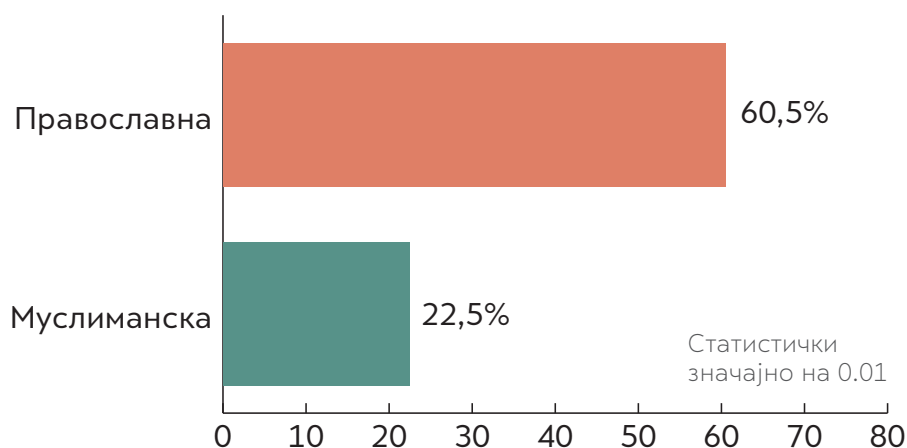
Статистички значајно на 0.00

Освен етничката припадност и останатите својства на испитаниците влијаат врз нивната приврзаноста кон Р. Македонија. Анализата на податоците укажува дека возраста, социо-економскиот статус, религијата и политичката насоченост се поврзани со степенот на приврзаност кон Р. Македонија.

Табела: Приврзаност кон Р. Македонија според возраста (%)

	18-29 год.	30-39 год.	40-49 год.	50-65 год.	над 65 год.
Воопшто не сум приврзан/а	9,1%	5,4%	8,4%	4,2%	4,7%
2	13,9%	6,9%	6,4%	3,3%	5,5%
3	22,2%	17,3%	17,2%	17,7%	7,8%
4	21,0%	24,8%	20,7%	19,1%	14,1%
Сосема сум приврзан/а	33,7%	45,5%	47,3%	55,8%	68,0%
Вкупно	100%	100%	100%	100%	100%

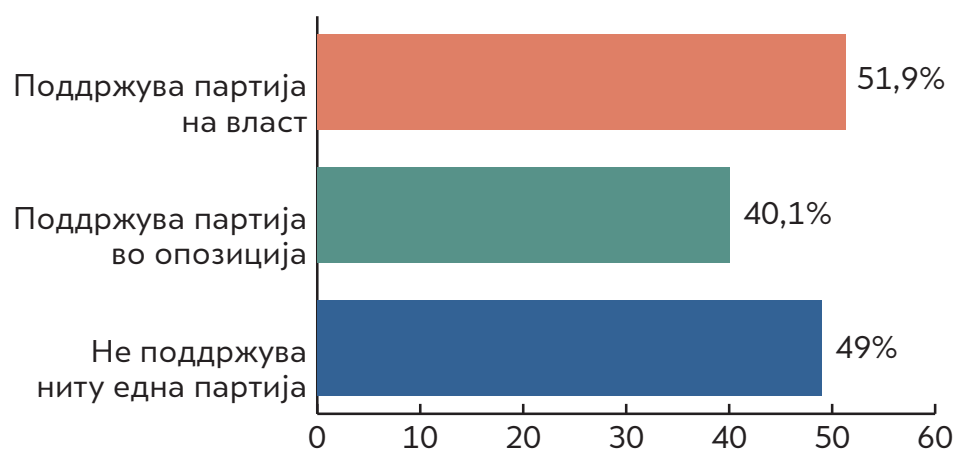
Статистички значајно на 0.00



Највисок степен на приврзаност изразиле повозрасните, во споредба со помладите категории испитаници (Табела бр. 5) и оние со православна верска припадност (61,5%) во однос на припадниците на исламската вероисповед (22,5%).

Графикон: Приврзаност кон Р. Македонија според верската припадност (сосема сум приврзан/а %)

Што се однесува до политичката определеност, испитаниците кои изјавиле дека поддржуваат партија која е дел од власта, изразуваат поголема приврзаност кон државата (51,3%) во однос на испитаниците кои изјавиле дека поддржуваат партија која е дел од опозицијата (40,1%). Испитаниците кои изјавиле дека не поддржуваат ниту една партија, според процентот на приврзаност се многу блиску кон поддржувачите на партијата на власт (49%).



Статистички значајна на ниво 0.01 е разликата помеѓу поддржувачите на партиите на власт и поддржувачите на партиите во опозиција.

Графикон: Приврзаност кон Р. Македонија според политичката насоченост (сосема сум приврзан/а %)

ПРИВРЗАНОСТ КОН ЕТНИЧКАТА ГРУПА

Кога станува збор за приврзаноста кон сопствената етничка група, анализата на податоците укажува на поврзаност на возраста на испитаниците, нивната етничка и религиска припадност, степенот на образование, како и социо-економскиот статус со степенот на приврзаност кон етничката група. Највисок степен на приврзаност („сосема сум приврзан/а“) во поголем процент изразуваат повозрасните категории на испитаници, оние со исламска вероисповед (79,1%), испитаниците со понизок степен на образование (78%), а според социо-економскиот статус- домаќинките (79,5%), пензионерите (74,4%) и земјоделците (72,1%).

Што се однесува до етничката припадност, испитаниците со албанска етничка припадност изразиле многу поголема приврзаност кон сопствената етничка група, отколку испитаниците со македонска етничка припадност.

**Табела: Приврзаност кон етничката група
според етничката припадност (%)**

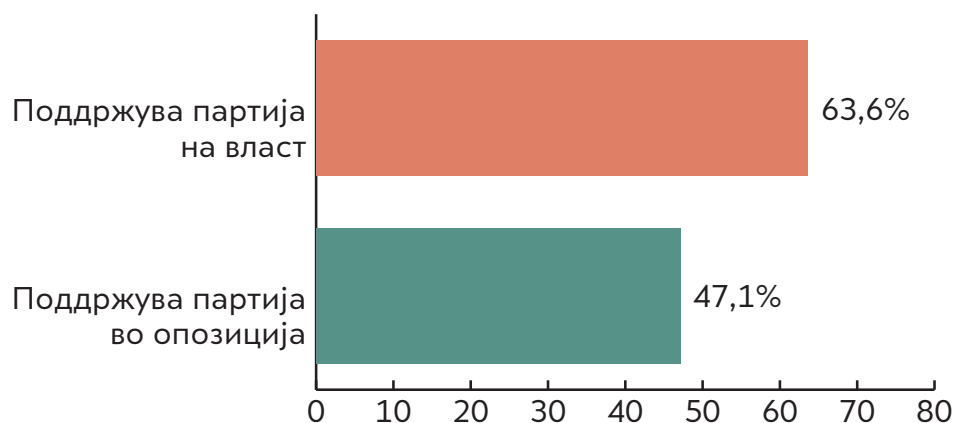
	Македонци	Албанци
Воопшто не сум приврзан/а	2,3%	
2	3,3%	0,4%
3	10,0%	3,6%
4	21,7%	16,1%
Сосема сум приврзан/а	62,7%	79,8%
Вкупно	100%	100%

Генерално, дистрибуцијата на одговорите и кај двете етнички заедници покажува иста тенденција- концентрација на одговорите на повисоките степени на скалата, но интензитетот на приврзаноста, сепак, значително се разликува.

ПРИВРЗАНОСТ КОН РЕЛИГИЈА

За разлика од останатите категории, кај приврзаноста кон религијата за прв пат се појавуваат разлики во однос на полот на испитаниците. Така, жените во поголем процент (61,7%) се определиле за највисокиот степен на приврзаност („сосема сум приврзан/а“), во однос на мажите (54,2%). Што се однесува до возраста, скоро кај сите категории се забележува висок степен на приврзаност кон религијата, при што и најмладата популација (18-29 години) не претставува исклучок (59%), појава која не е карактеристична за повеќето европски земји. Етничката и религиозната припадност се значајни за интензитетот на приврзаност кон религијата на испитаниците, при што оние од исламска вероисповед и Албанците изразуваат поголема приврзаност кон нивната религија, отколку испитаниците со православна вероисповед и Македонците.

Постојат разлики и во однос на приврзаноста кон религијата според политичката насоченост на испитаниците, при што приврзаниците на партиите кои се дел од власта изразуваат повисок степен на приврзаност кон религијата од оние кои ги поддржуваат партиите во опозиција.



Статистички значајно на 0.05

Графикон: Приврзаност кон религијата (православни и муслимани) според политичката насоченост

ПРИВРЗАНОСТ КОН ЕВРОПА

Во оваа прилика ќе ја коментираме уште приврзаноста на испитаниците кон Европа, со оглед на значењето што ваквата приврзаност го има во контекст на Европската интеграција на земјата, како и со оглед на тоа што приврзаноста кон наднационални идентитети и вредности може да биде индикатор за отвореноста и космолитанизмот на граѓаните. Анализата на вкрстените податоци укажува на релативно високи вредности на средниот степен на скалата и далеку порамномерна распределба на одговорите кај сите степени на Ликертовата скала во споредба со останатите категории приврзаности.

Очигледна е разликата во интензитетот на приврзаност на припадниците на македонската и на албанската етничка заедница. Таа разлика се гледа, како во дистрибуцијата на одговорите на скалата, така и помеѓу вредностите кај модалитетот „сосема сум приврзан“ (разликата е повеќе од 25 процентни поени).

Табела: Приврзаност кон Европа според етничката припадност (%)

	Македонци	Албанци
Воопшто не сум приврзан/а	11,4%	8,1%
2	12,8%	8,5%
3	31,7%	19,0%
4	22,2%	17,3%
Сосема сум приврзан/а	21,9%	47,2%
Вкупно	100%	100%

Статистички значајно на 0.00

Интересно е дека во однос на политичката насоченост на испитаниците не се забележуваат големи разлики помеѓу испитаниците кои ги поддржуваат партиите од власта, оние коишто ги поддржуваат партиите од опозицијата и т.н. неопределени, што може да оди во прилог на тезата дека позначајните политички субјекти имаат релативно изедначена политика кон асоцирањето на Р. Македонија кон Европската унија.

Заклучок

Идентитетот на поединците се состои од повеќе идентитетски црти преку кои се изразува нивната припадност/приврзаност кон повеќе социјални групи/категории. Поединецот има чувство на припадност, поголема или помала, кон своето семејство, кон својата религија, кон својата етничка група, кон родниот крај, кон својата професија итн. Овие чувства на припадност/приврзаност или идентитетски црти го сочинуваат комплексниот поим на идентитетот, укажувајќи од една страна на внимателноста со која треба да се пријде при нивната анализа, но од друга страна и од опасностите од симплификација.

Истражувањето на овие припадности е мошне значајно од гледна точка на политиката и развојот на демократските перформанси на општеството и особено значајно во мултикултурните општества, каде постигнувањето на општествена кохезија и интеграција е еден од основните предизвици со кои се соочуваат овие општества.

Истражувањето за приврзаноста на граѓаните на Р. Македонија кон одредени категории покажа дека преовладуваат приврзаностите кон традиционалните вредности. Граѓаните на Р. Македонија се приврзани пред сè кон својата етничка група, религија и роден крај, во споредба со приврзаностите кои имаат обележје на граѓански идентитет- Р. Македонија како држава, Балканот и Европа, кон кои степенот и интензитетот на приврзаност е помал.

Повеќе карактеристики на испитаниците се поврзани со интензитетот на приврзаноста кон испитуваните категории, при што етничката припадност има доста големо влијание. Ова го потврдува т.н. малцински синдром, и покажува значајни разлики во интензитетот на приврзаностите на двете најголеми етнички заедници во Р. Македонија.

Со оглед на фрагилноста на мултикултурните општества и потребата да се обезбеди широка општествена интеграција, политичките елити треба со посебно внимание да ги проследат резултатите од ваквиот тип на истражувања. Добиените резултати, од една страна укажуваат на разликите во одделните сегменти на популацијата и помагаат да се разберат ставовите и реакциите на социјалните групи во секојдневниот политички живот. Од друга страна, ваквиот тип на истражувања, особено оние лонгитудиналните, овозможуваат следење на тенденции кои се неопходни за градењето на политики кои ќе го јакнат граѓанскиот идентитет на поединецот и групата, како значајна претпоставка за демократскиот развој на културно хетерогените општества.

Библиографија

- Barrett, M., „National and Ethnic Identities and Differences Today: A Psychological Perspective-Summary“, во: Athens Dialogues 2010. Identity and Difference. Period One. <http://athensdialogues.chs.harvard.edu/cgi-bin/WebObjects/athensdialogues.woa/wa/dist?dis=42>
- Chastenay, M. N. and Pagé, M., „Cultural, provincial and Canadian identities of young adults in Quebec“. New Brunswick and Alberta. Research report, 2002 (10.04.2013).
- Gingras, Francois-Pierre et Laponce, Jean: „A la recherche des representations d'appartenance“ dans Potvin, M., Fournier B., et Couture Y., (eds.) L individu et le citoyen dans la societe moderne, Montreal : La presses de L'Universite de Montreal, 2000, p. 165-184.
- Gross, F., Citizenship and ethnicity: the growth and development of a democratic multiethnic institution. Greenwood Publishing, 1999
- Hansen, H. and Hesli, V. L., „National Identity: Civic, Ethnic, Hybrid and Atomized Individuals“. *Europe-Asia Studies*. Vol. 61 (1), 2009, pp. 1-28.
- Horowitz, D., *Ethnic groups in conflict*. Berkley, Los Angeles & London: University of California Press, 1985.
- Христова Л., Серафимовска Е., Марковиќ М., Цекиќ А., *Перцепција на идентитетите меѓу ситуденската популација во Р. Македонија- истражувачка ситудија*, Институт за социолошки и политичко-правни истражувања, Скопје, 2014.
- Jones, F. and Smith, P., „Diversity and Commonality in national identities: an exploratory analysis of cross – national patterns“. *Journal of Sociology*. Vol. 73 (1), 2001, pp: 46-63
- Кимлика В., *Мултикултурно граѓанство*. Скопје: ИДЦО, 2004.
- Laponce Jean: „Using role by role interview to measure the minority effect: a note on ongoing research“, *Social Science Information* Vol 43 (3), 2004, pp. 447-492.
- Lijphart, A., *Patterns of Democracy- Government Forms and Performances in Thirty-Six Countries*. New Haven and London: Yale University Press, 1999.
- Malesevic, S., *Identity as ideology: undersatnding ethnicity and nationalism*. Palgrave, Macmillan, 2006
- Miller, D., *Citizenship and National identity*. London: Polity Press, 2000
- Tournon, J., *Construcion et deconstruction du groupe ethnique*. *Revue internationale de science politique*. Vol. 10 (4) 1989, pp. 331-348.

