

Д-р Печијарески Љупчо,
м-р Николоски Димитар

Утврдување на начинот на задоволување на културните потреби на граѓаните на Република Македонија во слободното време

Студија на случај Пелагониски и Охридски регион¹

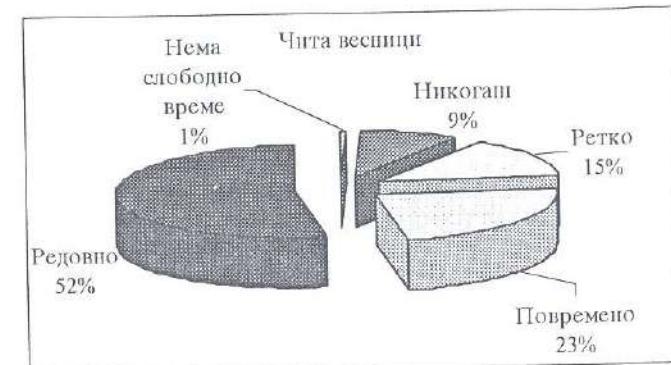
Одисувањето на луѓето во слободното време во голема мера го определува иницијативниот однос кон животот во целост. Имено, користењето на слободното време, од една страна, претставува начин за самореализација на личноста, можност за нејзино креативно и творечко самопотврдување. Од друга страна, во стварноста, слободното време, најчесто, се сведува на збир несврзувачки активности, коишто човекот ги практикува според своите склоности, желби и можности без некои подлабоки есепцијални копотации. Во секој случај, слободното време во својата поливалентна структурираност опфаќа повеќе димензии. Тоа се користи за одмор, забава, рекреација, спорт, креативност, духовен развој на личноста, интелектуална надградба. Имајќи го ова во предвид, во истражувањето различните начини на користење на слободното време се поделени во неколку групи.

Првата група се однесува на активности што се одвиваат во сопствениот дом: гледање телевизија, слушање радио, читање весници и книги. Втората група се однесува на посетите на театар, кино, музеи и изложби. Третата група ги вклучува посетите на концерти (класична, народна и забавна музика). Четвртата група дејности има најкреативен пристап во користењето на слободното време и ги опфаќа активностите: сликање, пишување, запимавање со музика.

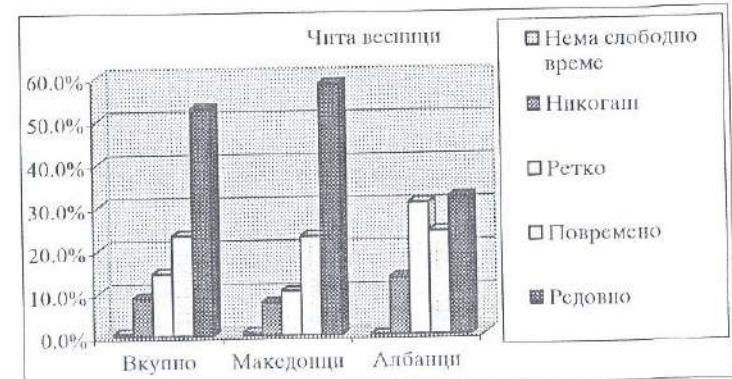
Со цел истражувањето да попуди што попредизашата слика на реалните состојби, сите анкетирани граѓани се анализирани од аспект дали овие активности ги практикуваат редовно, повремено, ретко, никогаш или, пак, воопшто немаат слободно време.

Кога е во прашање читањето весници, од вкупно анкетираниите испитаници, најголем е процентот на оние што редовно читаат (52,9%), потоа следуваат оние што повремено читаат (23,3%),

ретко читаат (14,5%), никогаш не читаат (8,8%) и немаат слободно време за читање весници (0,6%).

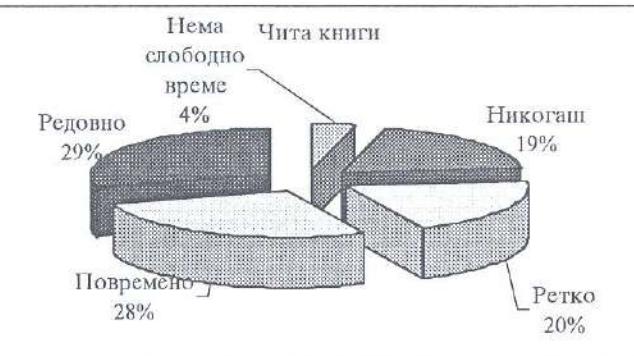


Оттука може да се заклучи дека значително е поголем процентот на македонски испитаници што редовно читаат весници (52,9%) во споредба со албанските испитаници кај што овој процент изнесува 32%.

