„Работи, заврши, објави!“ – Мајкл Фарадеј

Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола

ХОРИЗОНТИ
МЕЃУНАРОДНО НАУЧНО СПИСАНИЕ
Серија А
Општествени и хуманистички науки

година IX бројо 9 Април 2013

Битола

Издавач: Универзитет „Св.Климент Охридски“ - Битола
За издавачот: проф. д-р Златко Жоглев, ректор

Меѓународен уредувачки одбор:
проф. д-р Пере Аслимоски, Универзитет „Св.Климент Охридски“- Битола, Република Македонија
проф. д-р Таки Фити, Универзитет „Св.Кирил и Методиј“- Скопје, Република Македонија
проф. д-р Јоаким Вергес, Автономен Универзитет-Барцелона, Шпанија
проф. д-р Себастијан Кемпген, Универзитет во Бамберг, Сојузна Република Германија
проф. д-р Мариа Серафимова-Карапеткова, Југозападен универзитет „Неофит Рилски“ - Благоевград, Република Бугарија
проф. д-р Желимир Кешетовиќ, Универзитет во Белград, Република Србија
доц. д-р Божидар Вељковиќ, Универзитет во Марибор, Република Словенија

Редакциски одбор:
проф. д-р Пере Аслимоски, проректор
проф. д-р Сашо Атанасоски, проректор
проф. д-р Никола Крстаноски, проректор
проф. д-р Јованка Тутеска, проректор
м-р Офелија Христовска, генерален секретар

уредник: м-р Елена Китановска - Ристоска

ISSN 1857- 856X

Печати: АД „Киро Дандаро“ - Битола, тираж: 200 примероци

Драги читатели,

Веќе се навикнуваме со секој следен број на научното списание *Хоризонти* да правиме нови чекори на патот кон неговото натамошно етаблирање во меѓународниот образовен и научно-истражувачки простор.
Досегашното списание *Хоризонти*, во стремежот кон постигнување поголемо ниво на квалитет, прерасна во две нови списанија, со истото име, но со голема посебност и препознатливост по обработката на научните содржини.
Од овој број натаму, образовните, научните и истражувачките хоризонти ќе се простираат во две групи научни подрачја: една во подрачјето на природно-математичките, техничко-технолошките, биотехничките и медицинските науки, а другата во подрачјето на општествените и хуманистичките науки. Основната цел на ваквото клацифицирање е мотивирано од определбата, списанијата да постигнат повисок степен на научно-истражувачка фокусираност и насоченост на образовната мисла.
Исто така, значаен одлучувачки момент за ваквата трансформација на списанието во две еднакво значајни серии, е желбата научно-истражувачките содржини во нив да остваруваат поголемо влијание врз актуелните општествени процеси на локално и меѓународно ниво и, воопшто, да бидат моќно средство во сложените процеси на интернационализација и интеграција во европскиот научен и образовен свет. Ова може да се постигне само со исклучителна таргетираност на третирањето на научните и истражувачките предизвици во специфичните и потесно специјализираните научни изданија, а со поделбата на *Хоризонти,* според определени сродни научни подрачја, се надеваме дека ваквата зацртана цел ќе се оствари.

Потребно е да се потенцира дека, како и досега, *Хоризонти* и во иднина ќе ги почитува принципите на научна непристрасност и издавачка принципиелност; принципи коишто претставуваат поттик, посебно младите и надежни научници и истражувачи, своите нови и „свежи“ научни резултати од истражувањата да одберат да ги публикуваат во *Хоризонти*. Оваа нагласеност произлегува и од обезбедувањето простор во издавачката дејност за сите оние кои својата работна иднина ја гледаат во професорската и научно-истражувачката професија, во којашто и индивидуалното, но и професионалното и официјално напредување, претпоставува публикација на авторски трудови во

научни списанија со меѓународен карактер, какви што се двете серии на Универзитското списание *Хоризонти* на УКЛО.

Интернационализацијата на нашите *Хоризонти* не треба да се сфати како краен дострел на Универзитетската издавачка дејност. Како што и научната мисла не признава ограничувања и крајни и исцрпени достигнувања, така и со секој нов успех во опстојувањето на списанијата *Хоризонти* се појавуваат нови „апетити“ за нови повисоки цели. Така, за прв пат трудовите во *Хоризонти*, од овој број натаму преку ЕБСКО ќе станат достапни до научната јавност во поширокиразмери.
Погледнато од аспектот на квалитативната градација, оправдано е ако како следен предизвик го најавиме публикувањето на меѓународното Универзитетско научно списание *Хоризонти*, но со една значајна квалитативна додавка – со импакт фактор. Оваа заложба на Универзитетот „Св. Климент Охридски“ – Битола зазема значајно место во идните перспективи зацртани во планот за подигнување на севкупниот квалитет на организација и функционирање на Универзитетот.

На крај, по обелоденувањето на следните чекори, сакаме да Ви изразиме искрена благодарност за Вашето учество во процесот на обмислување, креирање, оформување и публикување на научното списание. Заедно со Вашата поддршка, *Хоризонти* се на пат да постанат препознатливо место за афирмирање на креативни, иновативни и интелектуално автономни научни размисли и потенцијали, со можност за нивно успешно етаблирање во глобалната сфера на знаењето и науката.

Со почит,
Од Редакцијата

СОДРЖИНА

д-р Гоце Менкиноски, д-р Пеце Николоски, *Политика на производ во меѓународниот маркетинг* 9
Лили Бошевска, Илија Јолевски, *Стратегиски менаџмент во малите и средни бизнис организации во република македонија* 15
М-р Гоце Маркоски, М-р Лидија Ѓошевска, *Значењето и улогата на семејните бизниси и нивниот придонес во економсиот развој на рм* ... 29
М-р Синиша Цветковиќ, *Прогресот на р. македонија на патот кон создавање на е-општество* 37
Доц. Кире Шарламанов, *Општествените димензии на развојот на социјалните мрежи* 49
М-р Божидар Миленковски, *Интелектуален капитал и управување со знаење* 61
М-р Стевчо Јолакоски, *Договор за закуп со откуп* 71
д-р Горан Илиќ, д-р Арсе Петрески, *Подемот на „останатите" и форматот на новиот светски поредок* 83
д-р Светлана Вељановска, Доц д-р Саша Дукоски, *Правно-политичката безбедносна политика на еу, русија и нато во глобалното безбедносно опкружување* 93
д-р Марјан Младеновски, *Етнички стереотипи и предрасуди во основното образование: просветни работници vs. ромски ученици* 103
М-р Лилјана Маркоска, *Билингвизам и јазична интерференција* 115
м-р Силвана Нешковска, *Вербална иронија во наставата по англиски јазик* 125
д-р Светлана Јакимовска, *Улогата на денотацијата и конотацијата во правната терминологија и при преведувањето правни текстови од француски на македонски јазик и обратно* 133
Натка Јанкова, *Бајроновските херои во новелите на сестрите бронте – оркански височини и џејн ер* 141
Д-р Јаготка Стрезовска, Д-р Билјана Ивановска, *Современите тенденции во лингвистиката на стручните јазици* 151

удк 339.138:339.9]:658.62.011.1

ПОЛИТИКА НА ПРОИЗВОД ВО МЕЃУНАРОДНИОТ МАРКЕТИНГ[1]

Автор: Проф. д-р Гоце Менкиноски

Економски Факултет Прилеп,

gocemenkinoski@yahoo.com

Ко-автор: Проф. д-р Пеце Николоски

Економски Факултет Прилеп,

nikoloski.pece@yahoo.com

АПСТРАКТ

Кај немаркетиншкиот пристап целокупното внимание на менаџменетот само по себе е свртено кон производот, а притоа се испушта од вид она што го кажува Јовиќ дека не постои ниту незаменлив производ, ниту незаменлив производител. Ова е од особена важност во меѓународното работење, бидејќи одржливата привлечност на производот на современиот пазар не произлегува исклучиво од него самиот, туку е потребна и зајакната синергетска комбинација на сите четири инструменти на маркетинг миксот. Постои сфаќање дека производот е срце на маркетингот. Тој има централно место, но не секогаш и клучно место во дефинирањето на меѓународната маркетинг програма. Секоја компонента има свое значење при задоволувањето на потребите на потрошувачите. По купувањето на определен производ, покрај неговите перформанси, одлучуваат и очекувањата на потрошувачот дали тој производ повтроно ќе биде купен.

Клични зборови: производ, стратегија, пазар, политика.

ВОВЕД

Производот има централно место во маркетингот. За производот да постигне поголема прометна врендост на пазарот, потребно е да има прифатлива употребна вредност. Ова може да се постигне доколку се

[1] Стручен труд

води пазарно насочена политика на производот. Тоа значи дека производот треба да ги задоволи потребите на потрошувачите и да одговара на куповната моќ на потрошувачите и корисниците. Оттука, Везјак, ја препорачува следнава политика на производот:[2]

- Концепирање и спроведување на стратегија на производот (избор на производ, варијанта на производ, иновација на производ во смисла на негово разликување, диверзификација, елиминирање на производот);
- Формирање пазарно прифатлива и економски оправдана употребна вредност (соврменост, оригиналност, функционалност, естетика, економичност);
- Обликување на адкватен надворешен изглед на производот (дизајн, амбалажа, стоковна марка, етикетирање);
- Развивање производ за избраната стратегија на производот;
- Планирање на претпродажните и постпродажните сервиси;
- Почитување на факторите што влијаат внатре во претпријатието (технолошко – технички потенцијал, зависност на производството од увоз на технологија, инвестициона опрема, репродукционен материјал).

Имено станува збор за стручна, обемна и сложена работа. Нема маректинг ако производот не е варификуван од пазарот. Производот за домашен пазар автоматски не може да биде користен и за странски пазар, заради разликите во економската, културната и социјланата средина што постојат кај различните земји, особено кога се работи за стоките за шрока потрошувачка. Кај инвестиционите производи, што во определени случаи се стандардисизрани, може да стане збор за автоматско пренесување на странскиот пазар. Меѓутоа, треба да се има предвид фактот дека кога производот ќе прерасне во мултинационален производ, тогаш настанува реалокација на производството во странската национална економија, па оттука треба да се води и посебна политика на производтот што ќе има други димензии и ќе користи други стратегии.

Меѓународната политика на производот е доста сложена и таа не подразбира само избор на производот (или негово продлабочување на релација постојани – нови производи) туку ги опфаќа и карактеристиките на производот (видливи и невидливи), како и дефинирањето на односот меѓу производот и останатите елементи на маркетинг миксот.

Според Јовиќ, меѓународната политика на производот се опфаќаат следниве одлуки:[3]

[2] Vezjak Danilo: "Medzunarodni marketing", Sovremena Administracija,Beograd, 1991, стр,227
[3]Jovic Mile: "Medzunarodni marketing", Institut Ekonomskih nauka, Beograd,1997, стр, 434

- Дефинирање на меѓународната линија на производот – производ микс (група на производи со слични карактеристики или наменети за иста категорија потрошувачи);
- Определување за стандардизирани производи (насочени кон сите меѓународни пазари) или прифаќање политика на прилагодување на одделните посебни потреби (според националните пазарни сегменти);
- Поддржување на постојните производи, односно линијата на производи, под претпоставка за нивна подобност во задоволувањето на потребите на потрошувачите (со помал или поголем степен на отстапување);
- Водење соодветна политика на марка на производот;
- Утврдување на можностите за нови производи и нивниот развој во разните модалитети (самостојно, во кооперација, вложувања во стратешки алијанси);
- Пакување;
- Етикетирање;
- Тестирање на производот.

Во практиката постојат случаи фирмата да го утврди само целниот пазар на којшто ќе го продава својот производ со мали или без никакви модификации (на пример, ексклузивни производи, врвна спортска опрема, прецизни мерни инструменти). Многу фирми имаат производни линии (стока за широка потрошувачка) за било кој пазар – глобални производи, регионалини производи или чисто локални производи (на пример, шампони, пијалоци, опрема за домаќинство). Имено, станува збор за развивање на производ за еден пазар кој подоцна се воведува и на останатите пазари.

Една од важните одлуки во меѓународниот маркетинг во врска со производот е степенот на стандардизирање и модифицирање, односно прилагодување на производот според потребите на определениот пазарен сегмент.

Традиционалните приврзаници на концепцијата на маркетингот сметаат дека потрошувачите се разликуваат, па така маркетинг програмата ќе биде делотворна само ако се применува поединечно за секоја целна група. Ова особено треба да се практикува на странските пазари кадешто економските, политичките и културните услови се многу различни.

Според Котлер[4] мултинационалните компании ги збунува претераната адаптација. Таков е примерот со корпорацијата Gillette. Имено, Gillette продава повеќе од 800 производи во повеќе од 200 земји. Корпорацијата во различните земји користи различни имиња

[4] Kotler Philip, "Uprav;janje marketingom", Informator, Zagreb, 1994, страна 527

(марки) за исти производи. Gillette-овиот шампон "Silkience" во Фрнација се вика Soyance, а во Италија Sientel, а во Германија Silence. Секој регионален директор на компанијата Gillette предлага промени во пропагадните пораки за коишто смета дека ќе ја зголемат продажбата.