Ружица Цацаноска
ruzica@isppi.ukim.edu.mk

Религиозните промени во македонското општество

Вовед

Религијата во современото македонско општество специфично се профилира. Од една страна, таа со себе го носи неколкудецениското егзистирање на маргините на општеството, односно во „приватна сфера“. Од друга страна, религиозните колективитети прават обиди соодветно да се позиционираат во новонастанатите општествени околности. Промената на општествената структура придонесе македонските граѓани, некако преку ноќ, да станат „повеќе свесни“ за религијата, обидувајќи се да фатат чекор со тековните случувања. Долгото егзистирање¹ на религијата во приватната сфера, индиректно влијае врз нејзиното дејствување на јавната сцена. Згора на тоа и долгите транзициски години и променливоста на актерите на општествената сцена, како и состојбите во самите верски колективитети, значајно придонесоа тие, пред сè да се ориентираат кон десничарските политички структури, притоа претежно колорирајќи го националниот идентитет. Во овој контекст, функцијата на религијата се согледува првенствено низ нејзината улога како заштитник на националниот идентитет, зајакнувајќи ја својата симболичка функција.²

„Зошто не го замислиме европскиот јавен простор како етичка ... рамка...?“

— Nilüfer Göle

1 Во периодот на социјализмот, во македонското општество односот кон религијата се менувал, постепено намалувајќи ги „атеистичките стеги“.

2 Cacanaska, R., *The Religion in Macedonian Society*, YUNIR YSSSR Annual – Year XV, The Sociology of Religion in the Former Yugoslav Republics, Nis, 2008.

Јасната ревитализација на религијата во македонското општество може да се согледа преку процесот на деприватизација на религијата,³ односно напуштањето на приватната, честопати наречена невидлива сфера и нејзино очигледно и ревносно пројавување на јавната сцена. Интензивирањето на религиозниот живот кај самите верски колективитети сè повеќе се наметнува и навлегува во јавната сфера, проследено, на пример, преку нивната општа поголема присутност во медиумите, истакнувањето на местото и позицијата на религијата во структурирањето на самиот национален колективитет, анимирањето на прашањата за враќањето на одземените имоти, понатаму верското образование или веронауката, како и многу други прашања, коишто се од интерес на самите верници и граѓани, воопшто. Јавната улога на религијата очигледно се ориентира општо кон нејзината етичка димензија и потребата да се осмисли, развие и реализира ангажманот на религиозните заедници во спектрумот на социјалните активности.⁴

Прашањето на религијата и моралот е многу комплексно, особено во текот на транзициониот период, но во овој труд, односно проект, се истражува само парцијално. Честопати во јавниот дискурс присутна е синтагмата којашто ги поврзува религијата и моралот, навестувајќи дека религијата треба да претставува „извор“ на моралното однесување и да помогне да се надмине денешната криза на вредностите. Современата религиозна поларизација на моралот се потпира врз концептот за јавната религија, истакнувајќи дека религијата треба да му даде соодветна поддршка на индивидуалниот и јавниот морал во општеството. Верското водство, преку својата мисија, во една прагматична смисла на зборот, му дава значаен импут на заживувањето на носечките постулати на етичкото однесување на верските колективитети. Духовните водачи се честопати под лупата на

³ Casanova, J., *Public Religions in the Modern World*, Chicago\ London, University of Chicago Press, 1994; Herbert, D., *Religion and Civil Society, Rethinking Public Religion in the Contemporary World*, Aldershot, Ashgate Publishing Limited, 2003; Eder, C., *Post-secularism: A return to the public sphere*, Eurozine, 2006-08-17.

⁴ Цацаноска, Р., *Јавна религија*, Зборник посветен на Владимир Митков, Правен факултет, Скопје, 2010.

окото на јавноста, па многупати за нивното однесување се пишува во медиумите, се коментира на социјалните мрежи, а граѓаните и верниците сè поотворено ги изнесуваат своите размислувања, ставови и критики за нивното делување. Не ретко критички тонови провејуваат и од самите верски колективитети, одразувајќи ги различните размислувања и тенденции во нив самите. Во својот осврт за кризата во црквата, професорот Ратомир Гроздановски вели дека „од таа криза Црквата треба да биде поотпорна, подуховна, поморална и да ја зајакне верата внатре, во своето раководство, духовенство и преосвештенослужителство, па потоа и кај верниците и најпосле, пред неверниците. ... Значи, треба да ги втемели моралните, етички вредности и тоа не како теолошко-научно или богословско-образовно знаење, туку конкретно, практично животно – во животот покажана и докажана вера и моралност.“⁵ Гроздановски укажува дека црквата мора практично да го покаже негувањето на моралните вредности...⁶

Имајќи предвид и други самокритички назнаки за моралот на верските заедници, сметам дека е значајно во јавномненските проекти да се согледа ставот на граѓаните, односно на верниците, кон моралот во својот, односно во другите верски колективитети. Исто така, треба да се има предвид дека во Македонија на двапати се воведува и на двапати се укинува веронауката во основните училишта. Како супстрат за тој предмет се понудува религиозната етика којашто се изучува во основното образование како избран предмет.

Недвосмислено дека проектот за јавното мислење од 2012 година мора да ги земе предвид актуелните случувања во оваа сфера. Без дилема, тоа е секако „чудото во црквата „Свети Димитрија“. Имено на 08.04.2012 година, „според изјавите на црковните лица и на одреден број посетители на црквата *чудојѝо* се состоеше во тоа што фреските во црквата ... одеднаш почнале да се *самојрочистијуваат* од наслугите на чад и нечистотија, станувајќи значително посјајни.

⁵ Гроздановски, Р., *Секуларизам и секуларизација*, Предавање на еднодневен форум, со еминентни професори и мислителци, на 25.06.2007, во Скопје, стр. 10-11, http://www.rrgrozdanovski.mk/index2php?option=com_content&tas... (пристапено на 21 февруари 2013).

⁶ Гроздановски, Р., Ибид. стр. 10-11.

Посебно *самојрочистиувањето* било забележано на ореолите на светците, а на крилјата на ангелите ... се појавиле црвени линии, кои изгледале како крвави траги, односно како крилјата на ангелите да крварат.⁷ Овој настан го следеа бројни контроверзи и полемики, коишто некако ја раслоија јавноста во Македонија, на оние кои што сметаа дека станува збор за вистинско чудо, за порака од Бога упатена поради моралниот пад во општеството.⁸ Наспроти нив, се обликува другата категорија, во која се вбројуваат сите оние коишто сметаат дека не станува збор за никакво чудо, туку дека сето тоа е дело на човековата рака. Кон овие две опции, едноставно се додава и третата, онаа на оние коишто немаат јасно изграден став, за што всушност станува збор. Во батеријата на прашања од религијата беше вклучено и прашањето за ставот на испитаниците за актуелното самопрочиштување на фреските во црквата „Свети Димитрија“.

7 Жоглев, З. и Цацаноска, Р., *Противречни толкувања за „чудото“ во Црквата „Свети Димитрија“ – Скопје* – Анализа на содржината на написите во дневниот печат на Република Македонија, труд за меѓународната научна конференција MODERNIZACIJA, KULTURNI IDENTITETI I PRIKAZIVANJE RAZNOLIKOSTI, Ниш 2012, 113-135.

8 Протојерејот Зоран Стаменковиќ од црквата Свети Димитрија вели дека ова е порака од Бога. „Ова е божји прст, божјо чудо, а чудата низ вековите се случувале, се случуваат и денес и понатаму ќе се случуваат. Господ на директен или на индиректен начин не опоменува нас луѓето. Сведоци сме дека денеска човечкиот род е во голем морален пад. Сите морални вредности, она што е убаво, денеска човек да биде добар, да биде честит, да биде праведен во очите на денешниот свет ти викаат дека си прост, заостанат, а да се глумира човек, да прави незаконски работи тогаш е паметен, современ, за жал.“ (Радио Слободна Европа – 09.04.2012 – *Прочишчениите фрески – маѓеи за вернициите*).

Методолошка рамка⁹

При непосредното концептирање на истражувачкиот дел за промените коишто се случуваат во сферата на религијата, во проектот „Јавното мислење 2012“, се акцентираат следниве истражувачки прашања:

1. Како се менува, односно каков е трендот на структурирањето на верниците според личната верска идентификација? Каква е нивната практика, според посетата на верскиот објект?
2. Како се менува или развива односот меѓу религијата и моралот? Колкава е довербата на испитаниците во верското водство? Каква е перцепцијата на испитаниците за тоа колку се „етички“ верските водачи? Колку самите верници ги почитуваат моралните вредности на коишто ги подучува нивната религија?
3. Каков е ставот на испитаниците кон „Чудото во Свети Димитрија“?

Врз основа на утврдениот истражувачки интерес поставив соодветна хипотетска рамка:

1. Се претпоставува дека во периодот по конфликтот во 2001 година, според личната верска идентификација, постепено ќе се намалува високата стапка на верници. Верската практика нема соодветно да ја проследи личната верска идентификација.
2. Религијата во основа ќе претставува релативно слаба основа за развој на моралот, којшто може да се согледа преку довербата на испитаниците во верското водство, перцепцијата за моралот на верските водачи, односно колку самите верници ги почитуваат моралните вредности на коишто ги подучува нивната религија.
3. Се претпоставува дека актуелното „Чудо во Свети Димитрија“ ќе ја подели јавноста на про и контра.

⁹ Прашањата за примерокот на истражувањето и анализата на податоците се предмет на засебен дел.

Генерално религиозноста во македонското општество, главно, досега се истражувала преку конфесионалната и личната религиозна идентификација, односно преку останатите клучни сегменти на религиозноста, како посета на верски објект, практикување на молитва и слично. Довербата се истражувала парцијално и во рамките на други проекти, но извесна новина претставуваат емпириските показатели за моралот и за религијата. Прашањата за религијата и за моралот се поставени во петтостепена Ликертова скала со мерење на интензитетот на согласување, односно несогласување со понудените тврдења.

Теоретски основи на трудот

Религијата во европските земји, како што вели Дејв, е специфична, одразувајќи го влијанието што врз неа го имало комплексното минато, а секако и елементите на влијанието коешто ќе ги здобие при преминот во дваесет и првиот век. Она што Европа, а исто така и посткомунистичкото милје, во коешто припаѓа и Македонија, го карактеризира е назначената висока стапка на номинално верништво, но ниска стапка на религиозна практика. Ревитализацијата на религијата во македонското општество особено јасно го физиомира структурирањето на верничката популација, во одредени периоди на многу високи стапки на номинални верници, но на *традиционализам* во верската практика.

Базичната теоретска рамка на делот на религијата се темели врз концептот на јавната религија. Деприватизацијата на религијата како глобален тренд укажува дека „религијата го напушта своето определено место во приватната сфера и преминува во неиздиференцираната сфера на цивилното општество, партиципирајќи во заживеаниот процес на натпревар, испрекинат легитимитет и повторно одбележување на нејзините граници.“¹⁰ Јавниот живот на религијата ја аспектира активната партиципација на верските колективитети, на ниво на држава, политички систем и цивилно општество. Државата ги определува законските рамки на

¹⁰ Casanova, J., *Public Religions in the Modern World*, Chicago\ London, University of Chicago Press, 1994, стр. 65.

животот на „религијата“. Во ареалот на политичкиот систем „религиозните колективитети може да се избораат за одредени позиции“, според коишто би можеле да влијаат општо врз политичките случувања. Вообичаено, главната одредница на првите две нивоа укажува на базичната одбрана и движење околу стекнатите привилегии, додека третото ниво се развива на принципот на социјална правда и одбрана на човековата личност.¹¹

Врз основа на нацртот за истражување делумно може да се испроблематизира, односно да се загатне прашањето за улогата на религијата во сферата на моралот, поточно колку религијата влијае врз профилирањето на индивидуалниот, односно јавниот морал на граѓаните. Во својот труд *Спасение, секуларизација и деморализација* Вилсон го лоцира тежиштето врз синтагмата секуларизација и деморализација.¹² Осврнувајќи се врз емпириските показатели на религиозната мапа на Европа, Грејс Дејв тврди дека во европските општества религијата има релативно мала улога. Понатаму и Родни Старк ја разгледува улогата на религијата во создавањето на моралот во современото општество преку нејзиното прекршување низ неприфатливите обрасци на општествено поведење, укажувајќи на нејзиното релативно мало влијание. Уште потаму оди хрватскиот социолог Синиша Зрнишчак, поставувајќи си го прашањето: „Доколку религијата не може да ја демонстрира својата моќ за да ја одржи моралниот ред во посткомунистичките земји, дали тоа значи дека ние се соочуваме со долготрајните ... ефекти од комунистичкиот поредок? Посткомунистичката ревитализација нема моќ, значително да го промени овој ефект? За што воопшто религијата служи во посткомунистичките општества?“¹³

Во овој јавномненски проект односот религија и морал се анализира низ перцепцијата на граѓаните за улогата којашто ја имаат верските лидери во креирањето и на моралниот поредок во општеството, како носители или

11 Цацаноска, Р., *Јавна религија*, Зборник посветен на Владимир Митков, Правен факултет, Скопје, 2010.

12 Wilson, B., *Salvation, Secularization and De-moralization*, The Blackwell Companion to SOCIOLOGY OF RELIGION, Edited by Fen, K., R., Blackwell Publishing, 2001, стр. 39-51.

13 Zrniscak, S., *Why, at all, we need Religion? Religion and Morality in Post-Communist Europe*, труд презентирани на годишната конференција на Association for the Sociology of Religion, San Francisco, California, August 14, 2004, стр. 2.

експоненти на практичниот религиозен морал во општеството, а следствено на нив и нивните верници¹⁴. Заради тоа, се упатува на големата и значајна улога на свештеничкиот кадар во општеството и од него „се очекува да ги одразува моралните станарди, како во приватниот, исто така и во јавниот живот... затоа што, ако тие „погрешат“, нивните верници може да се разочараат.“¹⁵ Во четири прашања и во неколку вкрстувања ќе се обидам, парцијално, во доменот на емпириските податоци, да го образложам влијанието на религијата врз фундаирањето на моралниот живот во современото македонско општество.

Лична верска идентификација

Начелната претстава за религиозноста на населението во Република Македонија е добиена преку независната варијабла што се одредува преку определувањето на сопствената верска припадност. Вообичаено мнозинството испитаници се изјаснуваат како припадници на православието, односно исламот, а со симболични стапки е проследено припаѓањето кон католичката, односно кон останатите религиозни колективитети во Република Македонија. Само 3,3% од испитаниците се изјасниле дека не припаѓаат на никаков религиозен колективитет. Конфесионалната идентификација има очигледна симболичка и идентитетска рамка, којашто се должи на традиционалниот религиозен живот на македонското население и пред сè на потребата да се назначи **семејната** религиозна одредница.

14 Само како илустрација би го навела одговорот на прашањето упатено до претседателката на Комисијата за односи со верските заедници Валентина Божиновска, за тоа дека „честопати јавноста има чувство дека верските лидери ја губат основната функција, па од верски лидери се претвораат во поглавари на етничките заедници.“ Меѓу другото, таа нагласува дека „верските лидери не се амнестирани од националното индивидуално чувство, но дека мораат во иднина да не бидат во улога на политиката и политичарите...“ (Пресс 24 – Интервју со Божиновска: 2012 беше година на тест за верскиот соживот, 5 јануари 2013 – пристапено на 27 февруари 2013 - <http://press24.mk/story/makedonija/intervju/intervju-so-bozhinovska-2012-beshe-godina-na-test-za-verskiot-sozhivot>).

15 Davie, G., *Religija u suvremenoj Evropi - mutacija sjecanja*, Golden marketing – Tehnicka knjiga, Zagreb, 2005, стр. 9.