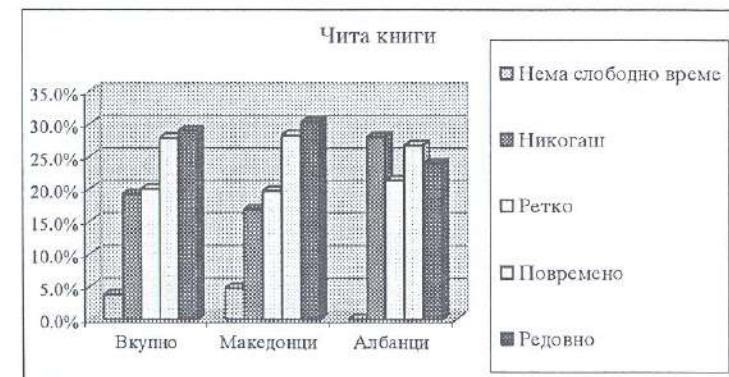


Од аспект на основните социо-демографски белези, може да се заклучи дека кај македонските испитаници коишто редовно читаат весници доминираат помладите, за разлика од албанските испитаници кај коишто доминираат испитаниците од 40 до 49 години. Од аспект на местото на постојано живеење, кај испитаниците Македонци што редовно читаат весници, доминираат испитаниците што живеат во поголем град (43,2%), во споредба со испитаниците Албанци меѓу кои доминираат оние кои живеат во среден град (62,5%). Интересна е констатацијата што во однос на вкупните лични месечни приходи, и кај македонските и кај албанските испитаници кои редовно читаат весници доминираат оние кои не остваруваат приходи и овие проценти изнесуваат 36,1% и 33,3% респективно.

Во однос на читањето книга, кај вкупното анкетираните испитаници, повторно најголем е процентот на оние што редовно читаат (29%), потоа следуваат оние кои повремено читаат (27,9%), ретко читаат (20%), никогаш не читаат (19,2%) и немаат слободно време за читање книги (3,8%).

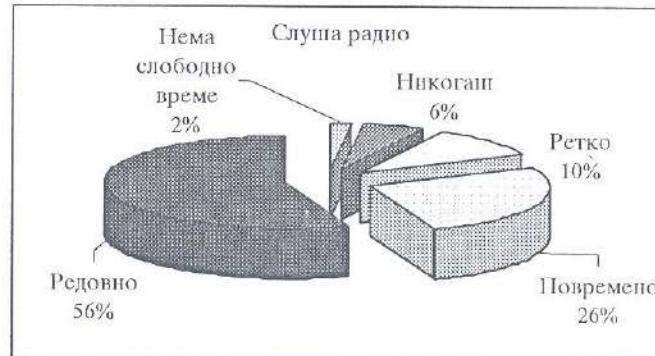


И во овој случај процентот на македонски испитаници што редовно или повремено читаат книги е поголем во однос на процентот на албанските испитаници. Така, редовно читаат книги 30,3% меѓу македонските и 24% меѓу албанските испитаници, а повремено читаат книги 28,3% меѓу македонските и 26,7% меѓу албанските испитаници.

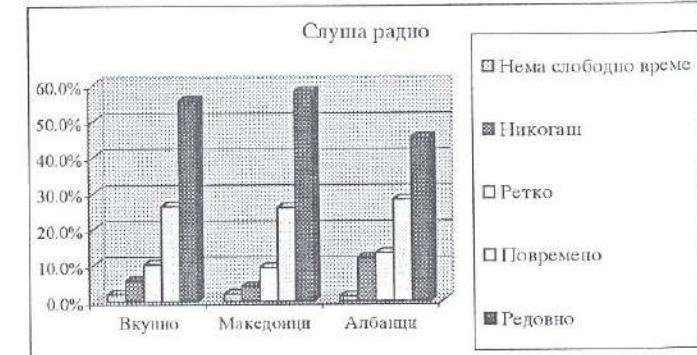


Од аспект на основните социо-демографски белези, може да се заклучи дека и кај двата контингента меѓу оние кои редовно или повремено читаат книги доминира помладата популација, оние кои остваруваат поиски лични месечни приходи.

Во однос на слушањето радио, кај вкупното анкетираните испитаници, повторно најголем е процентот на оние што редовно слушаат радио (55,6%), потоа следуваат оние што повремено слушаат (26,3%), ретко слушаат (10,1%), никогаш не слушаат (5,7%) и немаат слободно време за слушање радио (1,9%).