Левит[5] од Харвард ја напишал појмовнта аоснова за глобалната стандардизација. "Светот станува заеднички пазар каде што луѓето, без оглед каде живеат – копнеат за ист производ и ист начин на употреба. Светските компании мора да забораваат на раликите меѓу земјите и културите, а наместо тоа мора да се концентрираат на задоволување на универзалните склоности. Левит верува дека новите комуникации и транспортни технологии ќе содадат хомоген светски пазар. Луѓето ширум светот во основа сакаат исти предмети – предмети што го прават животот полесен и на тој начин го зголемуваат слободното време и куповната моќ.

Традиционалните мултинационални компании се насочуваат на разликите меѓу специфичните пазари. Тие водат грижа и за малите разлики во склоностите и произведуваат низа прилагодливи производи. Резултатот е адаптација и повисоки цени за потрошувачите.

Наспроти ова, светските корпорации треба да продаваат на сите потрошувачи исти производи на ист начин. Вниманието треба да го насочуваат на сличностите на широкиот светски пазар и агресивно да настојуваат на целиот свет разумно да му се наметнат адекватните стандардизирани производи и услуги. Овие светски маркетери на тој начин со нтернационализација, ќе постигнуваат значителни заштеди преку стандардизирањето на производот, дистрибуцијата, маркетингот и управувањето. Резултатот ќе биде понуда на висок квалитет по ниски цени и поголема вредност за потрошувачот. Некои компании успешно воведоа на пазарот светски производи: Coca – Cola, McDonalds, Wlkman sony итн.

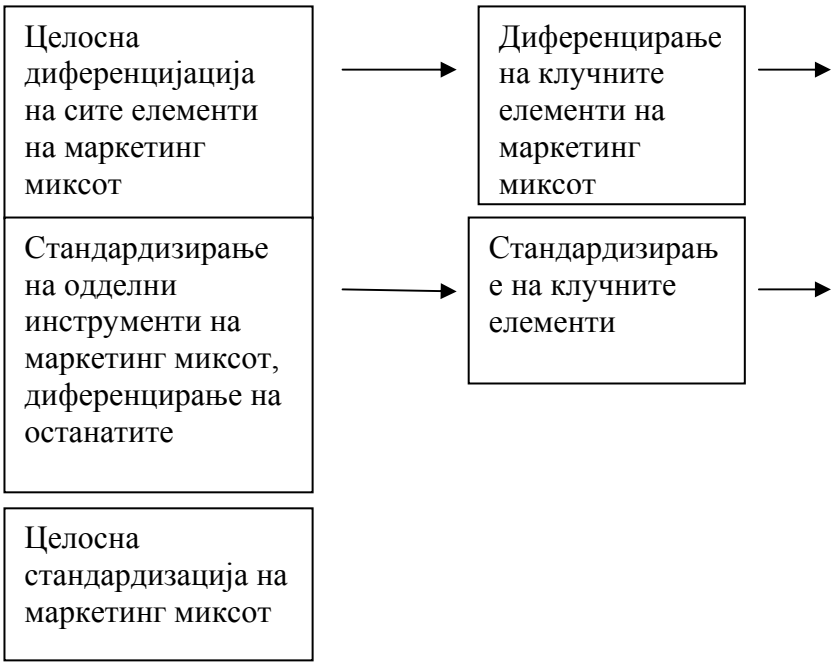
Кога компанијата сака да воведе производ во некоја земја, таа мора најнаред да ги разгледа сите можни елементи на адаптација и да утврди кои од нив би донеле, обезбедиле поглем профит од трошок.
Елементите на адаптација ги вклучуваат покрај карактеристиките на производот и другите компоненти на маркетинг миксот. Потребно е да се напомене дека некои земји бараат адаптација, независно од желбата на компанијата. На пример, Французите не дозволуваат да се користат децата во огласите. Германците ја забрануваат употребата на поимот Best (најдобар), со кој би се опишал производот.

При развивањето на политиката на производ, од аспект на националната маркетинг стратегија, се користат различни пристапи:

[5] Theodore Levit, "Thr globalization of markets", Harvard Business review, 1983

селекција (избор на производ), модификација (изработка на варијанти), диференцирање, диверзификација или елиминирање на производите погодни за секој поединечен пазар или група пазари. Од аспект на глобалната маркетинг стратегија, политиката на производ поаѓа од централното прашање: како најдобро да се задоволат потребите на потрошувачите? Слепата примена на стратегијата и политиката на стандардизација или прилагодување може да доведе до неоптимални резултати и затоа глобалните корпорации имаат флексибилен пристап, при што остваруваат подобра економија. (слика 1)

ОДНОСТ МЕЃУ СТАНДАРДИЗИРАНАТА И ДИФЕРЕНЦИРАНАТА ПОЛИТИКА НА МАРКЕТИНГ ПРОГРАМАТА



Извор: Јовиќ Миле: “Medzunarodni marketing”, Institut Ekonomskih nauka, Beograd,1997, страна 436

Политиката на стандардизација е погодна во многу случаи, но сепак таа во чист облик не може да се спроведе на светскиот пазар. За многу производи се потребни извесни промени не само од стратегиски причини, туку дека без тие промени производот не би можел да се продава. Станува збор за задолжителни промени.

Според Keegen постојат 5 можни алтернативни стратегии за прилагодување на производот и неговата промоција на странскиот пазар и тоа: ист производ – иста порака, ист производ – различна порака, различен производ иста порака, различен производ различна – порака и нов производ за нови пазари.

ЛИТЕРАТУРА

1. Chaffey D., Mayer. R, Johnton. K & Chadwick E.F. :"Internet marketing Strategy – Implementation and Practice", Prentice hall, New York 2003
2. Christopher, Martin, Payne Adrian, Ballantyne David "Relationship Marketing – Bringing Quality, Customer Service and Marketing Together", Butterworth Heinemann, Oxford 1998
3. Churchill Gilbert A. Jr, "Marketing Research – Methodological Foundations" Dryden press, Orlando, Florida, 1995
4. Churchill Gilbert A.Jr, "Basic Marketing Research", Dryden Press, Orlando, Florida, 1988
5. Cravens David, Piercy Nigel, "Strategic Marketing", McGraw Hill/Irwin Series in Marketing, 2007
6. Vezjak Danilo: "Medzunarodni marketing", Sovremena Administracija,Beograd, 1991
7. Jovic Mile: "Medzunarodni marketing", Institut Ekonomskih nauka, Beograd,1997
8. Theodore Levit, "Thr globalization of markets", Harvard Business review, 1983.
9. Kotler Philip, "Uprav;janje marketingom", Informator, Zagreb, 1994

удк 005.21:334.722.012.63/.64(497.7)

СТРАТЕГИСКИ МЕНАЏМЕНТ ВО МАЛИТЕ И СРЕДНИ БИЗНИС ОРГАНИЗАЦИИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА[6]

Лили Бошевска

ОУ "Св. Кирил и Методиј" Битола,

lilibitola@gmail.com

Илија Јолевски

Технички факултет- Битола,

ilija.jolevski@uklo.edu.mk

АПСТРАКТ

Со цел да се утврди, колку во бизнис реалноста на малите и средни бизнис организации во Република Македонија, се применуваат теоретските сознанија за стратегиско менаџирање и кои елементи треба да се применат, усовршат или надградат за да се воспостави модел за стратегиско менаџирање кој би им ја олеснал примената на стратегискиот менаџмент, беше спроведено истражување помеѓу

- стручни лица, консултанти и експерти во областа на стратегискиот менаџмент, кои имаат практично искуство во работата со бизнис организациите во РМ
- мали и средни бизнис организации од Пелагонискиот регион на РМ

Резултатите добиени со спроведените истражувања презентирани се во овој труд.

Клучни зборови: стратегиски менаџмент, мали и средни бизнис организации

[6]Изворен научен труд

ВОВЕД

Менаџерите од сферата на бизнисот, без разлика дали се работи за мали, средни или големи бизнис организации, многу често се преокупирани со тековни работи и така соочени со секојдневните проблеми, ги губат од вид своите приоритети и крајни цели. Токму затоа, неопходно е да се практикува стратегискиот менаџмент и да се подготви стратегиски план како пишан документ, кој ќе послужи како преглед на кој менаџерот ќе може да се навраќа во секое време за да се потсети, да провери, да корегира, да надгради, едноставно да го примени како водилка кон крајните цели. Ако се направи преглед на сознанијата и содржините кои се однесуваат на стратегиското планирање и кои можат да се сретнат во литературата и согледувањата од страна на стручните лица и консултантите кои работат со малите, средни и големи бизнис организации во Република Македонија, може да се заклучи дека мал број на бизнис организации посветуваат внимание на стратегискиот менаџмент. Тоа упатува на потребата од подетална анализа на оваа проблематика. Тука се наметнува потребата од истражување на капацитетот на малите и средните бизнис организации за стратегиско менаџирање на компаниите и истражување и искористување на искуството на големите бизнис организации со цел да се утврди колку компаниите во РМ ги применуваат теоретските сознанија за стратегиски менаџмент при развивање на стратегиските развојни планирања и врз основа на тоа да се развие модел кој би бил во согласност со современите искуства и применлив во контекст на состојбата во Р.Македонија.

Светската литература располага со обемен фонд од областа на Стратегискиот менаџмент, што придонесува за јасна претстава и разбирање на проблематиката, но и покрај тоа недостига една интегративна перспектива која би се однесувала на сртатегискиот менаџмент во македонски контекст, со цел да се добие појасна слика за состојбите на стратегиското менаџирање во Република Македонија.

Од литературата за стратегиски менаџмент која им е достапна на нашите менаџери на македонски и англиски јазик, а може да се сретне во универзитетските и гратските библиотеки, можат да се издвојат повеќе домашни и странски автори: Јолевски (1997, 2004); Шуклев и Дракулевски (2001); Кралев (2001); Петковски и Пеливанова(2009); Стаменковски (2006); Barnett and Wilsted (1989); David (1991); Hitt, Ireland and Hoskisson (2001). Ако се спореди со постоечката литература од оваа област која е издадена и достапна во светот, може да се забележи дека онаа која им е достапна на нашите менаџери е

ограничена и со постар датум на издавање, што не секогаш им нуди најнови сознанија, а најмногу тоа што литературата на македоски јазик е помалобројна од онаа на англиски јазик. Познатите светски, реномирани автори од областа на стратегискиот менаџмент, најчесто не се преведени на македонски јазик.

Библиотеките на факултетите кои располагаат со понови наслови, се недостапни за надворешни членови како што се менаџерите на бизнис организациите.

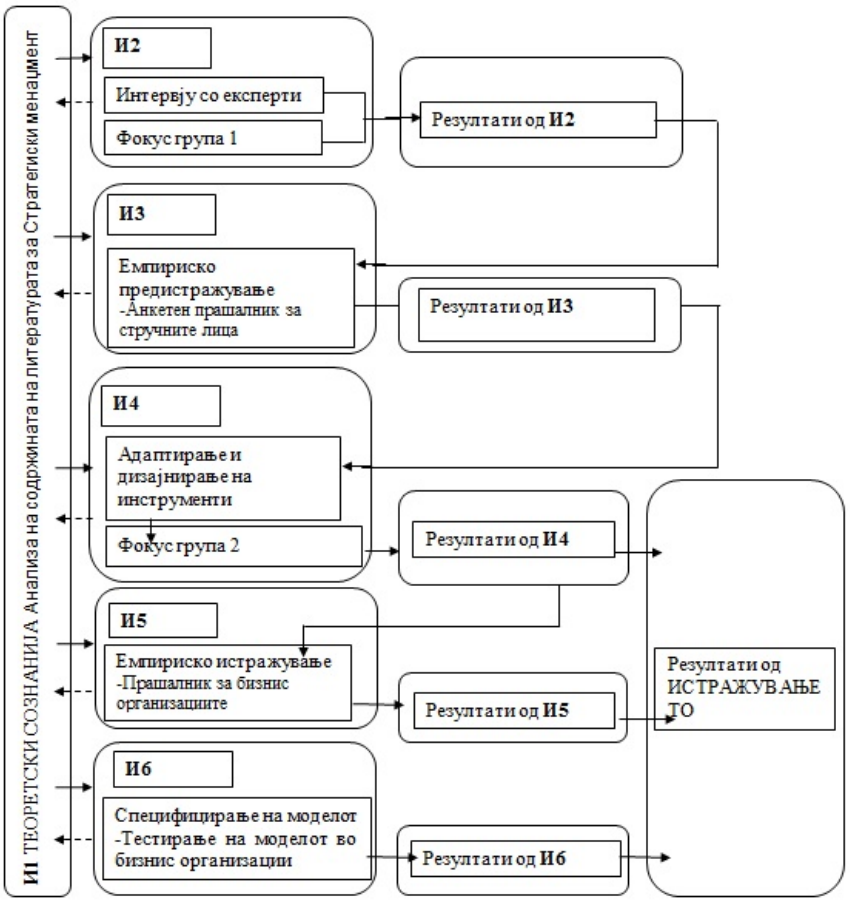
Сублимацијата на теоријата во овој труд, треба да ги собере на едно место сознанијата за стратегиското менаџирање, кои можат да бидат корисни за менаџерите во Република Македонија и да ги интегрира во модел кој ќе им го предложи на бизнис организациите.