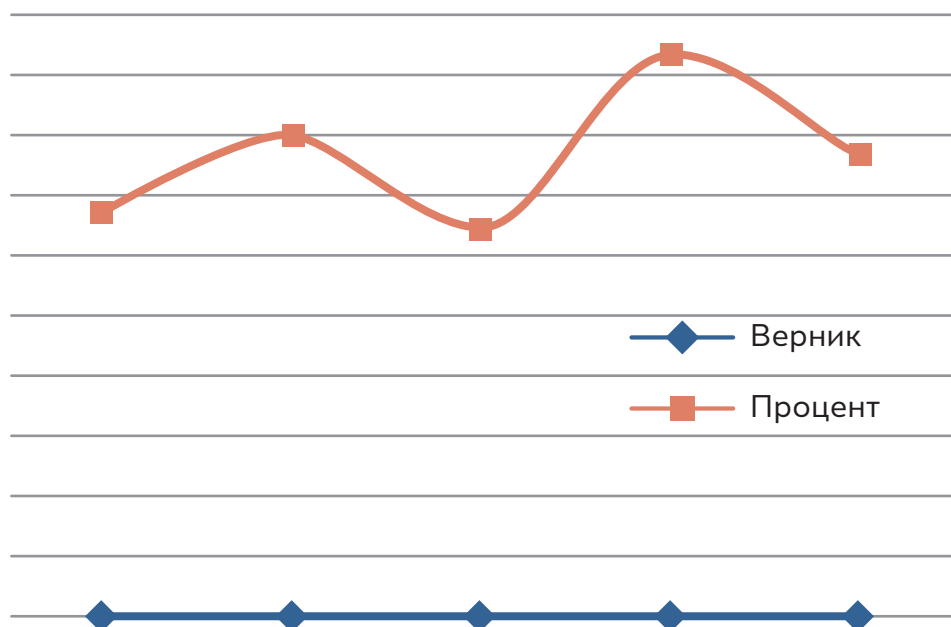
Религиозната самоидентификација на испитаниците претставува клучен сегмент на религиозноста воопшто. Во однос на својот став кон религијата, 77% од испитаниците се определиле како верници, додека за модалитетот нешто помеѓу верник и неверник се определиле 18,4% или како неверници помалку од 5%. Стапките на самоопредувањето на личниот „однос“ кон религијата се среќаваат како номинални вернички стапки, укажувајќи на самоперцепцијата на граѓаните за својот однос кон религијата.

Податоците за овој тип прашање може да се споредат со соодветни од претходните истражувања, коишто се дел од истражувачките проекти реализирани во ИСППИ. При споредбата се забележува дека во периодот на седумдесеттите години во Полошкиот регион постои релативно висока стапка на верници¹⁶, којашто се зголемува за десетина проценти во посткомунистичкиот период. Процесот на транзиција во предконфликтниот период (2001) има најмала стапка на верници во истражуваниот период (65,13%). Но, по периодот на конфликтот од 2001 год., стапката на верници расте исклучително бргу и се искачува на 93,5%. Во последната анкета од 2012 година, таа стапка се смалува и се стабилизира на околу 77%. Низ движењето на стапките на личната верска идентификација во голема мерка може да се скицира профилирањето на религијата во македонското општество, притоа одмерувајќи го пулсот на централниот настан во постсоцијалистичкиот период, конфликтот од 2001-та.



Графикон:
Изработен според бројот на верници во различните периоди на истражување (1972, 1996, 2000, 2006 и 2012)

¹⁶ Треба да се има предвид дека овој проект се однесува само на Долни Полог. Воедно, ова е прво социолошко истражување за религијата во Македонија.

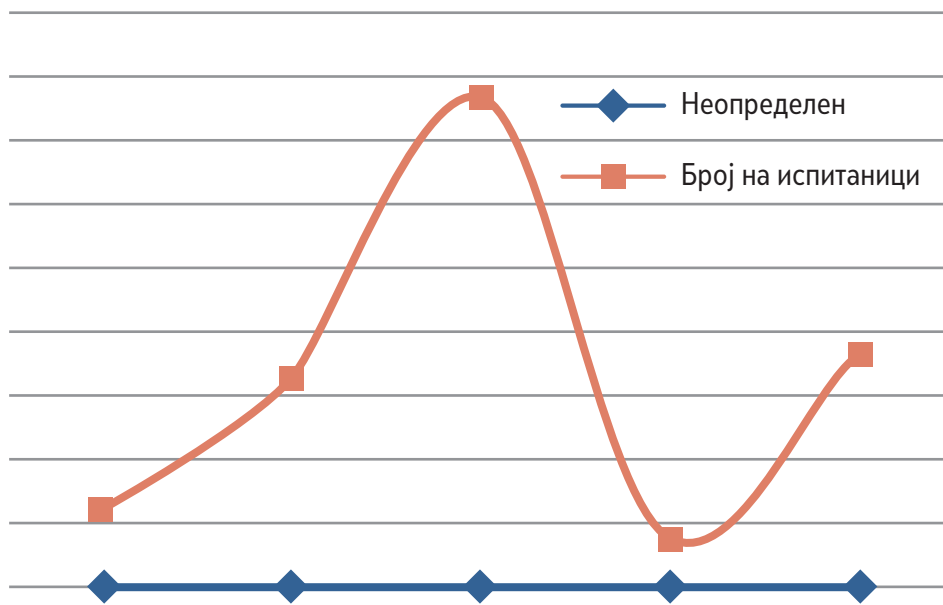


Графикон:
Изработен според процентот на верници во различни периоди на истражување (1972, 1996/2001, 1999/2000, 2006 и 2012).

При споредба на стапките религиозна самоидентификација со другите земји од Централна и Источна Европа, Македонија се вбројува во високо религиозните земји, бележејќи слични стапки со земјите како: Молдавија (77,1%), Полска (76,5%) и Хрватска (76,5%), значајно одвојувајќи се од соседна Србија (68,2%) и Бугарија (52,2%).¹⁷

Друга значајна димензија, јасно видлива од податоците, е процесот на прелевање на неопределените во верничката структура во 2006-тата и подоцнежното повторно пополнување на истата категорија со 18%. Поедноставно, како што расте категоријата верник, се намалува модалитетот на неопределените. Па така во истражувањето во 2006-тата има најмала стапка од 3,4%, а најголема во претконфликтниот период, кон крајот на првата деценија на транзицискиот период (25,6%).

¹⁷ Ančić, B., Zrnišćak, S., *Religion in Central European Societies: Its Social Role and People's Expectations*, Religion and Society in Central and Eastern Europe 5 (1): 21-38, стр. 38.



Графикон: Изработен според бројот на неопределените испитаници (нешто помеѓу) во различните периоди на истражување (1972, 1996/2001, 1999/2000, 2006 и 2012).



Графикон: Изработен според стапките на неопределените испитаници (нешто помеѓу) во различните периоди на истражување (1972, 1996/2001, 1999/2000, 2006 и 2012).

Впечатливо е при вкрстувањето на податоците дека како што расте степенот на образование од основно до високо, така се намалува стапката на верници. 100 % се определиле како верници оние што имаат незавршено основно образование, додека најмала е стапката на верниците со вишо или со високо образование (70,4%).

Со овие податоци донекаде се потврдува реалниот ефект од атеистичката идеологија или се потврдува дека процесите бавно се менуваат, па и во новите општествени околности „продолжува донекаде да важи претпоставката“, типична за модернизмот, дека како што ќе се развива процесот на образование, како што ќе се развива науката, така постепено ќе се намалува стапката на верниците. Донекаде овие податоци одат во прилог на оваа теза, но современите текови треба покомплексно да се истражуваат. Индикативен и забележлив е пристапот на младите високообразовани кадри во верските колективитети, но, сепак, нивниот ефект треба дополнително и можеби и засебно да се проучува и истражува.

Во стапките за лична верска идентификација се отсликуваат и регионалните особености, издвојувајќи го регионот на Скопје, како регион кој бележи најниска стапка на религиозна самоидентификација (63,6%). Дефинитивно поголема е и стапката на верници коишто ја поддржуваат партијата која е дел од власта (83,1%), за разлика од поддржувачите на партиите коишто не се дел од власта, а која достигнува стапка до речиси 13%.

Со анализа на резултатите коишто се однесуваат на димензијата на религиозноста за просечната фреквенција на посетата на верските објекти, како значаен показател на религиозноста на населението, највпечатлив е податокот дека најмногу испитаниците одат во верски објект за време на големите верски празници (39,3%), а нешто помалку одат понекогаш (36,3), а додека 12,6% од испитаниците не се сеќаваат или воопшто не оделе во верски објект. Само 11,8% или 118 испитаници се изјасниле дека редовно одат во верските објекти на своите колективитети.

Табела: Податоци од обработеното прашање „Колку често во просек одите во црква/џамија/верски објект?“ – Јавното мислење во Македонија – 2012 год.

	Возраст					Вкупно
	18-29 г.	30-39 г.	40-49 г.	50-65 г.	над 65 г.	
1. Да, одам редовно	11,1%	13,4%	8,9%	14,9%	10,2%	11,8%
2. Понекогаш	36,5%	34,7%	40,9%	33,0%	36,7%	36,3%
3. Само на поголеми верски празници	39,7%	42,1%	39,9%	37,2%	36,7%	39,3%
4. Не се сеќавам	4,8%	5,0%	3,9%	2,8%	4,7%	4,2%
5. Воопшто не одам	7,9%	5,0%	6,4%	12,1%	11,7%	8,4%
ВКУПНО	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Што се однесува до овој индикатор, Македонија е најблиску до Молдавија (12,2% од верниците секоја недела одат во црква)¹⁸ и ги „следи“ европските трендови, бележејќи релативно високи стапки на самоопределување како верници, но со значително помали стапки на редовна верска практика. Македонските верници, според овој индикатор на религиозноста, би можеле да се опишат дека веруваат, но дека не припаѓаат.¹⁹ Верската практика на македонското верништво се поврзува со одбележување на централните настани од животот на секој човек, како и со славење на главните верски празници.

Се потврдува поставената хипотеза дека постепено по оддалечувањето од конфликтот 2001-та, ќе се намалува стапката на верниците, според личната верска идентификација. Маневрирањето според податоците се одвива преку модалитетот на неопределените или на оние коишто себеси се одредуваат помеѓу верник и неверник. Практиката на верничката популација во Македонија не ги следи стапките на личната верска идентификација. Само 11,8% од испитаниците редовно одат во верскиот објект. Доминира повременото или посетувањето на верскиот објект за главните верски празници.

Религијата и моралот

Мултидимензионалниот однос на религијата и моралот само е загатнат во дел од кратката батерија на прашањата за религијата во овој проект. Таа се втемелува врз истражување на: довербата на испитаниците во верското водство, врз перцепцијата на испитаниците колку се „етички“ верските водачи, како и на критичкиот однос на самите верници кон тоа, колку самите ги почитуваат моралните вредности на коишто ги подучува нивната религија.

18 Ибид., стр. 38.

19 Davie, G., Ибид, стр.59-85.

ДОВЕРБА ВО ВЕРСКОТО ВОДСТВО

Еден фрагмент кој може да понуди начелни основи за ставот на граѓаните кон духовното водство претставува прашањето за довербата којашто граѓаните ја имаат во верските водачи, како истурен дел на верскиот колективитет. Според емпириските показатели, достапни и од други анкети, граѓаните на Македонија, во споредба со другите нерелигиозни институции, најмногу им веруваат на верските заедници.²⁰ Но, овде посебно се поставува прашањето колкава е довербата на испитаниците не општо кон верскиот колективитет, туку само кон верското водство. Одговорот којшто доминира во прашањето за довербата којашто испитаниците ја имаат во верските водачи се концентрира околу одговорот - ниту им верувам, ниту не им верувам 35,8%, односно многу мала доверба кон верските водачи изразиле повеќе од четвртина од испитаниците. Воопшто не им веруваат на верските водачи 23,2% од испитаниците.

Табела: Вкрстување на прашањето „Колку воопшто имате доверба во верските водачи?“ со верската припадност:

	Верска припадност					Не припаѓам на ниту една	
	Православна	Исламска	Католичка	Друга			
Многу голема доверба	58	71	5	1	0	135	
%	9,4%	22,5%	29,4%	6,3%	0,0%		
Многу мала доверба	197	58	6	5	9	275	
%	31,9%	18,4%	35,3%	31,3%	27,3%		
Ниту им верувам, ниту не им верувам	202	134	2	7	13	358	
%	32,7%	42,4%	11,8%	43,8%	39,4%		
Воопшто не им верувам	161	53	4	3	11	232	
%	26,1%	16,8%	23,5%	18,8%	33,3%		
ВКУПНО	618	316	17	16	33	1000	

Pearson Chi-square: 67,2804, df=12, p=,000000

²⁰ Цацаноска, Р., Социјалниот кајџијал во македонското општество, Годишник на ИСППИ, XXXIV, Бр. 1 – 2010, стр. 49-61.

При вкрстувањето на податоците, забележлива е тенденцијата, според која, како што расте степенот на образование, така опаѓа „количеството“ на доверба којашто испитаниците ја имаат во верските водачи. При вкрстувањето на овие две варијабли утврдена е статистичка значајност. Исто така, би напоменала дека најголема доверба во верските водачи имаат домаќинките и земјоделците. 43,9% од испитаниците, коишто се вработени во јавниот сектор, тврдат дека ниту им веруваат, ниту не им веруваат на верските водачи.

Табела: Вкрстување на прашањето „Колку воопшто имате доверба во верските водачи?“

	Образование				
	Незавршено основно	Основно	Средно	Вишо и високо	
Многу голема доверба	9	36	68	22	135
%	33,3%	27,1%	12,6%	7,3%	
%	0,9%	3,6%	6,8%	2,2%	13,5%
Многу мала доверба	5	29	146	95	275
%	18,5%	21,8%	27,1%	31,6%	
%	0,5%	2,9%	14,6%	9,5%	27,5%
Ниту им верувам, ниту не им верувам	7	42	191	118	358
%	25,9%	31,6%	35,4%	39,2%	
%	0,7%	4,2%	19,1%	11,8%	35,8%
Воопшто не им верувам	6	26	134	66	232
%	22,2%	19,6%	24,9%	21,9%	
%	0,6%	2,6%	13,4%	6,6%	23,2%
ВКУПНО	27	133	539	301	1000
	2,70%	13,30%	53,90%	30,10%	

Pearson Chi-square: 43,0775, df=9, p=,000002

Статистичка значајност се добива и од вкрстувањето на личната верска идентификација со довербата којашто испитаниците ја имаат кон верското водство.

Табела: Вкрстување на прашањето „Колку воопшто имате доверба во верските водачи?“ со личната верска идентификација.

	Верник	Не сум верник	Сум нешто помеѓу	
Многу голема доверба	130	1	4	135
%	16,88%	2,17%	2,17%	
Многу мала доверба	222	7	46	275
%	28,83%	15,22%	25,00%	
Ниту им верувам, ниту не им верувам	258	9	91	358
%	33,51%	19,57%	49,46%	
Воопшто не им верувам	160	29	43	232
%	20,78%	63,04%	23,37%	
ВКУПНО	770	46	184	1000

Pearson Chi-square: 79,3483, df=6, p=,000000

Индикативно е што најголем дел од одговорите се концентрира на одговорот ниту им верувам, ниту не им верувам, не само од категоријата на оние што се изразиле како лица кои не се верници, туку и кај верниците.. Недовербата којашто ја имаат верниците претставува јасен сигнал, којшто може да се препознае и во наведениот труд на протоѓаконот Гроздановски.