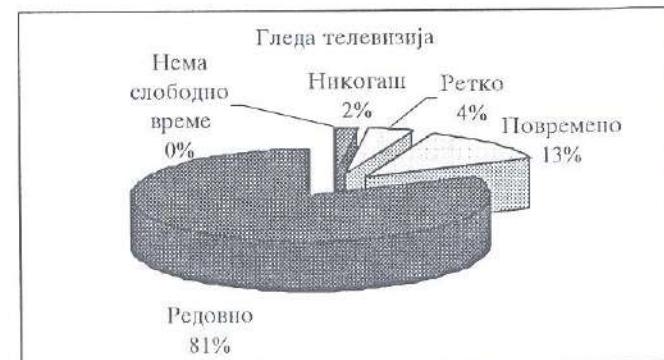


Споредувајќи ги двата етничуми, може да се заклучи дека поголем е процентот на македонски испитаници што редовно слушаат радио (58,3%) во споредба со албанските испитаници кај што овој процент изнесува 45,3%.

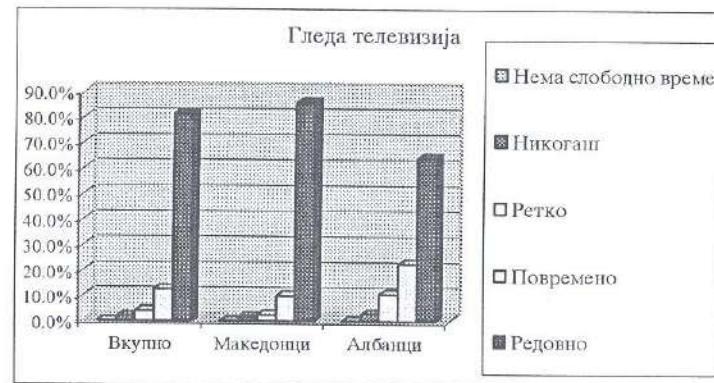


Од аспект на основните социо-демографски белези, може да се заклучи дека кај двата контингента тие не претставуваат детерминирачки фактор.

Кога е во прашање гледањето телевизија, кај вкупното анкетираните испитаници, повторно најголем е процентот на оние кои редовно гледаат телевизија (81,4%), потоа следуваат оние кои повремено гледаат (12,6%), ретко гледаат (4,1%), никогаш не гледаат (1,9%) а воопшто нема такви кои немаат слободно време за гледање телевизија.

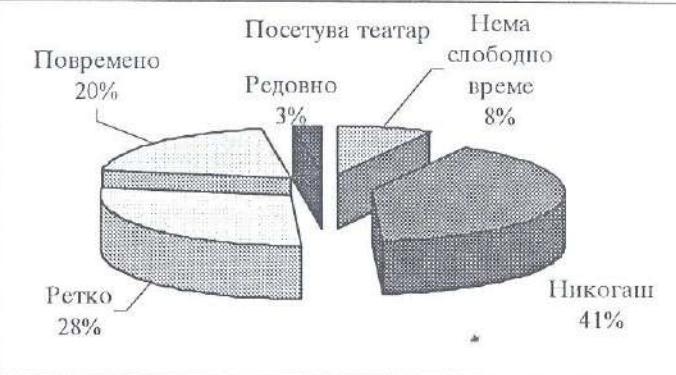


Споредувајќи ги двата стапнуми, може да се заклучи дека поголем е процентот на македонски испитаници коишто редовно гледаат телевизија (85,9%) во споредба со албанските испитаници кај коишто овој процент изнесува 64%.

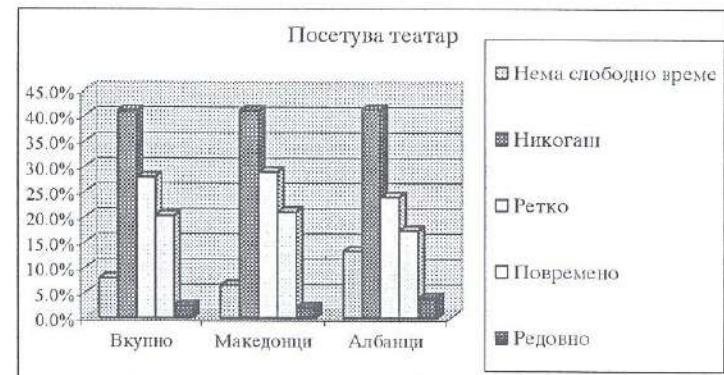


Од аспект на основните социо-демографски белези, може да се заклучи дека кај двата контингента, возрастта, професијата, висината вкупните лични месечни приходи не претставуваат детерминирачки фактор, кога е во прашање гледањето телевизија. Кога е во прашање местото на живеење, кај Македонците кои редовно гледаат телевизија доминираат они кои живеат во поголем град, а кај Албанците, они кои живеат во среден град. Во однос на степенот на образование и кај Македонците и кај Албанците меѓу оние кои редовно гледаат телевизија доминираат испитаниците со средно образование.