МЕТОДОЛОГИЈА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

При формулирањето и презентирањето на резултатите од истражувањето се користи соодветна комбинација на бројни научни методи: системска анализа, компаративна метода, метода на анкетирање и интервјуирање, анализирање на содржина, тестирање, метода на моделирање и примена на статистички методи во анализа на податоците. Во овој истражувачки проект се примени комбиниран метод на квалитативно и квантитативно емпириско истражување.

Инструменти: Анкетни прашалници, Протокол за водење интервју, Протокол за анализа на содржина, Чек листа, Тестови

Испитаници: *Стручни лица од областа на стратегискиот менаџмент*: експерти и консултанти; Лидери во бизнисот, топ-менаџери и членови на менаџерки тимови, на 30 успешни организации во Пелагонискиот регион.



Слика1.1: Алгоритам на методолошката постапка

РЕЗУЛТАТИ И НИВНА АНАЛИЗА

Од анализата на теоријата можеше да се заклучи дека постојат различни пристапи, модели и школи кои на стратегискиот менаџмент му пристапуваат од различни аспекти и искуства (Porter, 1985; Smith et al.,1988; Ansoff, 1989; David,1991; Stahl& Grigsby,1992; Fogg,1994; Hussey,1994; Jeffrey & St.John 1994; Morrison & Wilson 1996; Hunger & Wheelen, 1996; Hiatt,1999; Bradford & Duncan, 2000; Hitt et al, 2001; Шуклев и Дракулевски, 2001; Winter, 2002; Јолевски, 2004; Mintzberg,

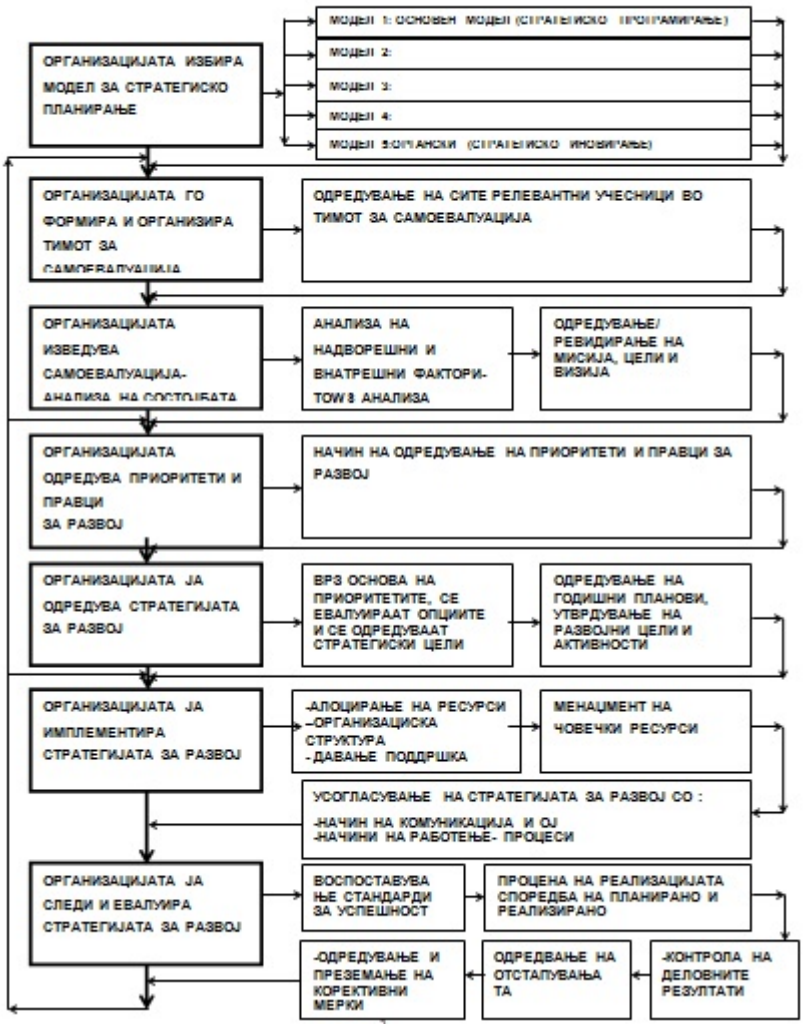
Olstrand and Lampel, 2004; Dess et al, 2004; Chan Kim & Mauborgne, 2005; McNamara, 2010; Olsen, 2010).

После извршената теоретска сублимација, врз основа на сите достапни сознанија, се предложи модел за стратегиско менаџирање на малите и средни бизнис организации во Република Македонија, кој е претставен со Алгоритамот на моделот на стратегиско менаџирање и кој се состои од три предложени модели подетално разработени за секоја од фазите на стратегиско менаџирање:

- Предлог модел за формулирање на стратегија за развој
- Предлог модел за имплементирање на стратегија за развој
- Предлог модел за евалуирање на стратегија за развој

Овие предложени модели, претставуваат теоретска сублимација за се што е познато и достапно во литературата и може да се прифати и да соодветствува на поголемиот број на мали и средни бизнис организации од Р. Македонија (врз основа на условите и факторите кои се присутни во Република Македонија- развиеност на индустрија, национален бруто доход, достапност до кредити, каматни стапки и сите други останати надворешни услови и фактори, укажуваат дека кога се зборува за македонските бизнис организации, не се работи за светски водечки компании туку компании во развој или компании кои преживуваат).

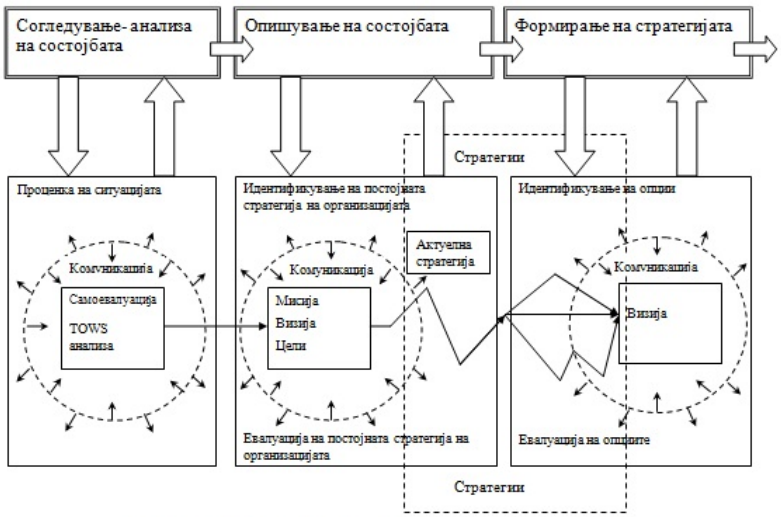
Табела: Алгоритам на моделот на стратеписко менаџирање



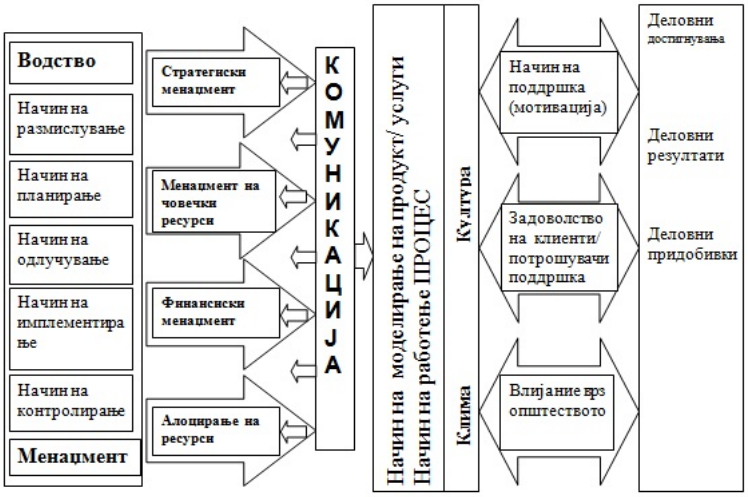
Низ сите фази на спроведување на стратегискиот менаџмент, актуелните менаџери ја согледуваат важноста на комуникацијата, без која не е возможно да се донесе и реализира успешна стратегија за развој.

Предложениот модел за стратегиско менаџирање, составен од трите модели разработени по фази, располага со флексибилност и дава можност за опции во зависност од разликите на секоја бизнис

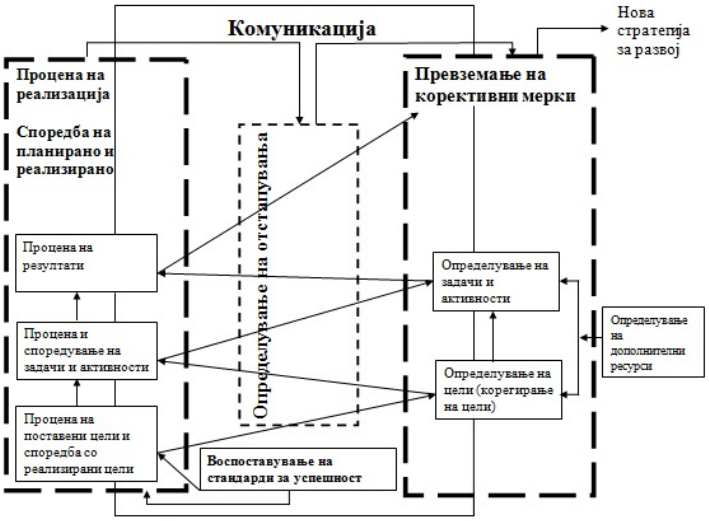
организација или за секој тип на организација да се развие посебен модел за стратегиско менаџирање.



Слика3.1: Предлог модел за формулирање на стратегијата за развој



Слика3.2: Предлог модел за имплементирање на стратегијата за развој



Слика: Предлог модел на евалуирање на стратегијата за развој

Со предложениот Алгоритам на моделот за стратегиско менаџирање и врз основа на елементите на овие модели односно фази, се создаде теоретска рамка за креирање на потребните инструменти за емпириското истражување. Со тоа се креирани прашањата од инструментите за истражување на застапеноста на овие елементи во постојната практика на стратегиско менаџирање во бизнис организациите во РМ, преку кои се заклучува дали организациите воопшто донесуваат стратегии за развој, дали ги донесуваат на класичен начин или постои некој иновативен начин.

Преку истражувањето И2 и И3 на стратегиското менаџирање во бизнис организациите во Република Македонија, стручните лица-експертите и консултантите го искажаа своето искуство и сознанија за стратегиското менаџирање во организациите со кои имале директни деловни контакти.

Од спроведените интервјуа и фокус гупата 1, се дојде до констатација дека уште при зпочнувањето на постоењето на бизнис организациите, не му се посветува доволно внимание на стратегиското менаџирање. Најголемиот број на претприемачи кои започнуваат бизнис ги немаат потребните теоретски сознанија за стратегискиот менаџмент, што уште во стартот предизвикува некомпетентност при планирањето и нејасност при одредувањето на краткорочните, среднорочните и долгорочните цели.

Најчесто, бизнис плановите за новите бизниси ги изработуваат консултанти, без никакво или со мало вклучување на лицата кои

започнуваат бизнис, што не се одразува позитивно врз развивањето на визијата за развој на организацијата и развивањето на компетенците на идните сопственици и менаџери за стратегиско менаџирање на бизнис организациите.

Во однос на водењето на бизнисот во постојните бизнис организци, од страна на стручните лица и консултантите се констатира дека најголемиот дел од врвните менаџери не се доволно компетентни и немаат релевантни познавања за стратегискиот менаџмент. Како најчести проблеми со кои се соочуваат бизнис организациите при стратегиското планирање се наведуваат недостатокот од менаџерско образование, преоптеретеноста со тековните проблеми и активности на бизнис организациите, недоволната подготвеност на сопствениците на малите бизнис организации да ги вклучат вработените во процесот на стратегиско менаџирање

Овие сознанија и констатации се потврдија и со истражувањето спроведено меѓу менаџерите во малите и средни бизнис организации (И4 и И5).

Добиените констатации се искористија при докажување на хипотезите, со што се потврди предложениот „Модел за стратегиско менаџирање на малите и средни бизнис организации во Р. Македонија“ во зависност од применливоста и корисноста на истиот во праксата. Основната улога на моделот е да ја развие способноста на менаџерите и организацијата во целост, за флексибилно размислување и осознавање на процесот на стратегиско менаџирање, како и креирање на стратегијата за развој во зависност од степенот на развој, животниот циклус на организацијата, расположивоста на ресурсите, спецификите на опкружувањето. Спроведеното тестирање на Моделот имаше за цел да се провери и утврди дали актуелните менаџери на малите и средни бизнис организации, можат самостојно да го аплицираат моделот, дали за тоа им е потребно соодветно професионално усовршување или им е неопходна стручна помош и поддршка од интерни или екстерни стручни лица. Тестирањето на предлог моделот се изврши во успешни мали и средни бизис организации во Р.Македонија.