МОРАЛНИОТ ИНТЕГРИТЕТ НА ВЕРСКИТЕ ВОДАЧИ

Со следново прашање се обидов да соберам податоци за ставот на верниците кон моралните вредности на верскиот менаџмент, едноставно замолувајќи ги да ни го искажат интензитетот на своето согласување, односно несогласување со тврдењето дека нивните верски водачи ги поседуваат највисоките морални вредности коишто ги протежира нивната вера. Доминира стапката на одговори од „средишната позиција во скалата“, според која ниту се согласуваат, ниту не се согласуваат со наведеното тврдење. Но, 26,2% од испитаниците не се согласуваат со ова тврдење, а само 10,7% се согласуваат дека нивните водачи имаат морален кредибилитет. Специфично е дека 30,4% од православните испитаници изразиле „недоверба“ кон моралните вредности на своите верски водачи, додека, пак, оваа стапка кај испитаниците од исламска вероисповед изнесува 16,8%.

Табела: Вкрстување на прашањето: „Дали за себе си би рекле дека сте...?“ со степенот на согласување со тврдењето дека: „Моите верски водачи ги поседуваат највисоките морални вредности, кои ги протежира мојата вера?“

	Не се согласувам	Се согласувам	
Верник	166	160	228	115	101	770
%	63,36%	72,40%	80,28%	91,27%	94,39%	
Не сум верник	32	5	7	1	1	46
%	12,21%	2,26%	2,46%	0,79%	0,93%	
Сум нешто помеѓу	64	56	49	10	5	184
%	24,43%	25,34%	17,25%	7,94%	4,67%	
ВКУПНО	262	221	284	126	107	1000

Pearson Chi-square: 90,0381, df=8, p=,000000

Статистичка значајност се добива и при вкрстувањето на податоците на лична верска идентификација со степенот на согласност со тврдењето коешто директно се однесува на практичното однесување на верските водачи. Повеќе од забележлив е критичкиот однос на самите верници кон своето водство, коешто се изразува со нивната најниска стапка на согласност со ова тврдење. Или општо, од вкупно 1000 испитаници само 107 се изјасниле дека нивните верски водачи ги поседуваат највисоките морални вредности, коишто ги протежира нивната вера.²¹

ВАЖНОСТ НА МОРАЛНИТЕ НОРМИ

Но, нешто поинакви се одговорите на прашањето за перцепцијата на испитаниците за важноста на моралните вредности, на кои ги подучува религијата. Половина од испитаниците се согласиле дека (теоретски) многу се важни моралните вредности, на кои ги подучува религијата.

²¹ Вообичаено, во анкетите, интервјуата или фокусираните групи, лицата коишто се изјаснуваат како неверници, сепак имаат најчесто свој став или свои размислувања за верата на нивното семејство или блиски, која, иако ја сметаат како своја одредница. Во проектот „Десекуларизација на македонското општество“, при интервјуата со десетина испитаници, коишто се изјаснија како неверници, забележливо е упатувањето на својата религија на потекло, која многу често ја нарекуваа моја религија, иако всушност се изјаснуваат како неверници.

Табела: Вкрстување на прашањето за лична верска идентификација со степенот на согласување со тврдењето дека: „За мене, многу се важни моралните вредности на кои нè подучува религијата?“

	Не се согласувам	Се согласувам	
Верник	33	26	108	162	441	770
%	54,10%	52,00%	62,07%	75,00%	88,38%	
Не сум верник	14	6	9	6	11	46
%	22,95%	12,00%	5,17%	2,78%	2,20%	
Сум нешто помеѓу	14	18	57	48	47	184
%	22,95%	36,00%	32,76%	22,22%	9,42%	
ВКУПНО	61	50	174	216	499	1000

Pearson Chi-square: 132,459, df=8, p=0,00000

Статистичка значајност има при ова вкрстување на прашањата, укажувајќи на важноста којашто ја има религијата генерално за фундаирањето на моралот во општеството. Овие одговори ги толкувам првенствено како теоретска елаборација. Притоа, 71,2% од испитаниците Албанци сметаат дека се многу важни моралните вредности на кои ги подучува исламот, додека само 40,9% припадници на православноста вероисповед сметаат дека им се важни моралните вредности од нивната религија. Во Полошкиот регион највисока е стапката на испитаниците кои укажуваат на важноста на моралните вредности, а најмала е во Југоисточниот регион. За домаќинките и студентите моралните вредности на коишто ги подучува религијата остануваат многу важни.

ПОСТАПКИТЕ НА ВЕРНИЦИТЕ...

Во последното тврдење од фрагментот за религијата ги замолив испитаниците да го изнесат интензитетот на согласување, односно несогласување со исказот, дали верниците не постапуваат онака како што ги учи нивната религија. Критичкиот осврт на испитаниците се согледува преку најголема стапка од одговорите (28,2%) е на „средишниот интензитет“, според кој испитаниците ниту се согласуваат, ниту не се согласуваат со понудениот исказ. Но, за нијанса помала е стапката на испитаниците кои се согласуваат дека верниците не постапуваат според она на што ги учи нивната религија. Вкрстувањето на овие две варијабли има статистичка значајност.

Табела: Вкрстување на прашањето за лична верска идентификација со степенот на согласување со тврдењето: „Мислам дека верниците не постапуваат онака како што ги учи нивната религија?“

	Не се согласувам	Се согласувам	
Верник	87	79	221	173	210	770
%	79,82%	81,44%	78,37%	73,31%	76,09%	
Не сум верник	7	1	13	3	22	46
%	6,42%	1,03%	4,61%	1,27%	7,97%	
Сум нешто помеѓу	15	17	48	60	44	184
%	13,76%	17,53%	17,02%	25,42%	15,94%	
ВКУПНО	109	97	282	236	276	1000

Pearson Chi-square: 25,6939, df=8, p=,001186

Поголема е стапката на Албанците (31,9%), кои овој став го изнесуваат за својата религија, додека таа стапка е нешто помала кај испитаниците од православието (27,0%). Образованието претставува значаен индикатор за интензитетот на согласувањето, односно на несогласувањето со овој став, кој е статистички значаен..

Табела: Вкрстување на тврдењето „Мислам дека верниците не постапуваат онака како што ги учи нивната религија“ со образование

	Незавршено основно	Основно	Средно	Вишо и високо	
1.Не се согласувам	25,9%	17,3%	11,7%	5,3%	10,9%
2....	11,1%	16,5%	9,1%	7,6%	9,7%
3....	40,7%	30,1%	27,8%	26,9%	28,2%
4....	11,1%	23,3%	24,3%	23,6%	23,6%
5.Се согласувам	11,1%	12,8%	27,1%	36,5%	27,6%
ВКУПНО	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Pearson Chi-square: 53,2891, df=12, p=,000000

Врз основа на изнесените податоци, може да се укаже дека испитаниците се свесни за важноста на религијата за моралот, но во сферата на практичното согледување на протежираните и почитуваните морални норми постои отстапување. Заради тоа, може да се укаже дека религијата не претставува значаен извор на моралните вредности. Таа поврзаност е повеќе теоретска, отколку реална.

Чудото во „Свети Димитрија“

Меѓу другото и отстапувањето од моралните стандарди во 2012-тата, индиректно го одбележа чудото со самопочитувањето на фреските во црквата „Свети Димитрија“ во Скопје. Во батеријата на прашањата за религија, ги замолив испитаниците да го изнесат својот став кон самопочитувањето на фреските во скопската црква „Свети Димитрија“, за кој 56,6% од испитаниците едноставно немаат некое посебно мислење. Актуелниот настан, проследен со полемики и контроверзии во медиумите и воопшто во јавноста, не бил доволен повеќе од половината испитаници да имаат свој став. Својата скепса ја изразија 23,1%, укажувајќи дека станува збор за дело направено од човечка рака, а најмал е процентот од испитаниците, само 20,3% коишто сметаат дека станува збор за божјо дело.

Табела: Вкрстување на личната верска идентификација со прашањето за тоа што мислите дека е самопочитувањето на фреските во црквата „Свети Димитрија“?

	Божјо дело	Дело направено од човекова рака	Немам некое посебно мислење	
Верник	179	160	431	770
%	88,18%	69,26%	76,15%	
Не сум верник	3	27	16	46
%	1,48%	11,69%	2,83%	
Сум нешто помеѓу	21	44	119	184
%	10,34%	19,05%	21,02%	
ВКУПНО	203	231	566	1000

Pearson Chi-square: 47,8744, df=4, p=,000000

Притоа, очекувана е статистичката значајност, според која, во прилог на тоа дека станува збор за божјото дело се изјаснија 27,8% проценти македонски испитаници, а само 2,8% од албанските испитаници поверувале дека е тоа божјо чудо.

**Табела: Вкрстување на прашањето:
„За неодамнешниот настан, поврзан со самопочитувањето на фреските во црквата
„Свети Димитрија“ мислите дека е...“ со етничка припадност**

	Етничка припадност				
	Македонска	Албанска	Турска	Друго (Србин, Ром, Влав)	
Божјо дело	27,2%	2,8%	7,7%	26,0%	20,3%
Дело направено од човечка рака	18,3%	36,7%	12,8%	24,7%	23,1%
Немам некое посебно мислење	54,5%	60,5%	79,5%	49,3%	56,6%
ВКУПНО	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Pearson Chi-square: 90,0775, df=6, p=,000000

Актуелниот настан, којшто доби силна медиумска поддршка, го подели верничкото ткиво, или воопшто јавноста, на групации про и контра настанот.. Но, иако овој настан на моменти во медиумите доби свое „образложение“ и „затоа“ од моралниот пад во општеството, сепак остана голем дел од јавноста воздржан, подвлекувајќи дека немаат свое мислење. Со емпириските показатели за овој феномен, хипотезата беше делумно потврдена.

Заклучни согледувања

Религијата претставува динамична категорија, врз којашто големо влијание имаат општествените услови. Промената на општествените околности придонесува одделни елементи на религијата да се променат, но промените на одредени трендови одат доста бавно.

Јавната улога на религијата укажува дека религијата преминува од приватната на јавната сфера и дека верските колективитети имаат активна улога во делувањето на јавниот простор и токму тоа влијае врз општото профилирање на религијата. Врз основа на добиените показатели, се издвојува стабилизирањето на верничката структура, согледано низ призмата на личната верска идентификација на 77 %. Високата стапка на верници, според личната верска идентификација не се надоградува со соодветен степен на верска практика.

Поврзаноста на религијата и моралот, односно влијанието на религијата врз моралот во општеството е релативно мало, јасно скицирајќи се низ малата доверба што граѓаните ја имаат во духовното водство. Сликата се надополнува со податоците за перцепцијата на граѓаните за нивната моралност, како и со проценката колку тие ги поседуваат највисоките морални вредности. Не помалку интересна е перцепцијата на граѓаните во однос на реалното однесување на верниците, односно колку тие постапуваат онака како што ги учи нивната религија.

Поделеноста, односно немањето став во однос на актуелното случување во црквата „Свети Димитрија“ укажува на создавањето на групите про и контра настанот, но воедно јасно го физиомира и обликувањето на најголемата категорија на испитаници, коишто врз основа на произнесените ставови не се приклучиле кон едната или кон другата група.

Користена литература

- Ančić, B., Zrnišćak, S., Religion in Central European Societies: Its Social Role and People's Expectations, Religion and Society in Central and Eastern Europe 5 (1): 21-38.
- Cacanoska, R., The Religion in Macedonian Society, YUNIR YSSSR Annual – Year XV, The Sociology of Religion in the Former Yugoslav Republics, Nis, 2008.
- Casanova, J., Public Religions in the Modern World, Chicago\ London, University of Chicago Press, 1994.
- Casanova, J., Public Religions in the Modern World, Chicago\ London, University of Chicago Press, 1994.
- Davie, G., Religija u suvremenoj Evropi - mutacija sjećanja, Golden marketing – Tehnicka knjiga, Zagreb, 2005.
- Davie, G., The Sociology of Religion, Sage Publications, London, 2007.
- Eder, C., Post-secularism: A return to the public sphere, Eurozine, 2006-08-17.
- Herbert, D., Religion and Civil Society, Rethinking Public Religion in the Contemporary World, Aldershot, Ashgate Publishing Limited, 2003.
- Wilson, B., Salvation, Secularization and De-moralization, The Blackwell Companion to SOCIOLOGY OF RELIGION, Edited by Fen, K., R., Blackwell Publishing, 2001, стр. 39-51.
- Zrnišćak, S., Why, at all, we need Religion? Religion and Morality in Post-Communist Europe, труд презентирани на годишната конференција на Association for the Sociology of Religion, San Francisco, California, August 14, 2004.
- Гроздановски, Р., Секуларизам и секуларизација, Предавање на еднодневен форум, со еминентни професори и мислители, на 25.06.2007, Скопје, http://www.rrgrozdanovski.mk/index2php?option=com_content&tas... (пристапено на 21 февруари 2013).
- Жоглев, З., и Цацаноска, Р., Противречни толкувања за „чудото“ во Црквата „Свети Димитрија“ – Скопје – Анализа на содржината на написите во дневниот печат на Република Македонија, труд за меѓународната научна конференција MODERNIZACIJA, KULTURNI IDENTITETI I PRIKAZIVANJE RAZNOLIKOSTI, Ниш 2012, 113-135.
- Цацаноска, Р., Јавна религија, Зборник посветен на Владимир Митков, Правен факултет, Скопје, 2010.
- Цацаноска, Р., Социјалниот капитал во македонското општество, Годишник на ИСППИ, XXXIV, Бр. 1 – 2010, стр. 49-61.

Мирјана Борота Поповска

mborota@isppi.ukim.edu.mk

Васил Поповски

vasil@ek-inst.ukim.edu.mk

Марија Топузовска Латковиќ

marija_t@isppi.ukim.edu.mk

Работните вредности на македонската популација

Вовед

Во истражувањето се настојува да се одговори на прашањата: „дали постојат уникатни македонски работни вредности“, „кои вредности се претпочитаат на работното место од страна на вработените“, „дали има разлика помеѓу вредносните преференции на популацијата во Македонија според пол, возраст, образование“, „кои вредности се од особено значење“.

Следствено, во ова истражување е направен обид да се согледаат преференциите на работоспособното население во Македонија за работата, односно работниот контекст. Битно е да се нагласи дека за потребите на оваа студија терминот вредност е употребен во смисла на тоа што индивидуата посакува и/или претпочита како карактеристика на работниот контекст или работата, така што терминот вредност во оваа смисла се употребува повеќе како глагол отколку како именка. Односно, што вреднува повеќе испитаникот (преферира) во работниот контекст.

Работните вредности можат да се дефинираат како ставови на вработените за тоа што може да се очекува од работата и како да се делува за да се достигнат овие очекувања. Тоа се генерализирани очекувања за различните аспекти на работата (плата, автономност, работни услови), како и резултатите поврзани за работата (достигнувања, исполнетост, престиж) (Dose, 1997; George & Jones 1999; Ros, Schwartz & Surkiss, 1999). Работните вредности се хиерархиски подредени во однос на нивното значење за индивидуата.