Кога е во прашање посетувањето на театар, може да се забележи дека најголемиот дел од анкетираните испитаници (41,1%) никогаш не посетуваат театар, потоа следуваат они кои ретко посетуваат (27,9%), повремено посетуваат (20,3%) и на крај редовно посетуваат (2,5%), додека немаат слободно време за посетување театар 8% од анкетираните испитаници.

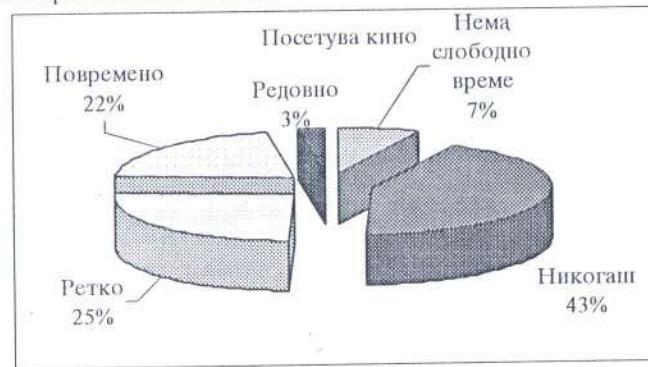


Од аспект на националната припадност, може да се забелжи дека не постојат битни разлики помеѓу двата контингента (Албанци и Македонци) во однос на посетувањето театар, со таа разлика што меѓу Албанците повеќе од двојно е поголем процентот па оние кои немаат слободно време за посета на театар (13,3%), во споредба со процентот на Македонците (6,6%).

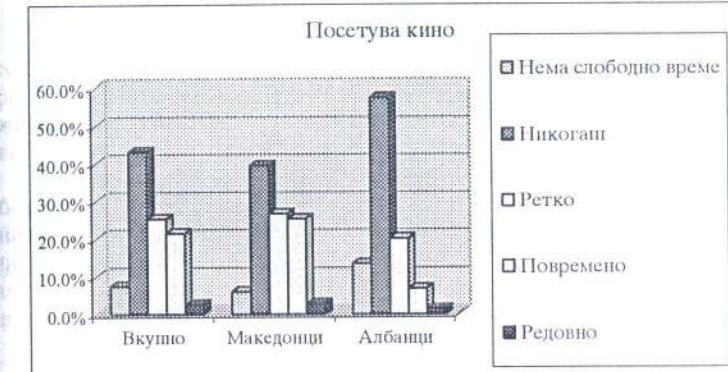


Од аспект на основните социо-демографски белези, може да се заклучи дека кај двата контингента доминираат помладите испитаници кои редовно или повремено посетуваат театар. Меѓу Македонците повеќе доминира селското население кое никогаш не посетува театар, во споредба со Албанците каде тоа не е посебно нагласено. И кај Македонците, и кај Албанците карактеристично е тоа што доминираат испитаниците со пониско образование (непотполно основно и основно) кои никогаш не посетуваат театар, како и испитаниците со пониски вкупни лични месечни приходи.

Во однос на посетувањето кино, може да се забележи дека најголемиот дел од анкетираните испитаници (43%) никогаш не посетуваат кино, потоа следуваат оние кои ретко посетуваат (25,2%), повремено посетуваат (21,4%) и на крај редовно посетуваат (2,5%), додека немаат слободно време за посетување кино 7,4% од анкетираните испитаници.

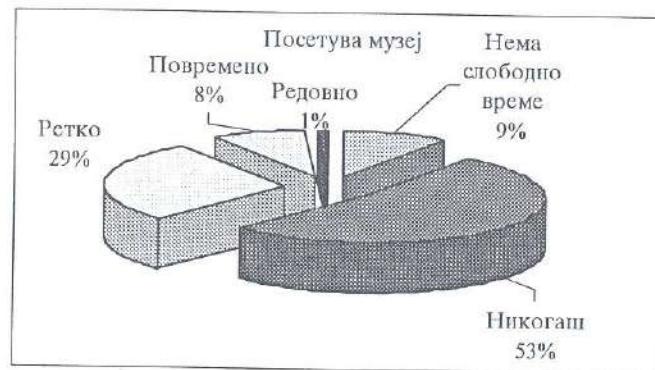


Од аспект на националната припадност, може да се забележи дека меѓу Албанците поголем е процентот на оние кои немаат слободно време за посета на кино (13,3%) во споредба со процентот на Македонците (5,9%), како и процентот на Албаници кои никогаш не посетуваат кино (57,3%), во споредба со Македонците (39,3%).