ЗАКЛУЧОК

Паралелно со нагласеното внимание кое се посветува на улогата и значењето на стратегискиот менаџмент во светот, кај нас тоа е малку застапено и инцидентно. Заслуженото внимание кон стратегискиот менаџмент го посветуваат големите успешни бизнис организации во

РМ, кои најчесто се компании со странски капитал, а состојбата е поразителна и загрижувачка во сферата на малиот и среден бизнис. Тоа е пред се резултат на недоволната едуцираност на постојните менаџерски кадри во малиот и среден бизнис и непостоењето на модел кој би им го олеснал и систематизирал процесот и би им помогнал во тој контекст. За надминување на овие проблеми, како резултат на целокупното истражување, беше понуден Модел за стратегиско менаџирање на мали и средни бизнис организации, кој има за цел да ги надмине констатираните слабости во оваа сфера.

Врз основа на резултатите од спроведеното тестирање на Моделот за стратегиско менаџирање за малите и средните бизис организации во Република Македонија, можат да се извлечат следните заклучоци:

- Моделот е соодветен за примена во малите и средните бизнис организации.
- Моделот е едноставен за примена и можат да го применат и самите бизнис организации, без консултативна помош од надворешно стручно лице.
- Заради преокупираноста со тековни работи и сооченоста со секојдневните проблеми, во организацијата се губат од вид приоритетите и крајни цели и потребно е да постои посветеност на менаџерскиот тим за доследно спроведување на Моделот, за истиот да може да ги даде очекуваните резултати.
- И покрај едноставноста на моделот, менаџерските тимови на организациите имаат потреба од стручна консултативна помош при аплицирањето на Моделот.
- Заради тековни активности и обврски, подготвеноста за примена на Моделот во организацијата, е поголема во периодот кога нема сезонски работи и активности.
- Во малите бизнис организации, поголема е потребата од стручна консултативна помош за примена на Моделот, заради помал број на вработени, кои не можат да ги запоставаат своите тековни задолженија за сметка на активностите повзани со спроведување на моделот.
- Организациската структура на средните бизнис организации обезбедува поедноставна и подоследна примена на Моделот, за разлика од онаа на малите бизнис организации.

За да се надминат согледаните проблеми, се пепорачуваат следниве мерки:

- Спроведување на задолжителни обуки за усовршување на актуелните менаџери на малите и средните бизнис организации (од

страна на организации и здруженија за поддршка на претприемништво и јакнење на бизнис секторот).

- Спроведување на задолжително менаџерско образование, на лицата кои се поставуваат на менаџерските позиции во малите и средни бизнис организации
- Давање на поддршка на малите и средните оганизации во вид на стручна и консулативна помош за стратегиско менаџирање, од страна на здруженија, фондации и агенции за поддршка на претприемништвото и бизнис секторот (АППРМ, Стопански комори)
- Давање на поддршка на малите и средните оганизации во вид на стручна и консулативна помош за стратегиско менаџирање, од страна на консултантски фирми
- Научната мисла во РМ, да посвети поголемо внимание на континуираното истражување на оваа појава и давање на конкретни решенија за подобрување на практиката на стратегиско менаџирање од страна на актуелните менаџери
- Високо образовните институции да креираат програми за менаџерска едукација на актуелните сопственици и менаџери на малите и средни бизнис организации во областа на стратегискиот менаџмент.
- Високо образовните институции да извршат ревизија на постојните програми за Стратегиски менаџмент од додипломските студии за менаџмент и да креираат ефективни програми кои ке ги подготвуваат идните менаџери за успешна примена на стратегискиот менаџмент во бизнис праксата.

За да се аплицира моделот во пракса, потребно е да постои посветеност и доследност во спроведувањето на сите фази од стратегискиот менаџмент. Моделот им нуди на малите и средни организации негова примена и без консултантска помош, што е покорисно за секоја организација, бидејќи средствата кои би се намениле за консултант, би можеле да се искористат за едукација или за поддршка на вработените кои ќе се усовршат во областа на стратегиско менаџирање.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ansoff, I. (1989) *Corporate Strtegy,* New York: Mc Graw-Hill
2. Barnett, J. and Wilsted, W. (1989) Cases for strategic management, Boston: PWS-KENT
3. Бошевска, Л. (2011) *Стратегиското планирање како рамка за евалвација на ефикасноста и ефективноста на наставата,* во Ефикасност и ефективност на наставата, Битола: СОУ Таки Даскало
4. Бошевска, Л. (2012) *Придонесот на стратегискиот менаџмент во малите и средните бизнис организации врз одржливата компаниска конкурентност*, во Современите менаџерски предизвици и организациските науки, Битола: БАС Институт за менаџмент
5. Boshevska, L. (2011) *Strategic Management in Business Organizations in the Republic of Macedonia through the Prism of Experts and Consultants.* In Proceedings of Cosmo Small Business conference :The Emerging Importance of Knowledge and Management Skills 13-15 May 2011, Skopje: Cosmo, pp. 86-93
6. Boshevska, L. (2011) *Hospitality Management and Strategic Analysis in Creating Businesses in Hospitality Industry*, in Proceedings of Second Biennial International Scientific Congress "The Influence of Tourism on Economic Development", Skopje: University of Tourism and Management
7. Boshevska, L., Jolevski,I. (2012) *Strategic Management in Business Organizations in the Republic of Macedonia*, in Proceedings of VIII May conference of strategic management, Bor: Technical Faculty in Bor
8. Bradford.R, Duncan.P, (2000) *Simplified Strategic Planning: The No-Nonsense Guide for Busy People Who Want Results Fast*, Chandler House Press, Worcester Massachusetts
9. Chan Kim, W., Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean Strategy*. Boston: Harvard Business School Press.
10. Chapman, A (2005-09) *Free PDF version of a tool and information about SWOT analysis methods.* Достапно на: www.businessballs.com/swotanalysisfreetemplate.htm. [Пристапено на 17.12 2011]
11. David, F.R. (1991) *Strategic management*, 3rd edition, New York: Macmillan Publishing Company
12. Dess, G.G., Lumpkin, T.G., Eisner,B.A (2004) Strategic management, second edition New York: McGraw-Hill/Irwin
13. Fogg,C.D., (1994) *Team-Based Strategic Planning: A Complete Guide to Structuring, Facilitating and Implementing the Process*, AMACOM American Management Association, New York

14. Hiatt, J. *(1999) Vision and Strategic Plan: Who needs them?* BPR Tutorial Series ProSci [Online] Достапно на: http://www.prosci.com/vis1.htm [Пристапено на 17.12 2011]
15. Hiatt, J (2000) Winning with Quality, Addison-Wesley Longman [Online] Достапно на: http://www.prosci.com/visl.htm,
16. Hitt, M., Ireland, D. and Hoskisson, R. (2001) *Strategic Management Competitiveness and Globalization Concepts and Cases,* 4th edition South-Western College Publishing
17. Hunger, D., Wheelen, T. (1996) *Strategic Management*, Massachusetts: Addison- Wesley Publishing Company Reading
18. Hussey, D. (1994) *Strategic Management: Theory and Practice*, Pergamon, Oxford
19. Jeffrey, S.H., St.John, H.C. (1994) *Strategic management of organizations and stakeholders:Theory and Cases*, West Publishing Company, St.Paul, Minneapolis
20. Jolevski, T. (2004) *Introduction to Management*, Bitola,AD Kiro Dandaro (in Macedonian)
21. Lamb, Robert, Boyden (1984) *Competitive strategic management*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall
22. McNamara, C. (2007) *Field Guide to Nonprofit Strategic Planning and Facilitation*, Authenticity Consulting, LLC.
23. McNamara, C. (2010) *Strategic Planning Models*; [Online] Достапно на: http://www.managementhelp.org/plan_dec/str_plan/str_plan.htm [Пристапено на 13.10 2010]
24. Mintzberg,H., Ahlsrand, B., and Lampel, J. (2004) *Strategy safari (A Guided Tour Throught the Wilds of Strategic Management,* Novi Sad: IK Prometej (in Serbian)
25. Morrison, J., Wilson, I. (1996) *The Strategic Management Response to Challenge of Global Change,* Didsbury, Howard (Ed.), *Future Vision, Ideas, Insights, and Strategies*. Bethesda, MD: The World Future Society
26. Olsen, E. (2010) *The Ten-Step, One-Day Strategic Plan "The simple way to keep your business on track".* [Online] Достапно на: http://entrepreneurs.about.com/od/businessplan/a/10stepstrategic.htm?nl=1 [Пристапено на 13.10 2010]
27. Porter, M. (1985) Competitive Strategy, New York: Free Press
28. Smith, G., Arnold, D., Bizzell, B. (1988) *Business Strategy and Policy*, Boston: Houghton Mifflinn Company
29. Stahl, M., Grigsby, D. (1992) *Strategic Management for Decision Making*, Boston: PWS- Kent Publishing Company
30. Стаменковски, А. (2006) *Стратегиски менаџмент,* Скопје: ТНИД Ѓурѓа

31. Winter, R. (2002) *Business Strategy Modelling in the Information Age,* [Online] Достапно на: http://web.iwi.unisg.ch/org/iwi/iwi_pub.nsf/wwwPublAuthoreng?OpenView&Count=999&RestrictToCategory=Winter%2C%20R. [Пристапено на 09.12 2009]
32. Шуклев, Б., Дракулевски, Љ. (2001) *Стратегиски менаџмент,* Скопје: Економски факултет

удк 334.722.24(497.7)

ЗНАЧЕЊЕТО И УЛОГАТА НА СЕМЕЈНИТЕ БИЗНИСИ И НИВНИОТ ПРИДОНЕС ВО ЕКОНОМСИОТ РАЗВОЈ НА РМ[7]

М-р Гоце Маркоски

Универзитет „Св. Климент Охридски - Битола,

Ул. Ужичка Република бр. 5 Битола

mail: goce.markoski@uklo.edu.mk

М-р Лидија Ѓошевска

СОЕУ „Јане Сандански„-Битола,

ул. Отешево бр. 3 Битола,

mail: lidija.gosevska@hotmail.com

АПСТРАКТ

Секоја држава применува различни принципи и стратегии за поттикнување на развојот на семејните бизниси. Така, главна карактеристика на развиените земји во текот на последниве децении е систематското развивање на институциите и инструментите за поддршка на претприемништвото и развојот на малите и средните претпријатија и на семејните бизниси. Создадени се повеќе фондови и банки специјализирани за кредитирање на семејните бизниси по бенефицирани услови во функција на развивање на развојните проекти и тековните активности, како и програма за структурно приспособување на семејните бизниси.

Правната регулатива и создавањето на погоден економски амбиент, се посебно важни, посебно во динамичко и нестабилно окружување. Таквиот правно-политички и економски амбиент треба да биде јасен, едноставен и делотворен.

Клучни зборови: семеен бизнис, претприемништво, економски развој

[7] Прегледан научен труд

ВОВЕД

Микро, малите и средните претпријатија се најзначајниот генератор за вработување во индустријата во Република Македоника, кои опфаќаат 80% од вкупно вработените. Анализата на главните индикатори на индустријата по големина, покажуваат дека микро, мали и средни пртпријатија учествуваат со 99,3% во вкупниот број на фирми, произведуваат 41% од вкупното производство и 40,6% од вкупниот приходи. Тие поседуваат 53% од вкупните средства и 42,8% од вкупниот капитал во индустријата[8].

Според податоците од централниот регистер на Република Македонија, во 2006 година, 98,7% од активните претпријатија припаѓаат на мали и средни претпријатија од кои, поголемиот број се бизниси формирани од семејства. Тие вработуваат 78,4% од вкупниот број на вработени и учествуваат со 54,3% во бруто-домашниот производ на Република Македонија[9].

Во поглед на започнување бизнис и плаќање даноци, Република Македонија е подобра од повеќето земји членки на ЕУ. Во повеќето области, македонската бизнис клима значително се подобри во 2009 споредено со 2008 година. Индексот за 2009 во споредба со рангирањето во 2008 за вкупните олеснувања за водење бизнис е 89,9%[10].

Според истите истражувања, во Република Македонија, главно постои позитивна клима во однос на претприемништвото. Речиси секој втор испитаник смета дека постојат добри можности за започнување на семеен бизнис, само 35% сметаат дека стравот од неуспех би ги спречил да започнат бизнис, а 40% би започнале во следните 3 години. Дури 80% сметаат дека претприемништвото е добар избор за кариера и 66% дека медиумите му придаваат соодветно внимание на претприемништвото.

Сепак, дури за половина од претприемачите во Македонија претприемништвото е нужност, а за другата половина можност. Се смета дека како што земјата ќе се развива, така ќе се намалува бројот на претприемачи водени од нужност, за сметка на претприемачите водени од можност.

[8] Завод за статистика на Република Македонија
[9] Progress in the implementation of the Europian haracter for Small Enterprises in the Western Balkans
[10] Центар за развој на нови бизниси при УКИМ, Скопје и ГЕМ Македонија

ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО И СЕМЕЈНИТЕ БИЗНИСИ ВО РМ

Во Република Македонија, приоритетот на развивање на претприемништвото, како потенцијално главна движечка сила на идниот севкупен развој на државата, му се дава после 1991 година, односно после нејзиното осамостојување. Во тој период, на сите планови на долгорочниот стопански развој на државата беше ставен акцент врз улогата и значењето на развојот на претприемништвото. Се разбира дека, во ваквиот начин на проектирање на идниот севкупен развој на стопанството во Република Македонија, свое место зазема и оформувањето на семејните бизниси, како значаен фактор во подобрувањето на економската слика и можноста за намалување на невработеноста во државата.