Работните вредности го даваат одговорот на прашањето што е тоа што е значајно за индивидуата на нејзината работа или во нејзиниот живот, вклучувајќи го прашањето за парите, социјалната интеракција, интелектуалната стимулација, статусот, исполнетоста, достигнуањата. Тие ја даваат подлогата за просудувањето на светот околу себе.

Работните организации треба да разберат дека секој од вработените, како извршителите, така и менаџерите се раководени и мотивирани од хиерархија на сопствени уникатни персонални вредности. Организациите треба да им овозможат на вработените да ги поврзат персоналните вредности со организациските вредности. Изградувањето на оваа врска ќе влијае на зголемувањето на посветеноста и на нивното останување во организацијата на ангажираноста на вработените, што ќе води кон зголемени остварувања.

Користена методологија

Податоците за ова истражување се прибрани по пат на истражување на јавното мислење, спроведено септември 2012 на примерок од 1000 испитаници. Сите податоци беа собрани лице во лице. Покрај демографските податоци, во прашалникот испитаниците беа замолени да се изјаснат до кој степен тие лично ги вреднуваат 15-те различни аспекти на нивната работна средина, односно работно место. Користен е likert тип скала со вербална дескрипција од 1 до 6, каде 1 е незначајно, а 6 е многу значајно.

Во истражувањето е користен инструментот изграден од група истражувачи (Scott. W. Lester. Rhetta L. Standifer, Nicole J. Schultz and James M. Windsor 2012), кој претставува резултат на обемно истражување на релевантната литература (Lester, Standifer, Nicole, Schultz, Windsor, 2012; Anetzberger, Teaster, 2010) и спроведено тестирање за нивното групирање. Вклучени се 15 специфични аспекти на работата и работниот контекст. Тоа се:

1. Тимска работа (работење во тим/група);
2. Автономност во работата (или степенот до кој ќе можете сами да одлучите како да ја организирате и извршите работата);

3. Сигурно работно место (без страв од отпуштање);
4. Професионализам (или стручна подготвеност и познавање на работата);
5. Флексибилност на работното време (можност за пристигнување/заминување на/од работа порано/ подоцна и користење работни одмори по сопствен избор);
6. Постојење на формален авторитет (постојење на строго определени раководни позиции проследени со одговорност за донесување на одлуки и користење на организациски ресурси);
7. Технологија (достапност и унапредување на работната технологија, што подразбира користење на комбинација од алати, машини, компјутери, вештини, информации, знаење во производство на добра и услуги);
8. Комуникација лице в лице (директна комуникација);
9. E-mail комуникација (комуникација преку интернет);
10. Комуникација преку социјалните медиуми (како facebook, twitter, skype, linkedin);
11. Структурата на работата (или јасно дефинирање на сите позиции од работното место и работниот процес);
12. Учество во донесувањето на одлуки (почитување на вашето мислење при одлучувањето);
13. Континуирано учење (поддршка од страна на работодавецот за учење при извршување на работните задачи, посетување на конференции, семинари, обуки, формално образование);
14. Забава на работното место (разонода, хумор и дружење на работното место);
15. Признанија за сработеното (пофалба и награда од претпоставените за извршената работа).

Валидност на инструментот

Иницијално е извршена проверка на доверливоста на скалата на инструментот врз основа на Cronbach alpha коефициентот кој е со вредност $\text{Alpha}=.880$. Овој инструмент има задоволителни метриски карактеристики потребни за анализа на резултатите. Направена е биваријантна корелација за да се определат коефициентите на проста корелација помеѓу голем број на променливи. Користен е Пирсонов коефициент на корелација.

Резултати од истражувањето

Со цел да се открие што навистина вреднуваат испитаниците на работното место и во работниот контекст, им се овозможи да ги означат вредностите според значење. Табелата 1 ги претставува вредностите и фреквенциите според кои се подредени. Земајќи го предвид општествениот контекст, особено економскиот во кој се наоѓа земјата, не изненадува податокот дека „сигурното работно место без страв од отпуштање“ е нешто што го вреднуваат за најзначајно. Второто место е „професионализмот или стручна подготвеност и познавање на работата“. Третото место го делат „признанијата за сработеното, односно пофалба и награда од претпоставените за извршената работа“ и „технологија или достапност и унапредување на работната технологија, што подразбира користење на комбинација од алати, машини, компјутери, вештини, информации, знаење во производство на добра и услуги“.

Табела: Приоритет на вредности

	М	СД	%
1. Сигурно работно место	5.4910	1.02614	85%
2. Професионализам	5.3920	1.04280	82%
3. Технологија	5.2300	1.17409	75%
4. Признанија за сработеното	5.1740	1.20714	75%
5. Комуникација лице в лице	5.1170	1.25255	73%
6. Континуирано учење	5.1020	1.25266	71%
7. Учество во донесувањето одлуки	5.0540	1.21514	70%
8. Тимска работа	5.0260	1.30730	69%
9. Структура на работата	4.9160	1.29020	64%
10. Автономност во работата	4.7980	1.28095	63%
11. формален авторитет	4.6470	1.37996	57%
12. флексибилно работно време	4.5200	1.56782	56%
13. Е-mail комуникација	4.2410	1.67742	47%
14. Забава на работното место	4.1420	1.57554	43%
15. Комуникација преку социјални медиуми	3.6840	1.77744	33%

Настојувањето беше да се открие дали постојат зависности во вреднувањето на аспектите на работата според полот, возраста и образованието.

За сите варијабли е тестирано нивото на зависност со ниво на значајност од $\alpha=0.05$ и $\alpha=0.01$. Добиените резултати укажуваат дека статистички значајни се корелациите помеѓу полот и постоењето формален авторитет (0.080) на ниво на значајност $\alpha=0.05$ и помеѓу полот и комуникацијата лице в лице (0.063) на ниво на значајност $\alpha=0.05$. Во врска со полот и формалниот авторитет, како што може да се види од табелата, за жените постоењето на формален авторитет е позначајно отколку за мажите, жените се определиле за формалниот авторитет дека е многу значаен со 36%, додека мажите за многу значаен го сметаат 30%.

Табела: Приоритет на вредности според пол

	Жени	Мажи
1.	Сигурно работно место	Сигурно работно место
2.	Професионализам	Професионализам
3.	Технологија	Технологија
4.	Комуникација лице в лице	Тимска работа
5.	Признанија	Признанија
6.	Континуирано учење	Континуирано учење
7.	Тимска работа	Комуникација лице в лице
8.	Учество во донесување одлуки	Учество во донесување одлуки
9.	Структура	Структура
10.	Флексибилност на работно време	Автономност
11.	Автономност	Флексибилност на работно време
12.	Формален авторитет	Е-mail комуникација
13.	Е-mail комуникација	Формален авторитет
14.	Забава на работно место	Комуникација преку социјални медиуми
15.	Комуникација преку социјални медиуми	Забава на работно место

Табела: Формален авторитет (постоење на строго определени раководни позиции проследени со одговорност за донесување на одлуки и користење на организациски ресурси)

	Пол		Вкупно
	Машки	Женски	
Не е значајно	3,7%	2,2%	3,0%
2	4,9%	3,9%	4,4%
3	14,2%	12,8%	13,5%
4	21,9%	18,5%	20,2%
5	23,1%	24,3%	23,7%
Многу е значајно	30,4%	36,3%	33,3%
Без одговор	1,8%	2,0%	1,9%

Во врска со полот и комуникација лице в лице, како што може да се види од табелата, за жените е позначајна отколку за мажите, каде жените за многу значајна се определиле со 56.4%, а мажите со 48.9%. Од добиените резултати за кростабулацијата на вреднувањето на работата и полот и коефициентите на корелација, може да се изведе заклучок дека не постои разлика во вреднувањето на аспектите на работата помеѓу мажите и жените, освен на аспектот формален авторитет и комуникација лице в лице.

Табела: Комуникација лице в лице (директна комуникација)

	Пол		Вкупно
	Машки	Женски	
Не е значајно	2,4%	1,4%	1,9%
2	2,0%	3,4%	2,7%
3	9,5%	6,5%	8,0%
4	13,4%	11,4%	12,4%
5	22,5%	19,1%	20,8%
Многу е значајно	48,9%	56,4%	52,6%
Без одговор	1,4%	1,8%	1,6%

Потоа се испита дали има зависност во вреднувањето на аспектите на работата во однос на возраста.

За сите варијабли е тестирано нивото на зависност со ниво на значајност од $\alpha=0.05$ и $\alpha=0.01$. Добиените резултати укажуваат дека на ниво на значајност од 0.01 негативно корелираат возраста и : тимската работа (-0.89).; сигурно работно место (-0.096); професионализам (-0.099); флексибилност на работното време (-0.099); технологија (-0.114); комуникација лице в лице (-0.085); E-mail комуникација (-0.232); комуникација преку социјални медиуми (-0.185); забава на работно место (-0.84). На ниво на значајност од 0.05 статистички значајна е и корелацијата на возраста со континуираното учење (-0.062). Негативната корелација укажува дека со зголемување на возраста се намалува значењето на избраните варијабли. Независни од возраста се : автономност во работата, Формален авторитет, структура на работата и признанија за сработеното.

Табела: Процентуална определеност според возраста

	18-29	30-49	50-65	над 65
Тимска работа	57.1%	50.4%	48.8%	41.4%
Сигурно работно место	72.2%	72.1%	69.3%	57.8%
Професионализам	69.8%	59.7%	61.9%	57.8%
Флексибилност на работно време	39.7%	37.5%	29.8%	28.9%
Технологија	68.3%	55.8%	53.0%	53.1%
Комуникација лице в лице	61.5%	50.8%	48.4%	47.7%
Е-mail комуникација	43.3%	30.3%	21.4%	23.4%
Комуникација преку социјални медиуми	34.5%	17.3%	12.6%	19.5%
Учество во донесување одлуки	53.2%	42%	48.4%	43.8%
Континуирано учење	58.7%	49.4%	48.4%	50.8%
Забава на работно место	25.0%	25.2%	22.3%	20.3%
формален авторитет	37.3%	29.6%	34.0%	35.9%
Автономност	39.7%	35.8%	40.5%	32%
Структура	45.6%	40.2%	46%	43%
Признанија	62.7%	54.6%	54%	50%

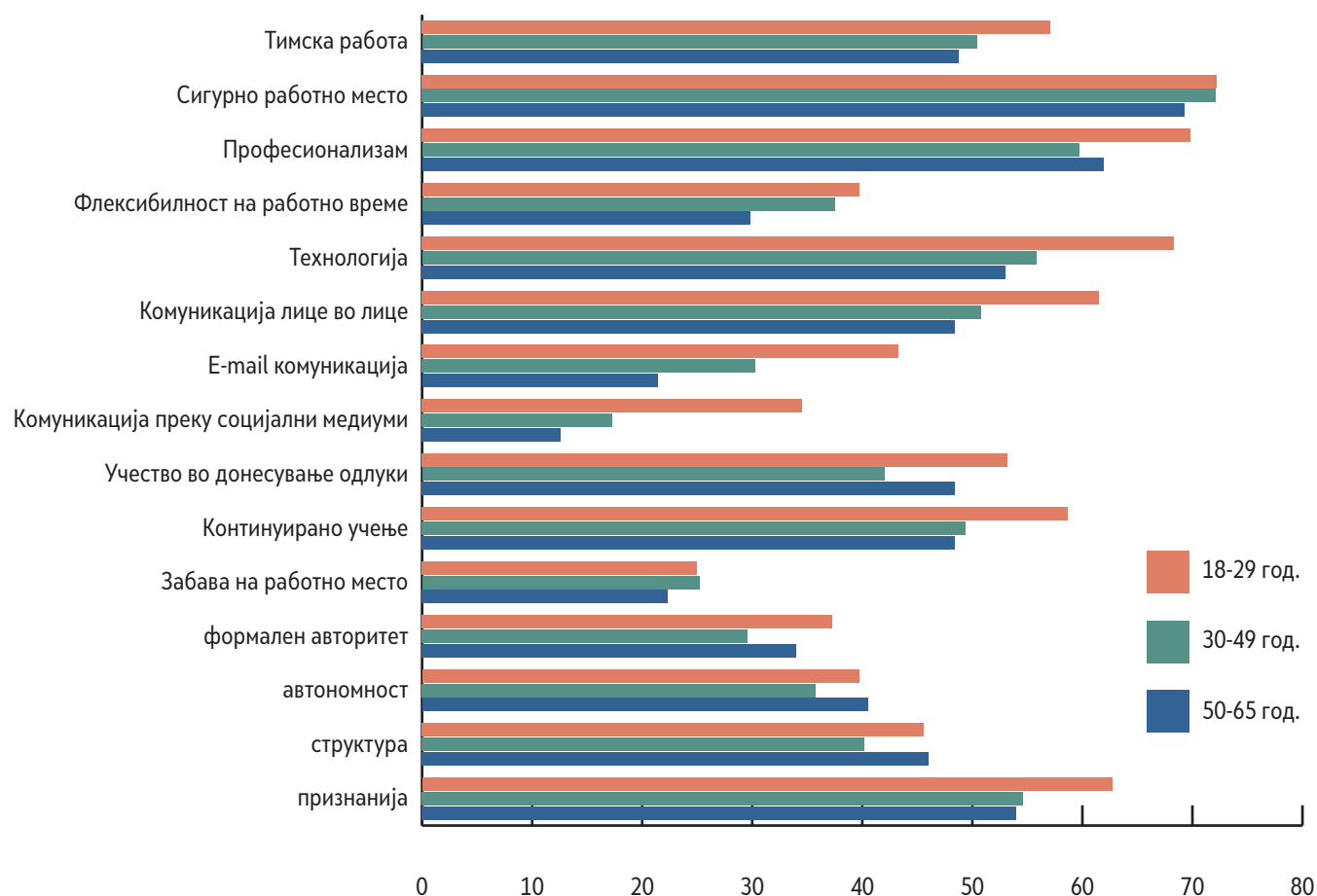


График: Возраст и процентуална определеност за вредностите на работното место

Направен е и приоритетот на вредности според старосни групи. Прикажан е во табелата подолу.

Табела: Приоритет на вредности според возраст

	18-29 год.	30-49 год.	50-65 год.	Над 65 год.
1.	Сигурно работно место	Сигурно работно место	Сигурно работно место	Сигурно работно место
2.	Професионализам	Професионализам	Професионализам	Професионализам
3.	Технологија	Технологија	Признанија	Технологија
4.	Признанија	Признанија	Технологија	Континуирано учење
5.	Комуникација лице в лице	Комуникација лице в лице	Тимска работа	Признанија
6.	Континуирано учење	Тимска работа	Комуникација лице в лице	Комуникација лице в лице
7.	Тимска работа	Континуирано учење	Учество во донесување одлуки	Учество во донесување одлуки
8.	Учество во донесување одлуки	Учество во донесување одлуки	Континуирано учење	Структура
9.	Структура	Структура	Структура	Тимска работа
10.	E-mail комуникација	Флексибилност на работно време	Автономност	Формален авторитет
11.	Автономност	Автономност	Формален авторитет	Автономност
12.	Флексибилност на работно време	E-mail комуникација	Флексибилност на работно време	Флексибилност на работно време
13.	Формален авторитет	Формален авторитет	Забава на работно место	E-mail комуникација
14.	Комуникација преку социјални медиуми	Забава на работно место	E-mail комуникација	Забава на работно место
15.	Забава на работно место	Комуникација преку социјални медиуми	Комуникација преку социјални медиуми	Комуникација преку социјални медиуми

Од табелата во која е прикажан приоритетот на вредности според возраста може да се види дека за исте возрасти на прво место е сигурното работно место, а на второ професионализмот, додека технологијата е на трето место за возрастите од 18 до 29, од 30 до 49 и за возраста над 65 години. За возраста од 50 до 65 на трето место се признанијата.