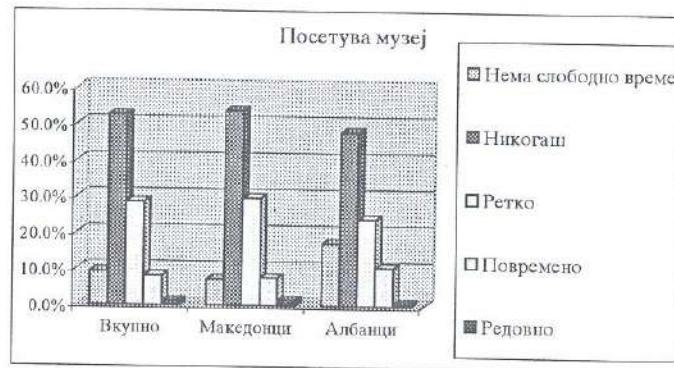


Од аспект на основните социо-демографски белези, може да се заклучи дека кај двата контингента доминираат помладите испитаници кои редовно или повремено посетуваат кино. И кај Македонците, и кај Албанците карактеристично е тоа што доминираат испитаниците со пониско образование (непотполно основно и основно), од рурална средина, како и испитаниците со пониски вкупни лични месечни приходи кои никогаш не посетуваат кино.

Кога е во прашање посетувањето музеј, може да се забележи дека најголемиот дел од анкетираните испитаници (52,6%) никогаш не посетуваат музеј, потоа следуваат оие кои ретко посетуваат (28,5%), повремено посетуваат (8,2%) и на крај редовно посетуваат (1,1%), додека немаат слободно време за посетување музеј 9,3% од анкетираните испитаници.

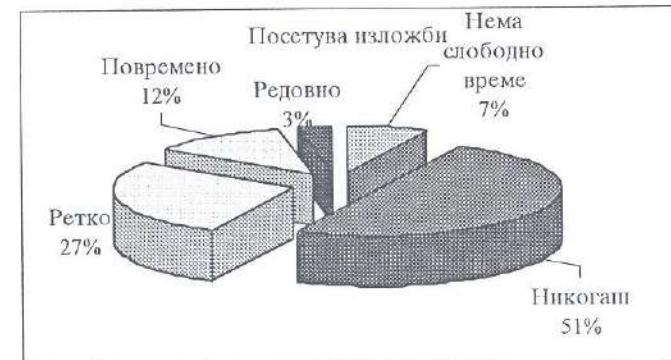


Од аспект на националната припадност, може да се забележи дека не постојат битни разлики помеѓу двата контингента (Албаници и Македонци) во однос на посетувањето музеј, со таа разлика што меѓу Албанците значително е поголем процентот на оние кои немаат слободно време за посета на музеј (17,3%) во споредба со процентот на Македонците (7,2%).



Од аспект на основните социо-демографски белези, може да се заклучи дека и кај двета контингента меѓу оние кои никогаш или ретко посетуваат музеј доминираат помладите, испитаниците кои живеат на село, со понизок степен на образование и пониски вкупни лични месечни приходи.

Кога е во прашање посетувањето изложби, може да се забележи дека најголемиот дел од анкетираните испитаници (50,1%) никогаш не посетуваат изложби, потоа следуваат оние кои ретко посетуваат (27,1%), повремено посетуваат (12,3%) и на крај редовно посетуваат (3%), додека немаат слободно време за посетување изложби 7,1% од анкетираните испитаници.

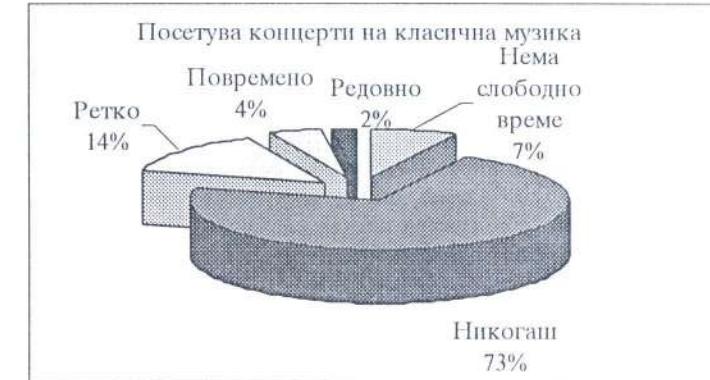


Од аспект на националната припадност, може да се забележи дека не постојат битни разлики помеѓу двата контингента (Албаници и Македонци) во однос на посетувањето изложби.