Во почетокот на трансформацијата на стопанскиот систем во Република Македонија, се јавија голем број на проблеми и временско пролонгирање, но сепак, тој процес даде и определени резултати. Како резултат на несоодветната кредитна, царинска и даночна политика, како и непостоењето на соодветна институционална инфраструктура, поддршката на претприемништвото и развојот на семејните бизниси во Република Македонија во почетокот не ги даваше очекуваните резултати.

Првите почетоци на формирање семејни бизниси во Република Македонија забележани се многу одамна. Кон крајот на XVIII и почетокот на XIX век, кога започнува поинтензивен развој на приватната сопственост која најмногу беше насочена кон отворање на занаетчиски и трговски дуќани. Ваквите семејни бизниси успеваа да се одржат во тогашните услови на стопанисување и да се развијат во бизниси, кои се пренесуваат на следната генерација. Во исто време, со индустријализацијата во Европа и во Македонија забележани се скромни почетоци на индустријализацијата, како мали погони.

Ваквата експанзија на приватната иницијатива и развој на семејните бизниси траела сè до почетокот на Втората светска војна, после што во Република Македонија доаѓа до промена на економското уредување од капиталистичко во социјалистичко, каде што голем дел од тогашните стопански субјекти ја менуваат сопственоста и од приватни стануваат општествени претпријатија во сопственост на државата.

Меѓутоа и покрај строгата законска регулатива во однос на приватната сопственост во периодот после Втората светска војна, па сè до осамостојувањето, беше оставен простор за функционирање на занаетчиски дуќани во приватна сопственост, со што се продолжи

традицијата на некои семејни бизниси, нормално прилагодени на условите карактеристични за тој период.

После осамостојувањето на Република Македонија т.е. од 1991 година па наваму, забележана е експлозија, во буквална смисла на зборот, во развојот на претприемништвото и формирањето на семејни бизниси.

Знаејќи го значењето на развојот на семејните бизниси и имајќи ги во предвид погоре споменатите податоци, државата мора да премине кон прилагодување на законската регулатива и отворање на фондови со полесен пристап до финансиски средства со цел, да се олесни можноста за финансирање на почетните бизниси на потенцијалните инвеститори.

Република Македонија има долгорочна стратегија за развој на малите бизниси во периодот од 2002-2012 година, која е базирана врз активностите што се преземаат за приближување на државата кон евроатланските интеграции, индустриската политика 2009-2020, програма за развој на претприемништвото, конкуренцијата и иновативноста на малите и срден претпријатија и сл.

Во последните две години, владата на Република Македонија презеде чекори во промовирање на извозната политика. Како главна активност беше лансирањето на краткорочниот кредит за поддршка на извозот на малите претпријатија, поддржан од македонската банка за обнова и развој, а реализиран преку комерцијалните банки[11].

Со помош на средства од странски влади, во Република Македонија оформени се поголем број на бизнис инкубатори, кој даваат значаен придонес во помагањето за стартување на нови бизниси, а сето тоа во рамките на поттикнување на претприемаштвото во Република Македонија.

Денес во светот постојат многу различни модели на бизнис инкубатори, кои се развиваат во зависност од локалните услови. Тие мора да бидат дел од поширока програма за развој во сите сфери на економските промени. Ова посебно се однесува на земјите во транзиција, каде инкубаторите се покажаа како најефикасни во пошироките програми за развој на малите бизниси. Најчесто споменуван поим кај нас е Бизнис Иновативен Центар. Концептот за Бизнис Иновативниот Центар го промовира Европската комисија, како инструмент за регионален развој. Целта на ваквите центри е генерирање на нови иновативни бизниси.

Основната мисија на бизнис инкубаторите е:

- Поддршка за развој на сопствен бизнис, а со самото тоа останување на младите во државата и спречување на „одлив на мозоци“;

[11] Progress in the implementation of the Europian character for Small Enterprises in the Western Balkans

- Создавање на добро оспособени млади и стручни кадри, кои на долг рок можат да создадат сосема ново јадро во стопанството;
- Создавање на услови за комерцијализација на резултатите од научно-истражувачката работа итн.

Тие се основа за поддршка, како на малите и средни претпријатија, така и на семејните бизниси. Новоформираните мали претпријатија и семејни бизниси, се иновативни и се базираат на високо-технолошки достигнувања, користат нови материјали и процесни технологии, што им овозможува мултидисциплинарен пристап и го трасираат својот пат на успех и развој. Целта е во почетните фази на развој на семејните бизниси, инкубаторот практично да им го олеснува притисокот од трошоците, како што се закупнина на простор, книговодствени услуги, административна и правна помош, дополнителни обуки за потребите за водење на бизнисот итн.

Самиот инкубатор, на подолг рок ќе постане расадник за развој на иновативни и конкурентни семејни бизниси, кои ќе бидат способни да се натпреваруваат и во светски рамки, а со самото тоа ќе станат главна алка во развојот и на стопанството, воопшто.

И покрај општиот консензус за значењето на претприемаштвото и развојот на семејните бизниси, во изминатиов период, не беа направени доволно напори за засилување на активностите на релевантните институции за поддршка на приватниот сектор и поттикнување на претприемаштвото.

Во последните неколку години во Република Македонија, постои мрежа на центри за деловна поддршка на бизнисот и претприемаштвото, кои како такви добиваат значителна поддршка од меѓународни донатори во процесот на нивното основање и работење, вработување и обука на кадри и создавање на деловен амбиент за нивното работење. Ваквите центри, во голема мера делуваат индивидуално, неповрзано и некоординирано, со што се намалува нивниот придонес во развојот на бизнис секторот во Република Македонија.

Генерално гледано, Република Македонија има добра перспектива во развојот на претприемништвото и семејните бизниси, но сепак не траба да останеме на надежта дека нештата можат да се случуваат без наше активно учество.

Сепак, во Република Македонија постои еден позитивен однос кон претприемништвото и кон стартувањето на семејните бизниси. За ваквата позитивна клима, големо влијание имаат агенциите и центрите за развој на претприемништвото, кои во голема мера придонесуваат за негово пошироко распространување во сите сегменти на нашето

живеење, како и бизнис инкубаторите кои преку своите активности за обука, каде што најзастапена е обуката за изработка на бизнис план и стартување на бизнисот, му помагаат на почетните бизниси за нивно успешно соочување со конкуренцијата и окружувањето.

Во Република Македонија, најголем дел од семејните бизниси се мали и средни претпријатија, иако било какви прецизни информации во врска со ова прашање се недостапни. Во меѓународната пракса постојат многу примери каде големите претпријатија се семејни бизниси, ова не може да се смета за една стварност во македонската економија.

Сепак, концентрацијата во некои индустрии, социјалните фактори, вклучувајќи ги просечната плата, работната сила и друго, придонесуваат за експанзија на семејните бизниси во определени сектори. На пример, во трговијата на мало во својот развој, како семејни бизниси посебно се издвојуваат компаниите како што се Тинекс, Кам-Маркети, Виталија, Млин Стојчев, кои доминираат во домашниот пазар. Семејната компанија Bujoto, се развива брзо во рамките на дрвопреработувачката индустрија, додека во секторот за вино, забележителен развој се забележува кај следниве компании: Винарија Тиквеш, Винарија Грков, Попова Кула, Винарија Попов и други.

Обично, семејни бизниси во Македонија се активни во трговскиот сектор. Малите продавници во соседството, доминираат во голем број македонски градови, гратчиња и села. Голем број на семејства во земјава се занимаваат со земјоделие, дел од нив имаат и регистрирано сопствени фирми и истите произведуваат и ги продаваат производите од сопственото производство на пазарите и на таков начин придонесуваат во подобрувањето на економската состојба на нивните семејства.

Многу фирми за производство на облека, исто така се започнати и раководени како семејни бизниси. Се очекува дека, во блиска иднина семејните бизниси, како форма на организација на бизнисот во Република Македонија, ќе се прошири и во другите сфери во општественото живеење и тоа во туризмот, консултантски услуги, мода и дизајн, како и развој на софтвер и други услуги во ИТ секторот.

Можност за развој на семејниот бизнис во Република Македонија може да се најде во туризмот, особено во руралните области. Во одредени региони, кои имаат природни убавини или одредени традиции, на пример, села во кои грнчарството како традиција сè уште постои или издавањето на апартмани во потпланинските села.

Сепак, треба да се истакне дека семејните бизниси имаат многу слабости што ги прави неодржливи на долг рок. Од најважните причини за нивниот недостаток на одржливост, се следниве: слабите познавања на менаџментот, проблеми со пристапот до финансии за понатамошен развој, неадекватна контрола на трошоците, меѓучовечките односи кои постојат помеѓу персоналот во компанијата, недостаток на дисциплина итн.

Затоа, подигањето на свеста на населението во насока на подобрување на нивните компетенции за водење бизнис, во голема мера ќе придонесе во донесувањето на позитивни одлики за отворање на семејни бизниси. Исто така и изучувањето на семејните бизниси како предмет во наставата ќе придонесе до поблиску запознавање на целните групи со можноста за самовработување, а воедно поблиску ќе се запознаат со слабите и јаки страни на водењето на семејниот бизнис.

ЛИТЕРАТУРА

1. Elina Varamaki, Timo Pihkala, Vasa Routamaa **"*Knowledge Transfer in Small Family Business*"**, University of Vaasa,Department of Manegement, Finland, 2004
2. Giuseppe Leone **"*Resolving Cinflict in a Family Business*"**
3. Khai Shang Lee Wei Shi LIM Guan Hua Lim **"*Succesion and Survival of Family Business*"** Faculti of Business Administration National University of Singapore, 2000
4. London Economisc **" *Family Business do they perform better*"** Europian Monitoring Centre on Change, 2002
5. Corbetta, G., & Salvato, C. (2004). Self-serving or self-actualizing? Models of man and agency costs in different types of family firms: A commentary on "***Comparing the agency costs of family and non-family firms: Conceptual issues and exploratory evidence.*** Entrepreneurship Theory and Practice, Summer, 355-362.
6. Davis, J. H., Schoorman, F. D., Mayer, R., & Tan, H. (2000). ***The trusted general manager and business unit performanc***e. Strategic Management Journal, 21, 563-576.
7. Miller, D. and Le Breton-Miller, I. (2005) Managing for the Long Run: ***Lessons in Competitive Advantage from Great Family Businesses***. Harvard Business School
8. Б. Шуклев, **„*Менаџмен на мали бизниси*"**, Економски факултет-Скопје, 2003
9. Ј. Пејковски, „***Претприемаштво и развој***", Експрес, Скопје, 1997

10. Тодор Кралев, Илија Чубровиќ, ***„ Менаџмент на претприемачкиот бизнис***“ Центар за интернацуионален менаџмент, Скопје, 2003

удк 316.422.42:004(497.7)

ПРОГРЕСОТ НА Р. МАКЕДОНИЈА НА ПАТОТ КОН СОЗДАВАЊЕ НА Е-ОПШТЕСТВО[12]

М-р Синиша Цветковиќ

Докторант по Економија на универзитет "Св. Кирил и Методиј – Скопје", Скопје, Република Македонија

sinisac4@gmail.com

АПСТРАКТ

Брзиот раст, развој и дифузијата на електронските комуникациски мрежи и информатички технологии популарно нарекувани ИКТ, придонесоа за нивно пенетрирање во сите сегменти на општественото живеење. Поради своите уникатни својства на брз и евтин пренос на знаење и информации, ИКТ имаат сè понагласена улога како развојни ресурси во современите економии. Модерните текови на промените диктирани од процесите на растечката глобализација ги наметнуваат ИКТ како основни алатки за креирање на развоен амбиент. Анализата на состојбите на глобално ниво во однос на пристапот и користењето на ИКТ, ги потврдува разликите помеѓу земјите познати под името "Дигитален јаз". Согледувањето на способноста на Р.Македонија да оствари бенефит од употребата на ИКТ и глобалното мрежно поврзување за да го засили економскиот раст и развој, ќе го спроведеме преку анализа на композитниот индекс, *Индекс на развој на ИКТ* односно *ICT Development Index (IDI).* Сознанијата ќе овозможат увид во слабите и јаките аспекти на развојот на ИКТ на национално ниво.