Се провери постоење зависност на вреднување на аспектите на работата во однос на образованието.

За сите варијабли е тестирано нивото на зависност со ниво на значајност од $\alpha=0.05$ и $\alpha=0.01$. Добиените резултати укажуваат дека на ниво на значајност од 0.01 позитивно корелираат сите варијабли со образование и тоа: тимска работа (0.142), автономност (0,157), сигурно работно место

(0,186), професионализам (0,205), флексибилност (0,104), технологија (0,205), комуникација лице в лице (0,125), е-маил комуникација (0,231), социјални медиуми (0,099), структура на работа (0,183), учество во одлуки (0,147), континуирано учење (0,226), забава на работно место (0,134) и признанија (0,102). На ниво на значајност од 0.05 е авторитет (0.077).

Табела: Процентуална определеност според образованието

	Незавршено основно	Основно	Средно	Вишо и високо
Тимска работа	40,7%	36,8%	50,1%	58,5%
Сигурно работно место	33,3%	51,9%	61,0%	72,4%
Професионализам	33,3%	51,9%	61,0%	72,4%
Флексибилност на работно време	22,2%	24,8%	35,6%	40,5%
Технологија	37,0%	49,6%	55,7%	67,8%
Комуникација лице в лице	40,7%	39,8%	53,1%	58,5%
Е-mail комуникација	25,9%	19,5%	28,2%	40,9%
Комуникација преку социјални медиуми	11,1%	18,0%	21,3%	24,3%
Учество во донесување одлуки	37,0%	37,6%	45,3%	53,2%
Континуирано учење	33,3%	36,1%	48,8%	65,4%
Забава на работно место		13,5%	23,7%	30,9%
Формален авторитет	25,9%	27,1%	32,5%	38,2%
Автономност	14,8%	31,6%	36,2%	43,9%
Структура	29,6%	31,6%	42,9%	50,2%
Признанија	40,7%	45,9%	51,9%	62,1%

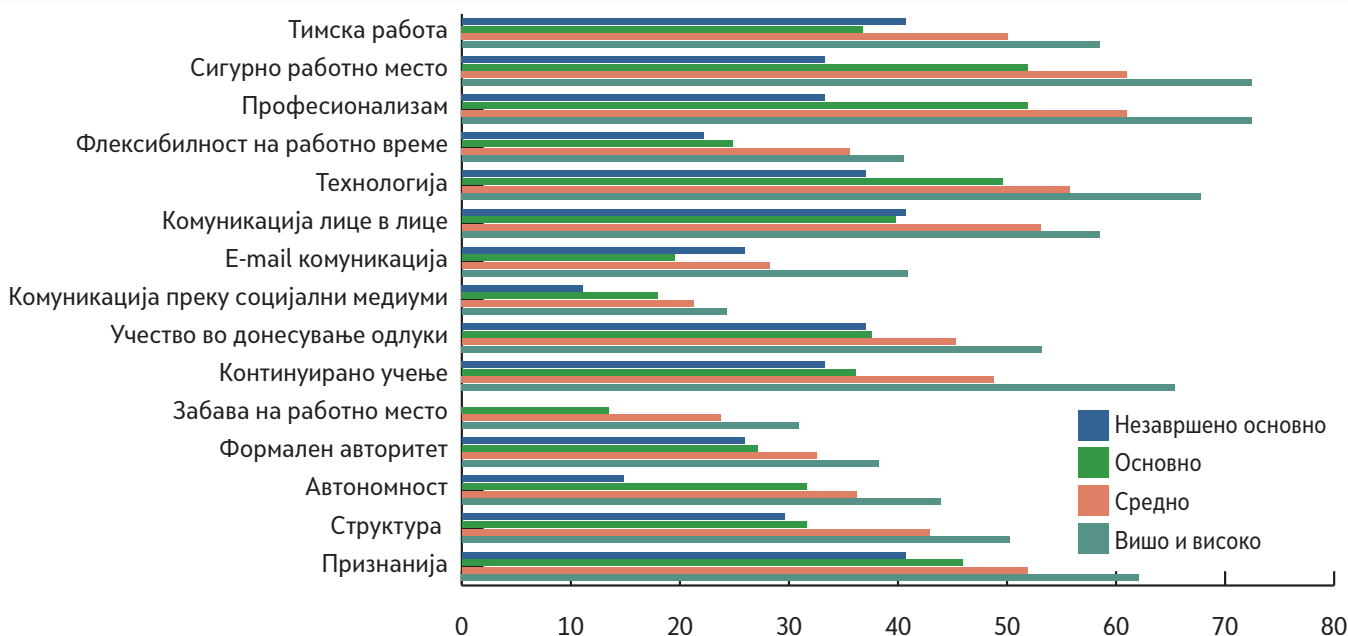


График: Образованието и процентуалната определеност за работните вредности

Табела: Приоритет на вредности според образованието

	Незавршено основно	Основно	Средно	Вишо и високо
1.	Признанија	Сигурно работно место	Сигурно работно место	Сигурно работно место
2.	Тимска работа	Професионализам	Професионализам	Професионализам
3.	Комуникација лице в лице	Технологија	Технологија	Технологија
4.	Технологија	Признанија	Комуникација лице в лице	Континуирано учење
5.	Учество во донесување одлуки	Комуникација лице в лице	Признанија	Признанија
6.	Сигурно работно место	Учество во донесување одлуки	Тимска работа	Тимска работа
7.	Професионализам	Тимска работа	Континуирано учење	Комуникација лице в лице
8.	Континуирано учење	Континуирано учење	Учество во донесување одлуки	Учество во донесување одлуки
9.	Структура	Автономност	Структура	Структура
10.	Е-mail комуникација	Структура	Автономност	Автономност
11.	Формален авторитет	Формален авторитет	Флексибилност на работно време	Е-mail комуникација
12.	Флексибилност на работно време	Флексибилност на работно време	Формален авторитет	Флексибилност на работно време
13.	Автономност	Е-mail комуникација	Е-mail комуникација	Формален авторитет
14.	Комуникација преку социјални медиуми	Комуникација преку социјални медиуми	Забава на работно место	Забава на работно место
15.	Забава на работно место	Забава на работно место	Комуникација преку социјални медиуми	Комуникација преку социјални медиуми

Табела: Корелациона матрица

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020	VAR00021	
VAR00001 Pearson Correlation	1	,457**	,384**	,501**	,235**	,404**	,481**	,471**	,386**													
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00002 Pearson Correlation	,457**	1	,319**	,491**	,297**	,420**	,467**	,433**	,340**													
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00003 Pearson Correlation	,384**	,319**	1	,534**	,284**	,383**	,442**	,433**	,270**													
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00004 Pearson Correlation	,501**	,491**	,534**	1	,378**	,461**	,583**	,541**	,356**													
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00005 Pearson Correlation	,235**	,297**	,284**	,378**	1	,325**	,301**	,374**	,197**													
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00006 Pearson Correlation	,404**	,420**	,383**	,461**	,325**	1	,496**	,479**	,384**													
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00007 Pearson Correlation	,481**	,467**	,442**	,583**	,301**	,496**	1	,575**	,486**													
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00008 Pearson Correlation	,471**	,433**	,433**	,541**	,374**	,479**	,575**	1	,381**													
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00009 Pearson Correlation	,386**	,340**	,270**	,356**	,197**	,384**	,486**	,381**	1													
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000														
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00010 Pearson Correlation	,294**	,288**	,192**	,276**	,166**	,312**	,388**	,315**	,656**													
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00011 Pearson Correlation	,448**	,479**	,410**	,533**	,333**	,495**	,549**	,500**	,385**													
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00012 Pearson Correlation	,437**	,486**	,393**	,512**	,331**	,451**	,560**	,563**	,404**													
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00013 Pearson Correlation	,482**	,446**	,431**	,517**	,262**	,460**	,651**	,529**	,452**													
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00014 Pearson Correlation	,216**	,278**	,137**	,241**	,409**	,243**	,267**	,287**	,236**													
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00015 Pearson Correlation	,426**	,372**	,361**	,459**	,276**	,507**	,521**	,530**	,389**													
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00016 Pearson Correlation	-,020	-,002	,043	,007	,056	,080*	,008	,063*	,019													
Sig. (2-tailed)	,535	,944	,176	,820	,078	,012	,804	,047	,542													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00017 Pearson Correlation	-,089**	-,050	-,096**	-,099**	-,099**	-,012	-,114**	-,085**	-,232**													
Sig. (2-tailed)	,005	,111	,002	,002	,002	,714	,000	,007	,000													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00018 Pearson Correlation	-,098**	-,052	-,094**	-,028	,066*	-,032	-,054	-,020	-,095**													
Sig. (2-tailed)	,002	,102	,003	,374	,036	,312	,088	,530	,003													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00019 Pearson Correlation	-,038	,003	-,017	,018	,077*	,003	,000	-,005	-,048													
Sig. (2-tailed)	,229	,932	,594	,576	,015	,915	,998	,886	,130													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00020 Pearson Correlation	,142**	,157**	,186**	,205**	,104**	,077*	,205**	,125**	,231**													
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,015	,000	,000	,000													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													
VAR00021 Pearson Correlation	-,037	-,043	-,068*	-,012	-,017	,042	-,025	-,038	,001													
Sig. (2-tailed)	,245	,174	,032	,704	,587	,184	,422	,235	,983													
N	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000													

v1=тимска раб; v2=автономност; v3=сигурно раб место; v4=професионализам; v5=флексибилност; v6=авторитет; v7=технолошки одлуки; v13=континуирано учење; v14=забава; v15=признанија за сработено; v16=пол; v17=возраст; v18=етничка припадност

VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020	VAR00021
,294**	,448**	,437**	,482**	,216**	,426**	-,020	-,089**	-,098**	-,038	,142**	-,037
,000	,000	,000	,000	,000	,000	,535	,005	,002	,229	,000	,245
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
,288**	,479**	,486**	,446**	,278**	,372**	-,002	-,050	-,052	,003	,157**	-,043
,000	,000	,000	,000	,000	,000	,944	,111	,102	,932	,000	,174
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
,192**	,410**	,393**	,431**	,137**	,361**	,043	-,096**	-,094**	-,017	,186**	-,068**
,000	,000	,000	,000	,000	,000	,176	,002	,003	,594	,000	,032
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
,276**	,533**	,512**	,517**	,241**	,459**	,007	-,099**	-,028	,018	,205**	-,012
,000	,000	,000	,000	,000	,000	,820	,002	,374	,576	,000	,704
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
,166**	,333**	,331**	,262**	,409**	,276**	,056	-,099**	,066**	,077**	,104**	-,017
,000	,000	,000	,000	,000	,000	,078	,002	,036	,015	,001	,587
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
,312**	,495**	,451**	,460**	,243**	,507**	,080**	-,012	-,032	,003	,077**	,042
,000	,000	,000	,000	,000	,000	,012	,714	,312	,915	,015	,184
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
,388**	,549**	,560**	,651**	,267**	,521**	,008	-,114**	-,054	,000	,205**	-,025
,000	,000	,000	,000	,000	,000	,804	,000	,088	,998	,000	,422
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
,315**	,500**	,563**	,529**	,287**	,530**	,063**	-,085**	-,020	-,005	,125**	-,038
,000	,000	,000	,000	,000	,000	,047	,007	,530	,886	,000	,235
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
,656**	,385**	,404**	,452**	,236**	,389**	,019	-,232**	-,095**	-,048	,231**	,001
,000	,000	,000	,000	,000	,000	,542	,000	,003	,130	,000	,983
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
1	,352**	,405**	,420**	,220**	,293**	,041	-,185**	-,015	-,020	,099**	,020
,	,000	,000	,000	,000	,000	,191	,000	,643	,538	,002	,517
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
,352**	1	,579**	,590**	,302**	,409**	,052	-,035	-,078**	-,004	,183**	,031
,000	,	,000	,000	,000	,000	,101	,270	,013	,901	,000	,328
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
,405**	,579**	1	,631**	,322**	,520**	,057	-,044	-,027	-,011	,147**	,036
,000	,000	,	,000	,000	,000	,074	,164	,398	,731	,000	,250
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
,420**	,590**	,631**	1	,313**	,524**	,012	-,062**	-,085**	-,031	,226**	,009
,000	,000	,000	,	,000	,000	,697	,049	,007	,329	,000	,780
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
,220**	,302**	,322**	,313**	1	,283**	,060	-,084**	-,053	-,046	,134**	,030
,000	,000	,000	,000	,	,000	,059	,008	,096	,149	,000	,343
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
,293**	,409**	,520**	,524**	,283**	1	,043	-,049	-,041	-,010	,102**	,025
,000	,000	,000	,000	,000	,	,170	,121	,199	,761	,001	,422
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
,041	,052	,057	,012	,060	,043	1	-,069**	-,002	-,023	-,014	,034
,191	,101	,074	,697	,059	,170	,	,030	,961	,460	,651	,276
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
-,185**	-,035	-,044	-,062**	-,084**	-,049	-,069**	1	-,075**	-,079**	-,274**	,186**
,000	,270	,164	,049	,008	,121	,030	,	,018	,012	,000	,000
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
-,015	-,078**	-,027	-,085**	-,053	-,041	-,002	-,075**	1	,299**	-,264**	-,003
,643	,013	,398	,007	,096	,199	,961	,018	,	,000	,000	,919
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
-,020	-,004	-,011	-,031	-,046	-,010	-,023	-,079**	,299**	1	-,054	-,006
,538	,901	,731	,329	,149	,761	,460	,012	,000	,	,089	,845
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
,099**	,183**	,147**	,226**	,134**	,102**	-,014	-,274**	-,264**	-,054	1	-,123**
,002	,000	,000	,000	,000	,001	,651	,000	,000	,089	,	,000
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
,020	,031	,036	,009	,030	,025	,034	,186**	-,003	-,006	-,123**	1
,517	,328	,250	,780	,343	,422	,276	,000	,919	,845	,000	,
1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000

логија; v8=ком лице в лице; v9=е-маил ком; v10=ком преку социјални медиуми; v11структура; v12=учество во донесување на ; v19=верска припадност; v20=образование; v21=социоекономски статус.

Заклучок

Целта на оваа студија беше да се испита испитаниците што вреднуваат, посакуваат или претпочитаат како карактеристика на работниот контекст или работата, односно што вреднува испитаникот повеќе (преферира) во работниот контекст. Се изврши проверка на доверливоста на скалата на инструментот врз основа на Cronbach alpha коефициентот кој е со вредност $\text{Alpha}=.880$. Овој инструмент има задоволителни метриски карактеристики, потребни за анализа на резултатите. Спроведената биваријантна корелација ги покажа коефициентите на проста корелација помеѓу голем број на променливи. Користен е Пирсонов коефициент на корелација.