Од аспект на основните социо-демографски белези, може да се заклучи дека и кај двета контингенти меѓу оние кои никогаш или ретко посетуваат изложби доминираат помладите, испитаниците кои живеат на село, со понизок степен на образование и пониски вкупни лични месечни приходи.

Што се однесува до концертите на класична музика, може да се забележи дека најголемиот дел од испитаниците никогаш не посетуваат вакви концерти (71,5%), потоа следуваат оние кои посетуваат ретко (14,3%), повремено (4,4%), а редовно посетуваат само 2,2% од испитаниците. За посетување концерти на класична музика немаат слободно време 7,4% од испитаниците.



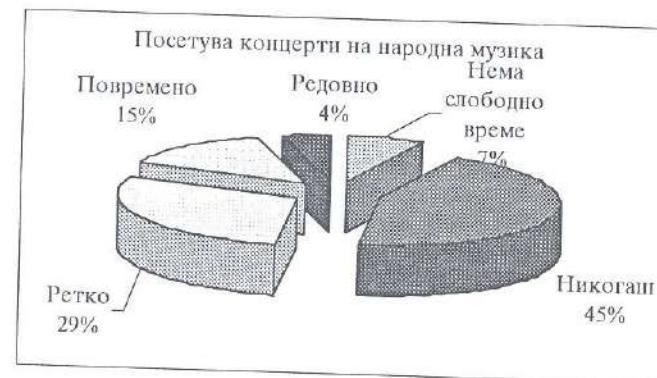
Од аспект на националната припадност, може да се забележи дека не постојат битни разлики меѓу двета контингенти на испитаници (Албанци и Македонци) во однос на посетувањето концерти на класична музика.



Во однос на главните социо-демографски фактори: возраст, местото на постојано живеење, образоването, професијата, како и

висината на вкупните лични месечни приходи, може да се заклучи дека не постојат битни разлики во одговорите на испитаниците, како кај анкетираните Македонци, така и кај анкетираните Албанци, кога е во прашање посетувањето на концерти на класична музика.

Што се однесува до концертите на народна музика, може да се забележи дека најголемиот дел од испитаниците никогаш не посетуваат вакви концерти (44,9%), потоа следуваат оние кои посетуваат ретко (29%), повремено (14,5%), а редовно посетуваат само 4,4% од испитаниците. За посетување концерти на класична музика немаат слободно време 6,9% од испитаниците.



Од аспект на националната припадност, може да се забележи дека македонските испитаници во поголем процент (49,7%) никогаш не посетуваат концерти на народна музика во споредба со албанските испитаници (26,7%). Од друга страна, меѓу анкетираните Албанци значително е поголем процентот на оние кои ретко посетуваат вакви концерти (42,7%) во споредба со процентот на Македонци (25,5%).



Во однос на главните социо-демографски фактори: возрастта, местото на постојано живеење, образоването, професијата, како и висината на вкупните лични месечни приходи, може да се заклучи дека не постојат битни разлики во одговорите на испитаниците, како кај анкетираните Македонци, така и кај анкетираните Албанци кога е во прашање посетувањето на концерти на народна музика.



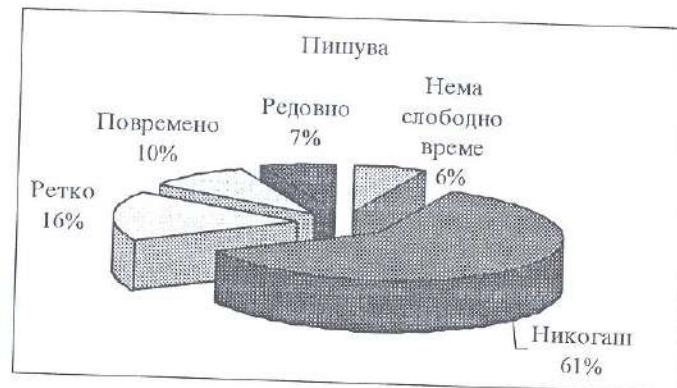
Што се однесува до концертите на забавна музика, може да се забележи дека најголемиот дел од испитаниците никогаш не посетуваат вакви концерти (38,9%), потоа следуваат оние кои посетуваат ретко (24,7%), повремено (22,5%), а редовно посетуваат само 9,6% од испитаниците. За посетување концерти на класична музика немаат слободно време 4,4% од испитаниците.