Клучни зборови: информационо општество, дигитален јаз, ИКТ, Индекс на развој на ИКТ

[12] Стручен труд

ВОВЕД

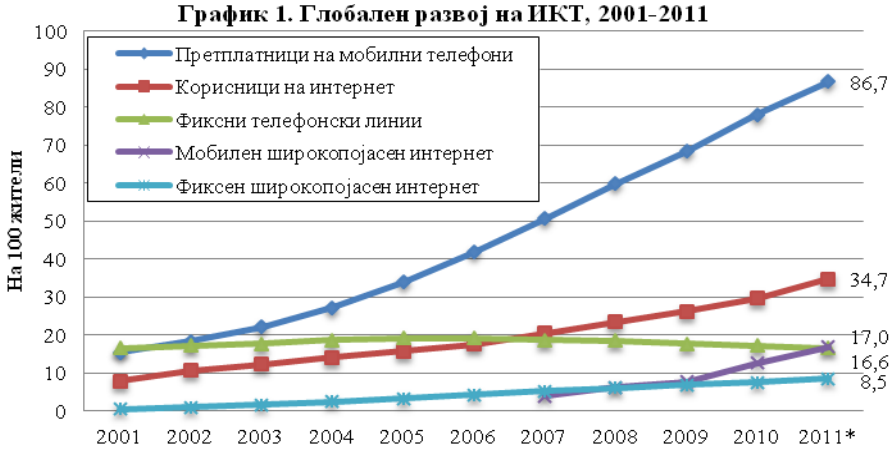
Добро развиената ИКТ инфраструктура нашироко е прифатена како критичен фактор за способноста на една земја, да ја развива и користи новата технологија. ИКТ овозможуваат широк спектар на економски ефекти кои директно или индиректно ја подобруваат благосостојбата и го олеснуваат социјалниот и економскиот развој. Економското влијание на ИКТ се материјализира низ зголемена продуктивност и ефикасност како резултат на развојот и употребата на ИКТ и сродните напредни технологии (ITU, 2010:p.79). Способноста за чување, споделување и анализа на знаењето преку мрежите, со користење на ИКТ, овозможува на претпријатијата да ги истражат и искористат неговите уникатните својства и да се здобијат со конкурентска предност на пазарот (WB, 2006:p.57). Компаниите во развиените земји стануваат дигитални претпријатија кои почнуваат да доминираат во современиот свет, што иницира промени и класичните претпријатија од земјите во развој да се трансформираат во дигитални и да практицираат комплетен *е – бизнис*.

Јавниот и приватниот сектор имаат важна улога во обезбедување на потребниот амбиент за имплементација и развој на ИКТ. Во пазарните економии приватниот сектор примарно е одговорен за овозможување на ИКТ услугите кои во услови на обезбедена конкуренција ќе бидат широко достапни и распространети. Главната улога на јавниот сектор е да обезбеди политичка и законска рамка, регулација на пазарот на ИКТ услугите, но воедно да биде и главен корисник на овие технологии во контекст на промоција на *е – влада* односно *е – општество* (WEF, 2011:66). Основна задача на креаторите на политиките во овој домен е да спроведуваат активности насочени кон обезбедување на лесен и ефтин пристап до знаење. За таа цел неопходно е вмрежување во глобалната база на знаење, преку инвестиции во градење на инфраструктура која ќе го овозможи и поддржи неговото пренесување до сите корисници (UNCTAD, 2006: p.7). Зголемувањето на нивото и квалитетот на знаењето, ќе продуцира унапредување и развој на човечкиот капитал, развој на апсорпциона та, иновациона та и технолошката способност на националната економија, што ќе резултира во повисоки и одржливи стапки на економски раст.

РАЗВОЈОТ И ДИФУЗИЈАТА НА ИКТ НА ГЛОБАЛНО НИВО

Последната декада ја одбележаа брзиот раст и високата стапка на пенетрација на ИКТ во сите сегменти на општествениот и економскиот живот проследени со намалување на трошоците за пристап и користење на овие технологии. Согледувањата на динамичката компонента на бројот на корисници и стапката на пенетрација на ИКТ на глобално ниво, ја дава потврдата за позитивните екстерналии кои произлегуваат од пристапот и ефективната употреба на овие технологии.

График 1. Глобален развој на ИКТ, 2001-2011



Извор: ITU World Telecommunication /ICT Indicators database

На (*график 1.)* прикажан е глобалниот развој на ИКТ за периодот од (2001 – 2011) год. Евидентна е високата стапка на раст во употребата на мобилните телефони како технологија која нуди многу предности (помали инфраструктурни трошоци по приклучок, мобилна достапност, пренос на дигитални содржини слики и текстови, пристап кон интернет услуги, можност за финансиски трансакции итн.) со што се овозможува масовен пристап и во земјите во развој и во неразвиените земји.

Според индикаторите од базата на податоци на ITU World Telecommunication, покриеноста на светската популација со мобилен сигнал во 2003 год. изнесувал 61% додека во 2009 се искачува на 90%. Пенетрацијата на мобилните уреди на глобално ниво за 2011 достигна 87% додека кај земјите во развој 79%. Податоците доволно зборуваат дека после радиото и телевизијата, мобилните телефони стануваат најзастапените комуникациони алатки на денешницата кои преку големиот број на содржини што ги нудат, овозможуваат унапредување на условите за подобрување на економската состојба и зголемување на шансите за повисок стандард на населението преку овозможување на

пристап до информации за вработување, ефтина комуникација со добавувачите и купувачите, следење на состојбата на берзите и слично.

Истовремено се забележува пад на фиксните телефонски линии особено од периодот на 2005 година кога стапката на пенетрација изнесува 19.3% фиксни линии на сто жители, додека во 2011 година стапката на пенетрација изнесува 16.6%. Поголемите инфраструктурни трошоци и ограничувањата единствено на гласовна комуникација, ја прават оваа технологија помалку атрактивна во однос на мобилната.

Новите ИКТ работат поврзани во мрежа. Основната поврзаност ја обезбедува интернетот чии карактеристики како што се: глобалниот досег, децентрализираност, брз пренос на информации во пакет и сл., го прават многу ефикасен, ефтин и прилагодлив начин на комуникација преку кој се обезбедува врската и со другите технологии. Денес, една третина од светската популација користи интернет, од кои 45% од корисниците се на возраст помлади од 25 години. Вкупниот број на интернет корисници е дуплиран во 2010 во однос на 2005 год. Земјите во развој го зголемиле својот удел од 44% во 2006 на 62% во 2011 год.

Широкопојасниот интернет овозможува пристап до сите е-услуги, и претставува основна алатка за надминување на дигиталниот јаз. Е-инклузијата може да се постигне единствено преку воведување на широкопојасен интернет пристап во сите домови и компании. Споредувајќи ја стапката на пенетрација на широкопојасниот интернет кај развиените и земјите во развој, (во 2000 год. кај развиените земји изнесувала 0.9% а кај земјите во развој 0.1% , додека во 2010 односот е 23.6% наспроти 4.2%), очигледно е продлабочувањето на дигиталниот јаз помеѓу нив. Слична е состојбата и трендот и со мобилниот широкопојасен интернет пристап. Во 2007 година 18.5% од 100 жители во развиените земји имале мобилен широкопојасен интернет пристап наспроти 0.8% кај земјите во развој, додека споредено со 2010 односот е 46.2% наспроти 5.3%. Најновата област каде се поместува анализата на дигиталниот јаз и оценката на нивото на развој на ИКТ како фактор на растот, е во брзините на широкопојасниот интернет кои растат експоненцијално и во последните 5 години достигаат над 10 Mbit/s. [13]

ДИГИТАЛНИОТ ЈАЗ И ПРЕДИЗВИКОТ ЗА НЕГОВО НАМАЛУВАЊЕ

Денес, евидентна е разликата во стапката на искористување на бенефитите од ИКТ во насока на постигнување одржлив економски раст и развој на земјите. Ваквата разлика во нивото на пристап и

[13] Според податоците од http://www.itu.int/ict/statistics пристапено на 30.04.2012

употребата на напредните ИКТ е позната под името дигитален јаз. Основните карактеристики на дигиталниот јаз се во неговата мултидимензионална природа на опфат и различните нивоа на кои е присутен. Како главни актери кои ги опфаќа дигиталниот јаз се појавуваат: индивидуите, претпријатијата, институциите од јавниот и приватниот сектор, владите, НВО итн. (ITU, UNCTAD, 2007:p.23).

Дигиталниот јаз се појавува и помеѓу одредени групи од населението поделени според возраст, пол, дигитална писменост, социјален статус, географска припадност, јазик, култура, религија итн. (OECD, 2001: p.5). Нивната способност да ја искористат постоечката технологија и знаење за да обезбедат одржлив економски раст, имаат директно влијание врз повисоките стапки на вработеност, намалување на сиромаштијата и обезбедување на повисок стандард на населението.

Проучувањето, мерењето и намалувањето на дигиталниот јаз денес претставува висок приоритет на владите, ОН и интернационалните организации кои постојано го мониторираат, управуваат и менаџираат овој процес. На двата одржани самити посветени на изнаоѓање заедничка визија и решенија за градење на информационо општество, донесени се четири документи (*Декларација за принципите и Акционен план* во (Женева 2003) и *Посветеност и Агенда за Информационо општество* во (Тунис 2005)),[14] кои претставуваат рамка според која ќе се превземаат активности за поттикнување и трасирање на патот кон воспоставување инклузивно Информационо општество. Следењето на имплементацијата на политиките и достигнувањето на целите од Акциониот план за намалување на дигиталниот јаз, се мониторира на локално, регионално и интернационално ниво преку воспоставени индикатори (дефинирани во *Partnership on Measuring the ICT for Development)* и институции (ITU,UNESCO, UNDP, UNCTAD и др.). Мерењето на прогресот кон градење на Информационо општество во својата основа го има намалувањето на дигиталниот јаз. Композитните индекси опфаќаат поголем број променливи што дава појасна слика за состојбите отколку поединечната споредба на индикаторите. [15]

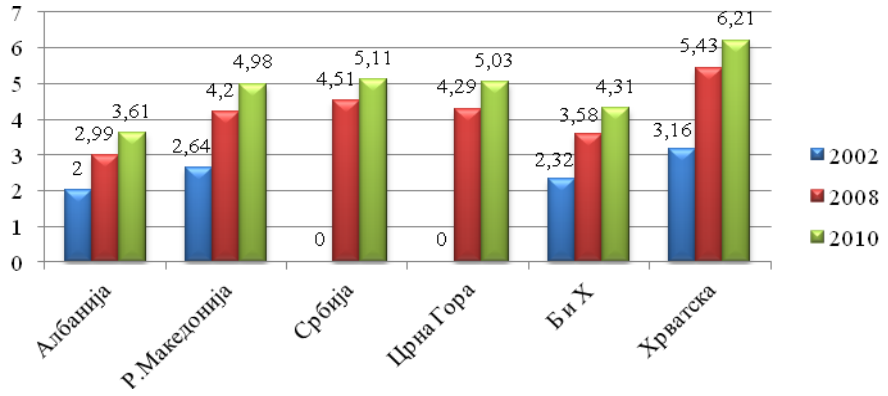
[14] ITU, 2006, *World Summit on the Information Society, "Outcome Documents , Geneva 2003 – Tunis 2005"*, Geneva

[15] Повеќе информации за индикаторите на *http://measuring-ict.unctad.org*

ПРОГРЕСОТ КОН СОЗДАВАЊЕ НА Е-ОПШТЕСТВО: Р.МАКЕДОНИЈА И ЗЕМЈИТЕ ОД ЗАПАДЕН БАЛКАН

Во продолжение ќе извршиме согледување на постигнувањата во развојот на ИКТ за Р.Македонија и земјите од западен Балкан, според податоците од (*ICT Development Index (IDI)) Индекс на развој на ИКТ.* Во своите анализи овој индекс опфаќа: временска анализа на нивото на развој на ИКТ помеѓу земјите, прогресот во развојот на ИКТ помеѓу земјите, дигиталниот јаз и развојниот потенцијал на ИКТ за економски раст и развој базиран врз расположивите знаења и вештини. [16]

График 2. Вкупна вредност на индексот IDI



Извор: ITU, 2011, "*Measuring the Information Society",* p.13; ITU, 2009, "*Measuring the Information Society",* p. 22

Според (*график 2.)* земјите од Западен Балкан покажуваат континуирано подобрување на своите перформанси споредено во временска рамка (2002-2010 год.), изразено преку повисоките

[16] ITU, 2011, "*Measuring the Information Society",* Geneva, p.7-11

Вкупниот индекс се состои од три подиндекси со вкупно 11 променливи преку кои се овозможува согледување на еволуцијата на развојот на информационото општество во временска рамка. Во рамки на подиндексите сите променливи имаат ист степен на влијание во композицијата на вкупниот подиндекс. Подиндексите *Пристап* и *Употреба* влијаат и двата со по 40% а подиндексот *Вештини* влијае со 20% од својата вредност во компонирање на вредноста на вкупниот индекс IDI.

1. Подиндекс ***Пристап*** – се состои од пет променливи: 1. Фиксни телефони 2. Мобилни телефони 3. Меѓународен интернет сообраќај 4. Домаќинства со персонален компјутер и 5. Домаќинства со интернет пристап

2. Подиндекс ***Употреба*** –составен од 3 променливи: 1. Корисници на интернет 2. Фиксен широкопојасен интернет 3. Мобилен широкопојасен интернет

3. Подиндекс ***Вештини*** – се состои од 3 променливи: 1. Писменост на возрасни 2. Вкупен број запишани во средно образование и 3. Вкупен број запишани во високо образование

вредности на вкупниот индекс IDI. Од групата како позитивен пример се издвојува Албанија која ја има подобрено својата позиција за 15 места со просечна годишна стапка на раст на перформансите од 10.1%. Р.Македонија ја задржува истата позиција 53 место и покрај зголемувањето на индексот за 88.6% што ја нагласува релативноста на рангирањето во однос на светските економии. БиХ ја подобрила својата позиција за 3 места иако вкупниот индекс бележи повисоки вредности за 85.7%. Истовремено Хрватска двојно ја подобрила вредноста на индексот а позицијата за 11 места. За Црна Гора и Србија недостасуваат податоци за периодот 2002, меѓутоа во однос на 2008 покажуваат зголемување на вредноста на индексот за 13.3% и 17.2% соодветно.