Вредностите влијаат на перцепциите и на однесувањето и имаат импликации и за меѓучовечките интеракции. Кога вработените имаат слични системи на вредности, тие имаат тенденција да гледаат на надворешните дразби на сличен начин. Меѓу другото, оваа сличност во толкувањето и класифицирање на опкружувањето служи за да се разјаснат нивните меѓусебни комуникации. Поединци со слични вредносни системи се однесуваат на сличен начин. Вредносната сличност ја олеснува интеракцијата на индивидуите за да ги достигнат заедничките цели, бидејќи ќе се намали двосмисленоста на информациите и конфликтот. Оттука, индивидуите со слични вредности ќе бидат позадоволни од нивните меѓучовечки односи (Meglino & Ravlin, 1998). Бидејќи културата на организацијата е во функција на заедничките вредности, поклопувањето на индивидуалните и на организациските вредности обезбедува пристап кон мерење на организациската култура и разбирање на нејзиниот ефект (Posner, 1993). Повеќе студии открија дека поклопувањето на индивидуалните и на организациските вредности како резултат имаат: поголема посветеност,, задоволство од работата, организациска посветеност (Meglino, Ravlin, & Adkins, 1989; Chatman, 1989; Posner & Schmidt, 1993; McDonald, 1993; Cable & Judge, 1996).

Истражувањата насочени кон вредностите и работата привлекуваат големо внимание во организациските науки. Релацијата вредности или вреднувањето на аспектите на работата со областа менаџмент на човечки ресурси е од особено значење и може да придонесе во соодветно структурирање и имплементирање на сите функции на менаџментот на човечки ресурси. Така, концептот на вредности може да биде значаен при структурирање на работните места, што подразбира соодветни услови за работа што ќе бидат прифатливи за одделни категории на вработени. Така, на пример, можеше да се согледа од резултатите дека младите вработени со високо образование покрај сигурното работно место, професионализам и технологија високо ги вреднуваат континуираното учење, E-mail комуникацијата и комуникацијата преку социјалните медиуми, додека за категоријата од 50-65 години со високо образование, покрај сигурното работно место и професионализмот, на високо место по значајност се и признанијата, како и учеството во донесувањето одлуки. Резултатите можат да се употребат и во процесот на регрутација, селекција: професионален и кариерен развој, а особено во процесот на задржување на вработените. Вредностите на вработените треба да се земат предвид при изградувањето на квалитетен мотивационен систем кој ќе ѝ овозможи на организацијата да ја зголеми конкурентската предност. Бидејќи вредностите укажуваат на генералната насоченост на активностите на индивидуите, сосема е очигледно дека организациските вредности имаат одреден ефект врз индивидуалните вредности, како и обратно и треба да се оди во насока да се креира нивна меѓусебна согласност.



Литература

- Argyris, C and Schon D. *Organizational Learning. A Theory of Action Perspective*, Addison Wesley. Reading, MA, 1978.
- Bellotto, M., & Zatti, A. Working Values and the Italian Family. *Innovation: The European Journal Of Social Sciences*, 12(4), (1999). 583-596.
- Cable, D. M., & Judge, T. A. Person-organization fit, job choice decisions, and organizational entry. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 67, (1996). 294-311.
- Cable, D. M., & Judge, T. A.. Interviewers' perceptions of person-organization fit and organizational selection decisions. *Journal of Applied Psychology*, 82, (1997) 546-561.
- Chatman, J. A. Improving interactional organizational research: A model of person-organization fit. *Academy of Management Review*, 14, (1989). 333-349.
- Chatman, J. A. Matching people and organizations: Selection and socialization in public accounting firms. *Administrative Science Quarterly*, 36, (1991). 459-484.
- Dose, J. J. Work values: An integrative framework and illustrative application to organizational socialization. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 70, (1997). 219-240.
- Finegan, J. E. The impact of person and organizational values on organizational commitment. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, (2000). 149-169.
- Furnham, A. *The Psychology of Behavior at Work. The Individual in the Organization*, Psychology Press, London, 1997.
- Gilliland S, W., Steiner D.D., Skarlicki D.P. *Emerging Perspectives on Values in Organizations*. Information Age Publishing, Greenwich, CT, 2003.
- George JM, Jones GR. *Understanding and Managing Organizational Behavior* (3rd edn). Addison-Wesley: New York. 1999.
- Hofstede, G. *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*, SAGE Publications Beverly Hills, CA, 1980.
- Hodgetts Richard and Luthans Fred. *International Management*. McGraw-Hill, New York, 1994.
- Horai, J, 'On vision, values and cushy management', *American Psychologist*, 52, 7, p. 745, Business Source Premier, 1997, EBSCOhost, viewed 12 March 2013.
- Ivancevich, J. M., & Matteson, M. T.. *Organizational behavior and management*. Chicago: McGraw-Hill. 1996.
- Inglehart, R. *Modernization and Post modernization*. Princeton University Press, Princeton, 1997.
- Jones G, George J. *Contemporary management*, McGraw-Hill, New York, 2008.
- McNeil E. B. and Rubin Z. *The Psychology of Being Human*, San Francisco: Canfield Press, 1977.
- McDonald, P., & Gandz, J. Identification of values relevant to business research. *Human Resource Management*, 30,. (1991). 217-236.
- McDonald, P. R. *Individual-organizational value congruence: Operationalization and consequents*. Unpublished doctoral dissertation, University of Western, Ontario, London, Canada. (1993).
- Meglino, B. M., Ravlin, E. C., & Adkins, C. L. A work values approach to corporate culture: A field test of the value congruence process and its relationship to individual outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 74, 1989. pg 424-432.
- Meglino, B. M., & Ravlin, E. C. Individual values in organizations: Concepts, controversies, and research. *Journal of Management*, 24, 1998. pg51-389.
- Posner, B. Z., & Schmidt, W. H. Value congruence and differences between the interplay of personal and organizational value systems. *Journal of Business Ethics*, 12, (1993). 341-347.







- Ravlin, E. C., & Meglino, B. M. Effect of values on perception and decision making: A study of alternative work values measures. *Journal of Applied Psychology*, 72, (1987). 666-673.
- Rokeach M. *The nature of human values*, Free Press, New York, 1973.
- Rocheach and Ball-Rocheach. "Stability and Change in American Values, 1969-1981", *American Psychologist*, 44, 775-784.1989.
- Ros, Maria., Shalom H. Schwartz, S. H. & Shoshana Surkiss. "Basic Individual Values, Work Values, and the Meaning of Work," *Applied Psychology – An International Review*, 48,1999. pg49-71.
- Schein, E.H. *Organizational Culture and Leadership*, Josey-Bass, San Fransisco, CA, 1985.
- Scott. W. Lester. Rhetta L. Standifer, Nicole J. Schultz and James M. Windsor (2012) Actual versus perceived generational differences at work: an empirical examination, *Journal of Leadership &Organizational Studies*, SAGE, online 25 april 2012), pg.6.
- Taylor, C. *Sources of the Self*. Cambridge University Press, Cambridge, 1989.
- Westerman, J.W, Yamamura J.H. *Generational preferences for work environment fit: effects on employee outcomes*, Emerald, Career Development International Vol 12, No 2, 2007, 150-161.

Општа дистрибуција на податоци




Општо земено дали работите во Република Македонија
одат во правилна или во погрешна насока?

	Честота	%	
Правилна насока	327	32,7	
Погрешна насока	673	67,3	
Вкупно	1.000	100,0	

Според Ваше мислење какво расположение денес преовладува
кај најголемиот број граѓани на Македонија?

	Честота	%	
Загриженост и страв	263	26,3	
Огорченост и револт	252	25,2	
Рамнодушност и пасивност	103	10,3	
Надеж и страв	138	13,8	
Верување дека наскоро се ќе се подобри	207	20,7	
Мотивираност за активно вклучување во решавањето на проблемите	37	3,7	
Вкупно	1.000	100,0	

За колку време според Ваша оценка Република Македонија ќе ги совлада
економско-социјалните потешкотии со кои сега се соочува?

	Честота	%	
Во следните пет години	179	17,9	
За пет до десет години	324	32,4	
Дури после десет години	497	49,7	
Вкупно	1.000	100,0	

За колку време според Ваша оценка вашето семејство ќе ги совлада економско-социјалните потешкотии со кои сега се соочува?

	Честота	%
Во следните пет години	329	32,9
За пет до десет години	308	30,8
Дури после десет години	363	36,3
Вкупно	1.000	100,0

Што е денес најзначајно за да се успее во животот?

	Честота	%
Да се има лична способност и образование	204	20,4
Да се биде чесен и праведен	169	16,9
Да се има пари	210	21,0
Учество или поврзаност со власта	417	41,7
Вкупно	1.000	100,0







Колку се согласувате дека на медиумите во Македонија може да им се верува?

	Честота	%
Сосема се согласувам	42	4,2
Се согласувам	260	26,0
Не се согласувам	467	46,7
Сосема не се согласувам	231	23,1
Вкупно	1.000	100,0









Колку се согласувате дека медиумите во Македонија не се под притисок и можат слободно да известуваат?

	Честота	%
Сосема се согласувам	59	5,9
Се согласувам	228	22,8
Не се согласувам	446	44,6
Сосема не се согласувам	267	26,7
Вкупно	1.000	100,0










Според Вас, медиумите во Македонија, најголем притисок трпат од:

	Честота	%	
Власта	398	39,8	
Опозицијата	43	4,3	
Сопствениците	140	14,0	
Од власта и сопствениците	280	28,0	
Од опозицијата и сопствениците	28	2,8	
Медиумите се слободни, не се под притисок	111	11,1	
Вкупно	1.000	100,0	

**Во која од следниве македонски телевизии имате најмногу доверба,
кога известува за политички теми?**

	Честота	%	
МТВ	72	7,2	
Сител	116	11,6	
Канал 5	146	14,6	
Алфа	104	10,4	
Телма	69	6,9	
Алсат	165	16,5	
24 Вести	60	6,0	
Во ниедна	268	26,8	
Вкупно	1.000	100,0	

Во кој весник имате најмногу доверба, кога известува за политички теми?

	Честота	%	
Вечер	72	7,2	
Утрински весник	73	7,3	
Дневник	142	14,2	
Фокус (дневен)	48	4,8	
Ден	8	0,8	
Коха	79	7,9	
Журнал	26	2,6	
Нова Македонија	67	6,7	
Во ниеден	485	48,5	
Вкупно	1.000	100,0	

Која од следниве телевизии, според вас, најмногу ги влошува меѓуетничките односи во Македонија?

	Честота	%
МТВ	57	5,7
Сител	441	44,1
Канал 5	57	5,7
Алфа	32	3,2
Телма	20	2,0
Алсат	45	4,5
24 Вести	8	0,8
Не знам	340	34,0
Вкупно	1.000	100,0

Кој во Македонија најмногу ги влошува меѓуетничките односи?

	Честота	%
Самите граѓани со нивните предрасуди	149	14,9
Политичките партии од власта	328	32,8
Политичките партии од опозицијата	151	15,1
Медиумите	164	16,4
Верските заедници	75	7,5
Не знам	133	13,3
Вкупно	1.000	100,0






Доколку ги користите социјалните мрежи (Фејсбук, Твитер...), во кој дел сте најмногу активни?

	Честота	%
За дружење со пријатели	417	41,7
За забава, игри	152	15,2
За политичко организирање (коментирање на политички теми, организирање протести и сл.)	7	0,7
Не користам социјални мрежи	424	42,4
Вкупно	1.000	100,0






На кој портал најчесто следите информации?

	Честота	%
Не знам што е тоа	575	57,5
Без одговор	425	42,5
Вкупно	1.000	100,0






Која соседна држава најнегативно влијае врз состојбите во Македонија?

	Честота	%	
Србија	165	16,5	
Бугарија	44	4,4	
Косово	70	7,0	
Албанија	39	3,9	
Грција	682	68,2	
Вкупно	1.000	100,0	






Каква е Вашата приврзаност кон Република Македонија како држава?

	Честота	%	
Воопшто не сум приврзан	66	6,6	
2	76	7,6	
3	174	17,4	
4	204	20,4	
Сосема сум приврзан	480	48,0	
Вкупно	1.000	100,0	

Каква е Вашата приврзаност кон Вашата етничка група?

	Честота	%	
Воопшто не сум приврзан	18	1,8	
2	23	2,3	
3	81	8,1	
4	200	20,0	
Сосема сум приврзан	678	67,8	
Вкупно	1.000	100,0	

Каква е Вашата приврзаност кон Вашиот роден крај?

	Честота	%	
Воопшто не сум приврзан	27	2,7	
2	30	3,0	
3	111	11,1	
4	204	20,4	
Сосема сум приврзан	628	62,8	
Вкупно	1.000	100,0	

Каква е Вашата приврзаност кон Вашата религија?

	Честота	%
Воопшто не сум приврзан	35	3,5
2	29	2,9
3	131	13,1
4	226	22,6
Сосема сум приврзан	579	57,9
Вкупно	1.000	100,0

Каква е Вашата приврзаност кон Балканот?

	Честота	%
Воопшто не сум приврзан	97	9,7
2	145	14,5
3	359	35,9
4	200	20,0
Сосема сум приврзан	199	19,9
Вкупно	1.000	100,0

Каква е Вашата приврзаност кон Европа?

	Честота	%
Воопшто не сум приврзан	111	11,1
2	116	11,6
3	283	28,3
4	210	21,0
Сосема сум приврзан	280	28,0
Вкупно	1.000	100,0

Ве молиме посочете дали членувате во некоја од наведените видови групи/здруженија?

	Честота	%
Политичка партија	173	17,3
Синдикат	57	5,7
Професионална организација	34	3,4
НВО	53	5,3
Културна или спортска организација	47	4,7
Никаде не сум член	636	63,6
Вкупно	1.000	100,0

Дали за себе би рекле:

	Честота	%	
Верник сум	770	77,0	
Не сум верник	46	4,6	
Сум нешто помеѓу	184	18,4	
Вкупно	1.000	100,0	

Колку често во просек одите во црква/џамија/верски објект?

	Честота	%	
Да, одам редовно	118	11,8	
Понекогаш	363	36,3	
Само на поголеми верски празници	393	39,3	
Не се сеќавам	42	4,2	
Воопшто не одам	84	8,4	
Вкупно	1.000	100,0	

Колку воопшто имате доверба во верските водачи?

	Честота	%	
Многу голема доверба	135	13,5	
Многу мала доверба	275	27,5	
Ниту им верувам, ниту не им верувам	358	35,8	
Воопшто не им верувам	232	23,2	
Вкупно	1.000	100,0	

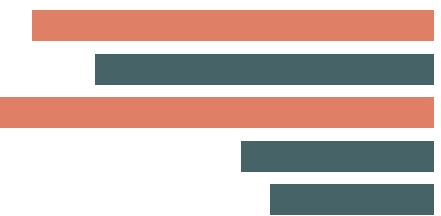
За неодамнешниот настан поврзан со самопочистувањето на фреските во црквата „Свети Димитрија“ мислите дека е:

	Честота	%	
Божје дело	203	20,3	
Дело направено од човечка рака	231	23,1	
Немам некое посебно мислење	566	56,6	
Вкупно	1.000	100,0	


За мене, многу се важни моралните вредности на кои не подучува религијата.

	Честота	%	
Не се согласувам	61	6,1	
2	50	5,0	
3	174	17,4	
4	216	21,6	
Се согласувам	499	49,9	
Вкупно	1.000	100,0	


Моите верски водачи ги поседуваат највисоките морални вредности кои ги протежира мојата вера.