Од аспект на националната припадност, може да се забележи дека македонските испитаници во поголем процент (26,6%) повремено посетуваат концерти на народна музика во споредба со албанските испитаници (6,7%). Од друга страна, меѓу анкетираните Албаници значително е поголем процентот на оние кои редовно посетуваат вакви концерти (18,7%) во споредба со процентот на Македонци (7,2%).



Во однос на главните социо-демографски фактори: возрастта, местото на постојано живеење, образованоста, професијата, како и висината на вкупните лични месечни приходи, може да се заклучи дека не постојат битни разлики во одговорите на испитаниците, како кај анкетираните Македонци, така и кај анкетираните Албаници, кога е во прашање посетувањето на концерти на забавна музика.

Пишувачкото, како начин на задоволување на културните потреби на граѓаните не претставува често застапена активност. Може да се заклучи дека најголемиот дел од испитаниците (60,8%) никогаш не пишуваат, потоа следуваат оние кои пишуваат ретко (16,4%), повремено пишуваат 9,6% а редовно само 6,6%. За пишување немаат слободно време 6,3% од испитаниците.

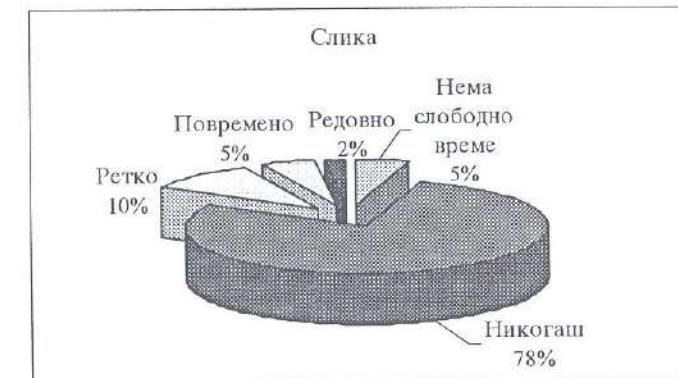


Од аспект на националната припадност, може да се забележи дека не постојат битни разлики меѓу двата контингента на испитаниците (Албанци и Македонци) во однос на пишувањето како начин на задоволување на своите културни потреби.

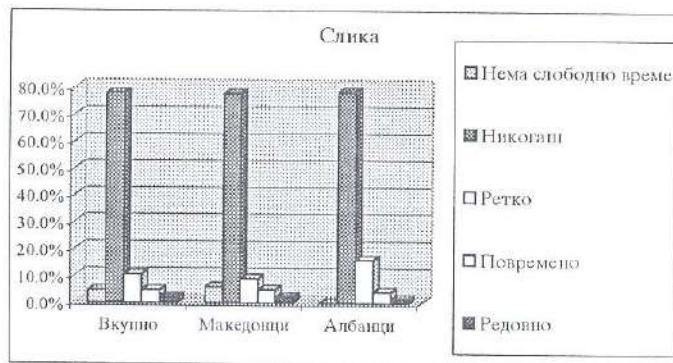


Во однос на главните социо-демографски фактори: возрастта, местото на постојано живеење, образованоста, професијата, како и висината на вкупните лични месечни приходи, може да се заклучи дека не постојат битни разлики во одговорите на испитаниците, како кај анкетираните Македонци, така и кај анкетираните Албани, кога е во прашање пишувањето, како начин на задоволување на своите културни потреби.

Сликајќето, како начин на задоволување на културните потреби на граѓаните, исто така, не претставува често застапена активност. Може да се заклучи дека најголемиот дел од испитаниците (78,1%) никогаш не сликаат, потоа следуваат опије кои сликаат ретко (10,4%), повремено сликаат 4,7%, а редовно само 1,9%. За сликање немаат слободно време 4,7% од испитаниците.



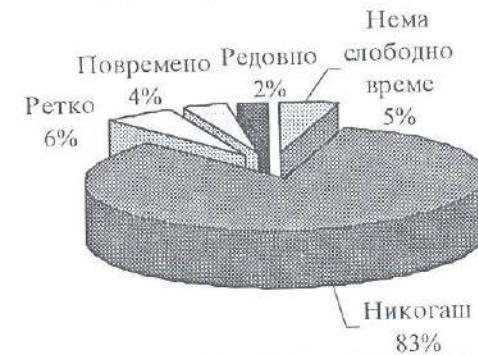
Од аспект на националната припадност, може да се забележи дека не постојат битни разлики меѓу двата контингенти на испитаници (Албанци и Македонци) во однос на сликањето, како начин на задоволување на своите културни потреби.