Споредено со 2007 год., Р.Македонија покажува голем напредок во развој на перформансите за пристап и употреба на ИКТ, подобрувајќи ја својата позиција за 12 места и заедно со Хрватска (скок за 1 место) во извештајот на ITU "*Measuring the Information Society 2010"* се наоѓаат во топ десетте најдинамични економии кои ја подобриле вредноста на индексот IDI, заедно во друштво со Грција, Луксембург, Романија, Шведска и Естонија како земји од Европа.

Постојат четири групи во кои се рангирани земјите според вредноста на индексот IDI: **високо рангирани** со вредност на индексот над 6.16 каде се опфатени вкупно 33 земји со околу 15% од вкупното светско население. Хрватска во 2010 год. влезе во оваа група земји.; **горно рангирани** со вредност на индексот помеѓу 4.09 и 6.04 во која се опфатени исто 33 земји со околу 11.2% од светската популација; **средно рангирани** земји со вредност на индексот помеѓу 2.59 и 4.05 во која се опфатени 43 земји со околу 37.8% од светската популација; **ниско рангирани** земји со вредност на индексот помеѓу 0.83 и 2.55 во која се опфатени 43 земји со околу 35.9% од светската популација. Освен Албанија која се наоѓа во групата на земји со *среден ранг*, останатите земји од западен Балкан се наоѓаат во групата на *горно рангирани земји,* а од 2010 год. придружувани и од БиХ. Постои силна корелација помеѓу групите на економии рангирани според вредноста на индексот IDI и според нивото на доход, што укажува на силна врска помеѓу БНП на земјата и нивото на развој на ИКТ. Глобално 66% од економиите припаѓаат во иста група според двете рангирања. [17]

Според (*табела 1.)* сите анализирани земји покажуваат подобрување на перформансите на подиндексите односно на нивните апсолутни вредности за (2008-2010) год, што секако не значи и

[17] International Telecommunication Union, 2011, "*Measuring the Information Society",* Geneva, p.27

пропорционално еднакво подобрување на позицијата на вкупната ранг листа.

Табела 1. Вредност на подиндексите на вкупниот индекс IDI

	Подиндекс Пристап				***Подиндекс Употреба***				***Подиндекс Вештини***			
	2008		***2010***		***2008***		***2010***		***2008***		***2010***	
	инд	рг	инд	рг	инд	рг	инд	рг	инд	рг	инд	рг
Хрватска	*6.51*	*31*	*7.05*	*29*	*3.03*	*39*	*4.33*	*34*	*8.07*	*43*	*8.27*	*41*
Црна Гора	*5.20*	*49*	*5.55*	*53*	*1.94*	*49*	*3.46*	*46*	*7.16*	*63*	*7.16*	*70*
Македонија	*4.80*	*53*	*5.57*	*52*	*2.02*	*48*	*3.11*	*51*	*7.37*	*59*	*7.55*	*55*
Србија	*5.59*	*45*	*6.32*	*45*	*1.74*	*52*	*2.47*	*55*	*7.89*	*50*	*7.96*	*50*
Б и Х	*3.83*	*71*	*4.35*	*73*	*1.43*	*61*	*2.67*	*52*	*7.38*	*58*	*7.53*	*57*
Албанија	*3.05*	*92*	*3.93*	*82*	*0.91*	*79*	*1.69*	*74*	*7.04*	*71*	*6.83*	*84*

Извор: ITU, 2011, "*Measuring the Information Society",* p.31-36

Кај подиндексот **Пристап** подобрување на позицијата на ранг листата бележат Хрватска 2, Р.Македонија 1 и Албанија 10 места, додека полоша позиција оствариле Црна Гора за 4 и БиХ за 2 места. Србија ја задржала својата позиција на исто ниво. Кај подиндексот **Употреба** земји кои бележат подобрување на својата позиција на вкупната ранг листа се: Хрватска за 5 места, Црна Гора 3 места, Албанија за 5 места и БиХ за 9 места. Р.Македонија и Србија ја влошиле својата позиција на ранг листата за по 3 места. Кај подиндексот **Вештини,** освен Албанија која ја влошила својата позиција за 13 места и Црна Гора за 7, сите останати земји покажуваат подобрување на позициите, Хрватска за 2 места, Р.Македонија за 4 и БиХ за 1 место, додека Србија ја задржала својата 50 позиција.

Рангирањата на земјите од регионот на Европа, покажува дека 85% од нив се наоѓаат во првата третина од светскиот ранг. Од вкупно 38 земји Р.Македонија на регионално ниво е позиционирана на 35 место и остварува подобар резултат единствено од Турција, БиХ и Албанија.

Графичкото согледување на големината на дигиталниот јаз на Р.Македонија, ќе го претставиме на дијаграм преку споредба на нормализираните вредности на индикаторите во пристапот, употребата и потребните вештини за ефикасна употреба на ИКТ во функција на вкупниот економски раст на економиите за 2010 година, во однос на:

- нивото на развој на ИКТ за Р.Македонија за 2002 година
- прворангираната економија во регионот на Европа, Шведска

- најдобро рангираната економија од групата поранешни транзициони економии на земјите од ЦИЕ, Словенија

Според (*график 3*), може да се извлечат следниве заклучоци за прогресот на Р.Македонија во процесот на намалување на дигиталниот јаз и градењето на информационо општество. Р.Македонија во однос на 2002 год., бележи извонредни подобрувања во областа на **пристапот и употребата** на ИКТ, особено преку високата стапка на пенетрација на мобилните телефони и компјутери во домаќинствата, бројот на интернет корисници, подобрување на капацитетот во меѓународниот интернет сообраќај и користењето на широкопојасниот интернет како фиксен така и мобилен. Во областа на **вештините** за користење на ИКТ мали но недоволни подобрувања има кај индикаторот за високо образование. Споредено за 2010 во однос на Словенија (24 место), Р.Македонија бележи послаби перформанси со релативно мали заостанувања, освен во областа на пристапот и користењето на широкопојасен интернет каде јазот е поголем. Во однос на Шведска се забележуваат блиски резултати кај индикаторот *писменост на возрасни* и *запишани во средно образование*, додека по основ на сите други индикатори заостанувањата се посериозни, особено кај подиндексите на **пристап и употреба** на ИКТ. Ширината и длабочината на заостанувањата на Р.Македонија укажуваат на потреба од широк фронт на промени кон препознавање на ИКТ како фактор на развојот.

Извор: Сопствени пресметки според: ITU, 2011, "*Measuring the Information Society*", p.152-157; ITU, 2009, "*Measuring the Information Society*", p.91-96

ЗАКЛУЧОК

Земјите од западен Балкан покажуваат слични перформанси во повеќето области на развојот на ИКТ. Најголеми слабости се детектирани кај подиндексот **Вештини**, особено кај *бројот на запишани во високо образование*, што укажува на потребата сите земји од западен Балкан да вложат поголеми напори за намалување на образовниот јаз во однос на развиените економии. Заостанувањата во областа на **Пристапот** кон ИКТ се исто така големи и за нивно намалување потребно е да се овозможи либерализација на пазарот на ИКТ на добра и услуги, со што се очекуваат пониски цени и помасовен пристап кон инфраструктурата, а со тоа и поголеми шанси за бенефит од ИКТ. Слаби постигнувања се забележуваат и кај подиндексот **Употреба**, каде намалување на заостанувањата треба да се поттикнува од страна на владите и институциите на земјите, преку овозможување на поголема конкурентност и регулација на пазарот на цените и услугите што ги нудат операторите за широкопојасниот интернет.

Креаторите на политиките во Р.Македонија следејќи го позитивниот пример на динамичните економии според постигнувањата во развојот на ИКТ и потенцијалниот прогрес кон инфомационото општество, можат да препознаат, дека мобилизирањето на развојните ресурси во областа на ИКТ треба да биде иницирано пред сè од страна на владата преку: развојни стратегии, промоција на е-услуги, е-бизнис, е-влада, е-демократија и сл. Со тоа ќе се обезбеди поттик кон помасовен пристап и употреба на ИКТ во севкупниот општествен живот на земјата. Имплементацијата на политики за поагресивно воведување и користење на ИКТ во насока на подобрување на перформансите на националната економија, е процес кој бара посветеност и подршка преку вклучување на сите стејкхолдери во напорите за градење на е-општество: индивидуите, бизнис секторот, НВО, јавниот сектор итн. Во овој процес ИКТ се потврдуваат како основен развоен ресурс кој обезбедува долгорочен прогрес кон создавање инклузивно е-општество.

ЛИТЕРАТУРА

1. ITU, 2011, "*Measuring the Information Society",* Geneva
2. ITU, 2010, "*Measuring the Information Society",* Geneva
3. ITU, 2009, "*Measuring the Information Society",* Geneva
4. ITU, 2006, "*World Summit on the Information Society, Outcome Documents , Geneva 2003 – Tunis 2005"*, Geneva
5. ITU, UNCTAD,2007," World Information Society Report", Geneva
6. UNCTAD, 2006, "Panel on Bridging the Technology Gap between and within Nations", Rabat, Morocco, E/CN.16/2006/CRP.1
7. OECD, 2001, "Understanding The Digital Divide", Paris
8. World Bank, 2006, "Information and Communications for Development: Global Trends and Policies", Washington, DC
9. WEF, 2011, *The Global Information Technology Report 2010–2011*
10. http://measuring-ict.unctad.org

удк 316.472.45

ОПШТЕСТВЕНИТЕ ДИМЕНЗИИ НА РАЗВОЈОТ НА СОЦИЈАЛНИТЕ МРЕЖИ[18]

Доц. Кире Шарламанов

Ул. Стив Наумов бр. 139

Меѓународен Балкански Универзитет, Скопје

ksharlamanov@ibu.edu.mk

АПСТРАКТ

Социјалните мрежи претставуваат една релативно нова социјална појава која е се поприфатена во комуникацијата меѓу поединците (социјалните актери), навлегувајќи на тој начин во сите сфери на социјалниот живот како на социјалните актери, така и на заедниците, рефлектирајќи се на нивниот начин на воспоставување, одржување и надградување на социјалните интернации. Затоа социјалните мрежи заслужуваат сериозен истражувачки напор во сферата на општествените науки. Овој труд е посветен токму на анализа на причините за прифатеноста на социјалните мрежи, нивните карактеритики и ефекти врз општествениот живот.

клучни зборови: социјални мрежи, мас медиуми

ВОВЕД

Социјалните мрежи се релативно нов, но се повлијателен начин на комуникација меѓу поединците. За само неколку години после појавата на интернетот, социјалните мрежи станаа доминантна активност, преземајќи го приматот од порнографијата. Qualman (2010) укажува дека само една од социјалните мрежи, facebook во 2010г. имала повеќе членови, отколку бројот на жители на било која држава, со исклучок на Кина и Индија. Со други зборови доколку facebook беше држава, тоа ќе беше третата најголема држава по број на жители. Салпетер (Salpeter

[18] Прегледан научен труд

2011: 55) не известува дека 96% од популацијата родена после среднината на 1970-тите во САД користи социјални мрежи, 80% од компаниите во САД ги користат социјалните мрежи за регрутација на кадар и секој осми брак во САД започнал со познанство преку социјалните мрежи.

Предусловот за развојот на социјалните мрежи е развојот на комуникациските технологии и посебно на интеренетот. Затоа дефинициите на социјалните мрежи инсистираат на интернет сајтовите кои овозможуваат посредувана интерперсонална комуникација. Така Harrison and Thomas (2009) констатираат дека социјалните мрежи се збир на интеракции на поединци кои имаат јавен или полујавен профил на сајтовите на социјалните мрежи, посредувана комуникација со профилите на поединците со кои се поврзани и можност да ги набљудуваат информациите објавени од нивните пријатели. Слична, но малку поширока и социолошки поиздржана дефиниција нуди Агарвел (Aggarwal 2011:1) кој социјалните мрежи ги дефинира како збир на интеракции и релации меѓу социјалните актери кои ги конституираат социјалните мрежи. Според тоа основни елементи на социјалните мрежи се социјалните актери и релациите кои меѓу нив се воспоставуваат преку интеракциите. На сличен начин социјалните мрежи ги дефинира и Кастелс (Castells 2009 B: 20) според кој мрежите претставуваат меѓусебна поврзаност на чворови, при што чворовите се збирни места т.е. места каде што социјалните актери се собираат и од каде се дисперзираат во јавниот простор. Во урбаниот простор такви чворови се кафеаните, пазарите, библиотеките, парковите итн. Во виртуалниот простор такви чворови се сајтовите на позначајните информативни гласила, информативните, но и забавните портали, каде што значаен дел од социјалните актери наврака́аат за да се информираат или релаксираат, за подоцна да се дисперзираат во виртуелното пространство. Поважните чворови се определуваат како центри, кои имаат определено влијание на комуникацијата меѓу социјалните актери, ако ништо друго на определување на агендата за дискусија во интерперсоналната комуникација, но и на определување на агендата за дискусија на социјалните мрежи генерално. За Кастелс социјалните мрежи се комуникациски структури кои вклучуваат размена на пораки меѓу социјалните актери во временската и просторната димензија.