		Честота	%
	Не се согласувам	262	26,2
	2	221	22,1
	3	284	28,4
	4	126	12,6
	Се согласувам	107	10,7
	Вкупно	1.000	100,0


Мислам дека верниците не постапуваат онака како што ги учи нивната религија

		Честота	%
	Не се согласувам	109	10,9
	2	97	9,7
	3	282	28,2
	4	236	23,6
	Се согласувам	276	27,6
	Вкупно	1.000	100,0

Тимска работа (работење во тим/група)

		Честота	%
	Не е значајно	24	2,4
	2	26	2,6
	3	94	9,4
	4	148	14,8
	5	187	18,7
	Многу е значајно	506	50,6
	Без одговор	15	1,5
	Вкупно	1.000	100,0

Автономност во работата
(или степенот до кој ќе можете сами да одлучите како да ја организирате и извршите работата)

		Честота	%
	Не е значајно	17	1,7
	2	29	2,9
	3	132	13,2
	4	186	18,6
	5	248	24,8
	Многу е значајно	373	37,3
	Без одговор	15	1,5
	Вкупно	1.000	100,0

Сигурно работно место (без страв од отпуштање)

	Честота	%	
Не е значајно	13	1,3	
2	12	1,2	
3	36	3,6	■
4	76	7,6	■
5	151	15,1	■
Многу е значајно	697	69,7	■
Без одговор	15	1,5	
Вкупно	1.000	100,0	

Професионализам (или стручна подготвеност и познавање на работата)

	Честота	%	
Не е значајно	11	1,1	
2	9	0,9	
3	50	5,0	■
4	94	9,4	■
5	195	19,5	■
Многу е значајно	625	62,5	■
Без одговор	16	1,6	
Вкупно	1.000	100,0	

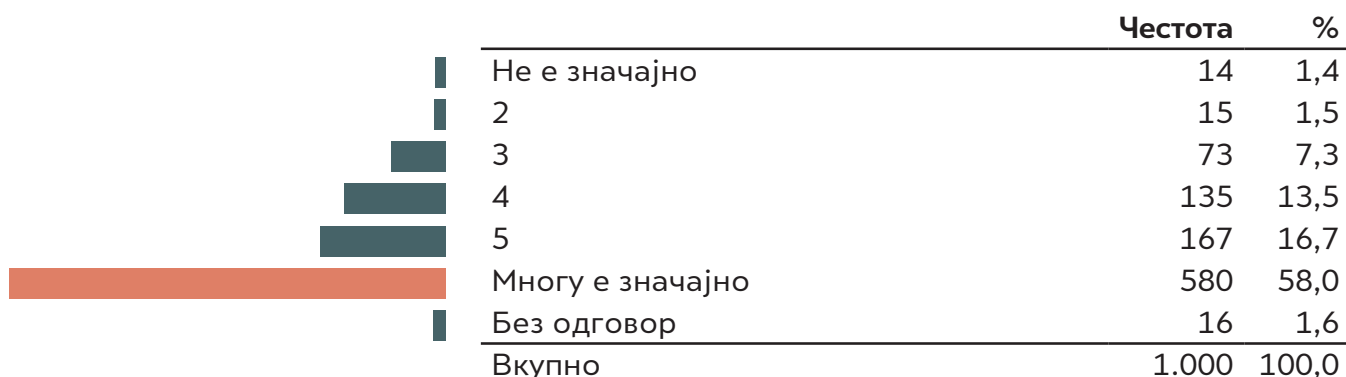
Флексибилност на работното време (можност за пристигнување на/заминување од работа порано/подоцна и користење работни одмори по сопствен избор)

	Честота	%	
Не е значајно	64	6,4	■
2	64	6,4	■
3	123	12,3	■
4	173	17,3	■
5	206	20,6	■
Многу е значајно	353	35,3	■
Без одговор	17	1,7	■
Вкупно	1.000	100,0	

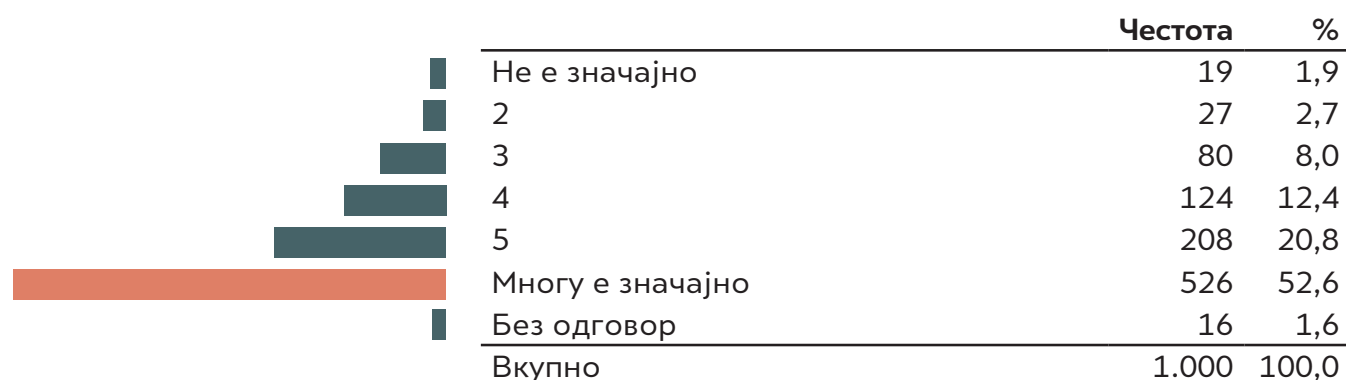
Постоење на формален авторитет (Постоење на строго определени раководни позиции проследени со одговорност за донесување на одлуки и користење на организациски ресурси)

	Честота	%	
Не е значајно	30	3,0	■
2	44	4,4	■
3	135	13,5	■
4	202	20,2	■
5	237	23,7	■
Многу е значајно	333	33,3	■
Без одговор	19	1,9	■
Вкупно	1.000	100,0	

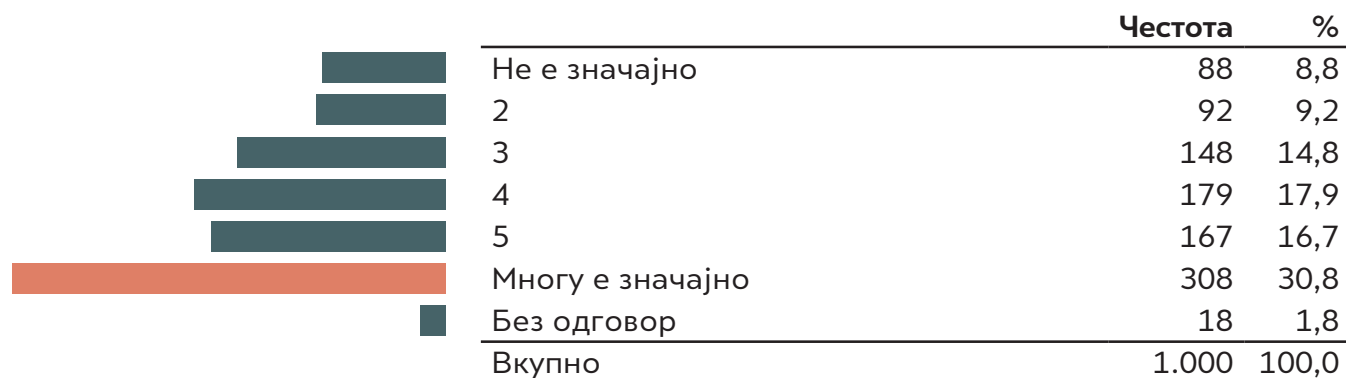
Технологија (Достапност и унапредување на работната технологија, што подразбира користење на комбинација од алати, машини, компјутери, вештини, информации, знаење во производство на добра и услуги)



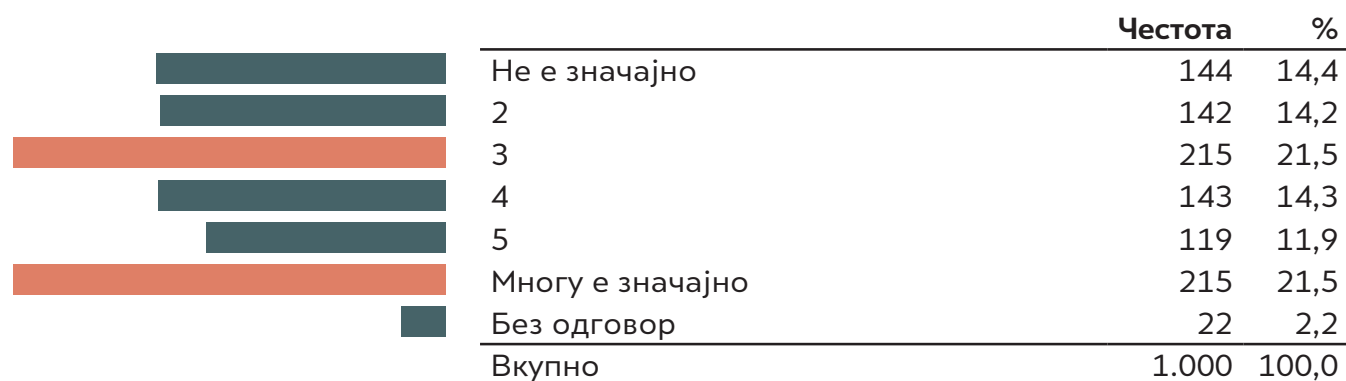
Комуникација лице во лице (директна комуникација)










Е-маил комуникација (комуникација преку интернет)










Комуникација преку социјални медиуми (како Фејсбук, Твитер, Скајп, Линкдин)










**Структурата на работата
(или јасно дефинирање на сите позиции од работното место и работниот процес)**

	Честота	%	
Не е значајно	18	1,8	
2	34	3,4	
3	94	9,4	
4	192	19,2	
5	211	21,1	
Многу е значајно	432	43,2	
Без одговор	19	1,9	
Вкупно	1.000	100,0	








Учество во донесувањето на одлуки (Почитување на вашето мислење при одлучувањето)

	Честота	%	
Не е значајно	14	1,4	
2	23	2,3	
3	86	8,6	
4	155	15,5	
5	237	23,7	
Многу е значајно	464	46,4	
Без одговор	21	2,1	
Вкупно	1.000	100,0	

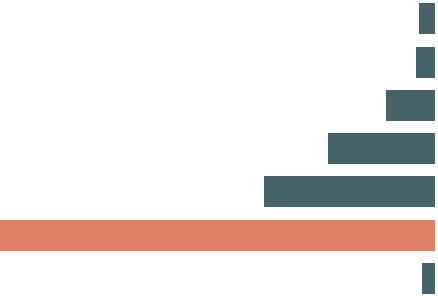
Континуирано учење (Поддршка од страна на работодавецот за учење при извршување на работните задачи, посетување на конференции, семинари, обуки, формално образование)

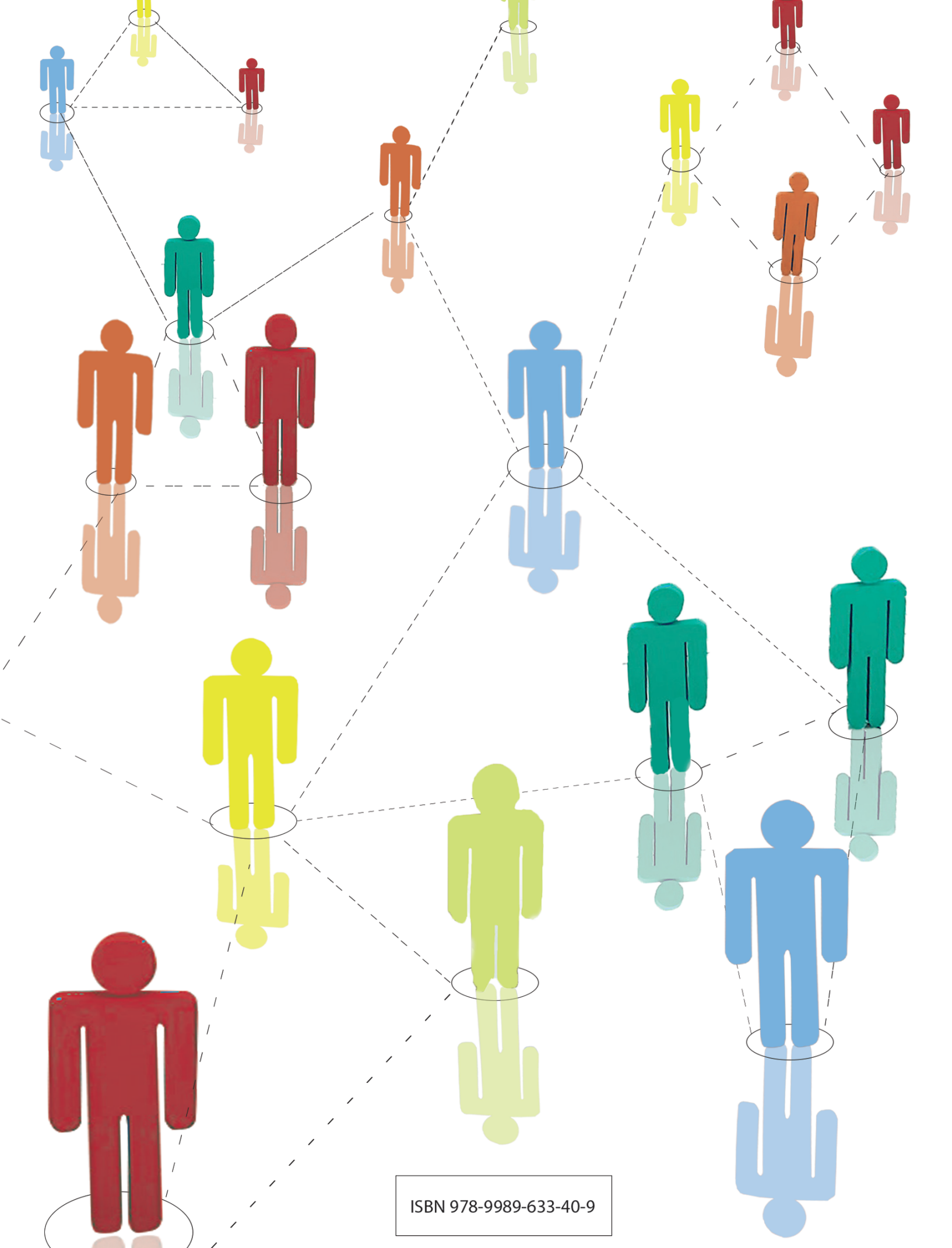
	Честота	%	
Не е значајно	16	1,6	
2	33	3,3	
3	71	7,1	
4	148	14,8	
5	196	19,6	
Многу е значајно	517	51,7	
Без одговор	19	1,9	
Вкупно	1.000	100,0	

Забава на работно место (разонода, хумор и дружење на работното место)

	Честота	%	
Не е значајно	70	7,0	
2	92	9,2	
3	187	18,7	
4	205	20,5	
5	188	18,8	
Многу е значајно	239	23,9	
Без одговор	19	1,9	
Вкупно	1.000	100,0	

Признанија за сработеното (пофалба и награда од претпоставените за извршената работа)

		Честота	%
	Не е значајно	19	1,9
	2	23	2,3
	3	60	6,0
	4	132	13,2
	5	211	21,1
	Многу е значајно	539	53,9
	Без одговор	16	1,6
	Вкупно	1.000	100,0



ISBN 978-9989-633-40-9