Во однос на главните социо-демографски фактори: возрастта, местото на постојано живеење, образованието, професијата, како и висината на вкупните лични месечни приходи, може да се заклучи дека не постојат битни разлики во одговорите на испитаниците, како кај анкетираните Македонци, така и кај анкетираните Албаници, кога е во прашање сликањето, како начин на задоволување на своите културни потреби.

Свирањето на музички инструменти, како начин на задоволување на културните потреби на граѓаните, исто така, не претставува често застапена активност. Може да се заклучи дека најголемиот дел од испитаниците (83,3%) никогаш не свират на музички инструменти, потоа следуваат оние кои свират ретко (5,8%), повремено свират 3,6% а редовно само 2,5%. За свирање на музички инструменти немаат слободно време 4,7% од испитаниците.

Свири на музички инструменти



Од аспект на националната припадност, може да се забележи дека не постојат битни разлики меѓу двата контингенти на испитаници (Албани и Македонци) во однос на свирањето на музички инструменти како начин на задоволување на своите културни потреби.



Во однос на главните социо-демографски фактори: возраста, местото на постојано живеење, образованост, професијата, како и висината на вкупните лични месечни приходи, може да се заклучи дека не постојат битни разлики во одговорите на испитаниците, како кај анкетираните Македонци, така и кај анкетираните Албанци кога е во прашање свирењето на музички инструменти, како начин на задоволување на своите културни потреби.

Од претходната анализа може да се заклучи дека анкетираните граѓани слободното време многу повеќе го користат на пасивен начин, при што доминира гледањето на телевизија, слушањето на радио а во извесна мера и читањето на весници, додека преостанатите културни активности (како што се посета на музеи, изложби, концерти на класична музика, кино, театар) се во втор план. Секако, ваквиот пристап не е резултат само на духовниот хабитус на македонскиот граѓанин и неговата потреба за задоволување на своите културни потреби на пасивен начин во сопствениот дом, по во голема мера е условен од социјалниот амбиент и материјалната состојба. Имено, најголемиот дел од приходите на граѓаните се во функција на задоволување на основните егзистенцијални потреби, при што речиси не остануваат средства за задоволување на преостанатите потреби меѓу кои спаѓаат и културните.

Најверојатно, ваквиот однос на граѓаните (во извесна мера поизразен кај албанското население) кон начинот на задоволување на слободното време е одраз на севкупната општествена клима којашто придонесува за неговиот апатичен живот. Несомнено, добиените податоци зборуваат дека македонските граѓани во изминатите дванаесет транзициски години, оптоварени со бројни економски, политички и социјални проблеми, во немоќта истите да ги разрешат се повеќе го губат чувството за активно, продуховено, културно живеење коешто е значаен елемент како за социјалното, така и за моралното здравје на една општествена заедница.

Анхица Стојаноска, библиотекар-лектор

ПРЕВОДОТ ВО ФУНКЦИЈА НА НАУЧНИТЕ ИСТРАЖУВАЊА

Вовед

Инфлацијата од преведени дела во светот е повеќе од очигледна. Преводот, всушност, ја создава онаа интелектуална клима што му е неопходна на секој истражувач за да ги оформи, дефинира и допрецизира своите истраги.

Преводот, сфатен како "разреден изменет медиум" (Ш.Цвајг), во својата битност го става јазикот во акција. Меѓутоа, самиот процес на преведување од еден јазик во друг, според И. И. Ревзин и В. Ј. Розенцвајг, претставува преод од еден систем на знаци во друг, а според А. Д. Швајцер, за процесот на преведувањето пресудна улога има внатрешната структура на јазикот.⁶³

Оттука може да се заклучи дека преводот не е само едноставно кодирање, односно транспонирање на еден систем на знаци во друг, ами пред се акт на меѓукултурна комуникација. Таканареченото "јазично посредување"-преводот најиманентно го третира социолингвистиката, воспоставувајќи ја релацијата јазик-култура, јазик-социјална структура и јазик-социологија на личноста. Социолингвистиката ги вклучува аспектите на комуникацијата, земајќи го предвид јазикот и општеството, сфатено во различните ситуациски приоди. Затоа, кога преводот посреднички ги става врските меѓу партцијите од два различни ентитети често се јавува и диглосијата, што може да потекнува од различната употреба на акцентот, различниот стил, влијанието од дијалектите и сл.

При транспонирањето на социјалниот реалитет од еден јазик на друг настанува споредување, конфронтирање и адаптирање на двата система на потребите на преводот. При тоа, текстот мора да остане близок до испраќачот и примачот на пораката, односно преведувачот мора да ја задржи својата компетентност, но и да предизвика продуктивна компетенција кај крајните корисници па

⁶³ Сибиновиќ М.:Оригинал и превод, Привредна штампа,Београд,1979