Во рамките на социологијата најраните трудови посветени на анализа на социјалните мрежи се појавија во 1930-тите години и тие се поврзани со работата на автори како како Калпб Морено, Елтон Морено, Курт Левин што претходеше на појавата на анализата на социјланите мрежи во 1950-тите години. Во втората генерација

аналитичари на социјалните мрежи вледуваат Едвард Лауман и Марк Грановетер како и антрополозите Елизабет Бот и Џон Барне (Knox, Savage, Harvey 2006:116). Самата анализа на социјалните мрежи е повеќе математички концепт со технички квантитативни методи, што имаше потреба од подетална опсервација на социјалната интеракција која беше развиена во рамките на микросоциологијата. Имено микросоциологијата подолго време ги проучуваше социјалните интеракции, развивајќи повеќе теории за нивна анализа како симболичниот интеранционизам, феноменологијата на социјалниот живот, етнометодологијата, конверзациската анализа, драматуршката теорија, социјалниот конструкционизам, теоријата на комуникациската акција итн. (Sharlamanov 2011). Сите овие теории се засновани на класичната теорија на социјалната акција и општествените консеквенци од неа. Според Вебер (Weber 1978) социјалната акција вклучува дејствување кое е упатено кон другите социјални актери, додека социјалните релации вклучуваат антиципацијата на однесувањето на другите, што влијае на мотивите за дејствување и дејствувањето на социјалните актери. При својата анализа на социјалната акција Вебер инсистираше на нејзина типологизација при што ја издвои инструменталната целно - ориентирана социјална акција која според Вебер беше основа на рационалното модерно општество. Токму затоа најсериозните критики на рационалното модерно капиталистичко општество одеа преку критика на инструменталната рационално - ориентирана социјална акција. Затоа Хабермас (Habermas 1983) ја разви теоријата на комуникациската акција која требаше да послужи како платформа од која ќе се критикува целно ориентираната акција и преку неа модерното општество. Имено според Хабермас за разлика од инструменталната целно - ориентирана акција која е планирана и манипулативна за да се оствари одредена цел и при тоа институтира на каузалната врска меѓу целта и сретствата за нејзино постигнување, комуникациската акција е спонтана, непланирана социјална акција која се потпира на социјабилноста на луѓето. Во својата критика на инструменталната акција преку конструирањето на комуникациската акција, Хабермас оди чекор подалеку посочувајќи дека комуникациската акција е основа за инструменталната акција, поточно дека инструменталаната акција паразитира на комуникациската акција т.е. дека инструменталаната акција е искривена комуникациска акција. Независно од мошне живата дебата околу природата на инструменталната акција која ги допира темелите на општествениот живот, некои автори како Кастелс (Castells 2009 A) во техноличките иновации во областа на комуникациските технологии и зголемувањето

на значењето на социјалните мрежи видоа развој на нов тип на мрежно општество (Castells and Cardoso 2006). Рационално интрументалната целно ориентирана акција и комуникациската акција во современото мрежно општество оперираат преку бинарната логика во временската и просторната димензија. Основната бинарна димензија е вклученост или исклученост од мрежата, социјалната мрежа. Во временската и просторната димензија логиката на вклученост/исклученост оперира во рамките на алтернативите сега или никогаш и овде или никаде. Кога е вклучен во мрежата социјалниот актер е веднаш и овде достапен за комуникација, воспоставување на контакт и релации со останатите социјални актери. Кога е исклушен, тој е толку далеку од нас што како никогаш никаде и да не постоел. Социјалните мрежи тендираат кон тоа просторната и временската дистанца да ја сведат на нула, при тоа скратувјаки ги просторните и временските дистанци до таа мера што според некои аквтори како Гиденс (Giddens 2000) го згуснуваат времето и го скратуваат просторот, што пак води кон целосно ново доживување, но и концептуализирање на овие основни филозофски димензии на човековата егзистенција. Токму интензитетот на контактите кои се случуваат во секое време и на најразлични просторни локации доведува до феноменот на бесвременост and беспросторност, тоа е чувство дека се е можно да се случи во секое време и на било кое место.

ПРИЧИНИ ЗА ПРИФАТЕНОСТА НА СОЦИЈАЛНИТЕ МРЕЖИ

Популарноста на социјалните мрежи базира на потребата на социјалните актери за афилијација во социјалната средина во која живеат. Секоја индивидуа има потреба од припадност, како и од тоа да биде прифатена од социјалната средина (McClelland 1985). Затоа социјалните актери трошат голем дел од времето во воспоставување и одржување на социјални врски. Во хиерархијата на социјалните потреби, потребата од прифатеност од грпуата се наоѓа веднаш зад потребите за опстанок и безбедност. Покрај тоа што имаат потреба да бидат прифатени од социјалната група, социјалните актери имаат потреба и да знаат нешто повеќе за поединците кои ја сочинуваат групата и тоа го прават преку размената на информации во групата/социјалната мрежа. Според многумина тоа е начинот на формирање на човековата личност. Така Кули (Cooley 1922) ја постави теоријата на социјалното огледало, според која индивидуаите стекнуваат сознанија за сопствената личност гледајќи се себеси во очите на другите, а ја градат сопствената личност согласно покасуваната, проектирана слика за себеси во очите на

другите. Според тоа социјалните актери имаат потреба да комуницираат, таа комуникација е еден вид на огледало во кое ја гледаат сопствената слика, но и ги задоволувааат сопствените потреби и во моментот кога ќе се создадат услови за унапредување на начинот на комуникација како во случајот со социјалните мрежи тие ја користат укажаната прилика. Имено, благодарение на новите комуникациски технологии на социјалните актери им беше овозможено да комуницираат многу поедноставно и пофрекфентно и тие тоа го искористија.

Меѓутоа како што не учи класичната социологија, особено драматуршката теорија на Гофман (Goffman 1969), социјалните актери при комуникацијата имаат потреба себеси да се претстават во што е можно подобро светло. Затоа Гофман комуникацијата ја определи како претстава во кој социјалните актери формираат тимови и играат улоги пред очите на публиката. Се чини дека поради анонимноста која ја овзможуваат и ограниченоста на контактот кој го нудат, социјалните мрежи се идеално поле за драматуршката комуникациска акција. Оваа драматуршка комуникациска акција вклучува формирање на тимови од социјални актери во рамките на социјалните мрежи. Овие тимови се составени од социјални актери кои се во поинтензивна и поблиска соработка. Тие играат претстсава пред остатокот од социјалната мрежа која се претвара во публика. Затоа Агервел (Aggarwal 2011: 7) укажува дека структурно поврзаните групи во социјалната мрежа мора да бидат предмет на сериозна социолошка анализа. Секој член на социјалните мрежи истовремено може да биде дел од еден или повеќе тимови кои играат претстава и дел од публиката која набљудува мноштво од претави. Гофман прави разлика меѓу предната сцена, каде социјалните актери соработуваат со цел да ја импресионираат публиката и задната сцена каде актерите се надвор од улогите кои ги играат. Задната сцена е веројатно единственото место каде социјалните актери се искрени. Тука под прашање доаѓаат личностите на социјалните актери, кои и самиот Гофман ги детерминираше како многу флуидни и зависни од социјалните улоги што ги игаат, што пак на Гофман му го донесе епитетот "циничен Макијавели" (Lock and Strong 2010: 203; Kim 2003: 53). Независно од тоа анализата на Гофман е многу податна за опсервација на комуникацијата преку социјалните мрежи особено по прашањето за управувањето со импресиите и техниките кои социјалните актери при тоа ги користат. Веројатно затоа Квант (Quandt 2012) зборува за значењето на драматуршката/сценската реалност во ерата на дигитализацијата на информациите и виртуелизацијата на

искуството што се повеќе ја слабее довербата во јавната комуникација меѓу социјалните актери.

КАРАКТЕРИСТИКИ НА СОЦИЈАЛНИТЕ МРЕЖИ

Клучната карактеристика на комуникацијата преку социјалните мрежи е симбиозата меѓу приватното и јавното. Социјалните мрежи од една страна нудат можност за приватност на комуникацијата меѓу социјалните актери, но истовремено овозможуваат социјалните актери да објавуваат одредени содржини т.е. на одредени информации да им дадат јавност. Имено социјалните мрежи овозможуваат посредувана интерперсонална комуникација која може да се одвива во приватниот, но и во јавниот простор, ставајќи ја интерперсоналната комуникација или дел од неа на увид на јавноста, при тоа овозможувајќи поголем број луѓе истовремено да бидат вклучени во комуникацијата, што на социјалните мрежи им дава елемент на мас комуникација. Токму можноста истовремено да бидат јавни, но и да ја задржат приватноста на комуникацијата го отовра прашањето дали современите социјални мрежи не претставуваат еден вид на мас медиуми.

Се чини дека разликите меѓу мас комуникациите и посредуваната интерперсонална комуникација во рамките на социјалите мрежи се многу поголеми од сличностите што ги покажуваат. Структурата на комуникацијата која ја овозможуваат социјалните мрежи е многу поегалитарна од структурата на комуникацијата која ја овозможуваат класичните мас медиуми. Имено класичните медиуми многу повеќе се во улога на испраќачи на пораки, отколку што ги примаат реакциите. Поточно можностите за реагирање на пораките испратени од класичните медиуми се лимитирани. Исто така бројот на мас медиумите, од различни причини е ограничен, што од една страна ги прави цел на центрите на политичка и економска моќ кои инклинираат кон тоа да ги контролираат, а од друга страна ја стеснува можноста на широкиот круг на граѓани не само да реагира, туку и самиот да испраќа пораки со посретство на медиумите. Со други зборови класичните мас медиуми продуцираат едно хиерархиски цврсто организирано општество во поглед на потешкотиите за обезбедување на избалансирана комуникација меѓу заинтересираните социјални актери. Структурата на моќ кај социјалните мрежи е многу порамномерно распределена. Секој може да испраќа и прима пораки, а бидејќи бројот на оние кои испраќаат пораки е дисперзиран и многу проширен значајно се намалува можноста од контрола на оние кои испраќаат пораки. Како последица се чини дека социјалните мрежи влијаат на

можноста социјалните актери да имаат многу поизбалансирани можности за комуникација, што води кон едно многу поегалитарно општество. Особено бидејќи комуникацијата како можност за изразување на ставови, воспоставување на интерперсонални релации, но и наметнување на влијание е поврзана со моќта на интерперсонално ниво која понатаму се трансферира во сферата на политичкото и економското.

Социјалните мрежи почиваат на дихотомијата јавно-приватно при што инсистираат на јавноста на разменувањето на информациите. При тоа се случува процес на двојно мешање на приватното и јавното. Имено од една страна јавните информации и јавните работи се стожерот околу кои се градат интепрерсоналните релации пред очите на јавноста на ѕидот на социјалните мрежи, а од друга страна приватното станува јавно преку негово објавување и на тој начин се враќа назад како стожер на градењето на интерперсоналните релации. Во првиот случај можеме да зборуваме за креирање на приватна јавност, додека во вториот случај можеме да зборуваме за креирање на јавна приватност. Најзначајна карактеристика на феноментот на јавна приватност е исчезнувањето на јавнот интерес од јавноста. Овој феномен може да се забележи кај таблоидите, уште пред појавата на социјалните мрежи, но со развојот на социјалните мрежи почна да доминира во јавниот живот.

ЕФЕКТИТЕ НА СОЦИЈАЛНИТЕ МРЕЖИ

Со зголемувањето на интензитетот, квалитетот и значењето на социјалните интеракции воспоставерни со посретство на социјалните мрежи, тие се повеќе почнуваат да го креираат социјалниот живот. Со терминологијата на социјалниот конструкционизам, социјалните интеракции воспоставени во социјалните мрежи ги конституираат невидливите правила на социјалниот живот. Како што интеракциите се миговни и се менуваат и самоконституираат во секој нов миг, така и невидливите правила на социјалниот живот се конституираат и евентуално менуваат во секој нареден миг. Тоа што дава стабилност на интеракцијата е рутината т.е. воспоставените обрасци на однесување. Рутинизирањето и канализирањето на интеранциите има значајно влијание во сите сфери на животот на социјалните актери почнувајќи од економијата па завршувајќи со политиката.

Во сферата на економијата Куалман (Qualman 2010) зборува за “социономија” што според него е вредност креирана и споделена во социјалните мрежи. Таа вредност пред се, се огледа во пазарните

перспективи што ги отвараат социјалните мрежи. Поточно, посматрано од економска перспектива социјалните мрежи може да ги третираме како потенцијален пазар на кој компаниите може да ги понудат своите производи. Со оглед на брзиот раст на корисниците, тоа е еден од најбрзо растечките пазари. Затоа се повеќе компании ги користат социјалните мрежи за реклама на сопствените производи. Рекламирањето преку социјалните мрежи значајно се разликува од рекламирањето во класичните мас медиуми, но и од другите видови на рекламирање преку интернет. За пренесување на маркетиншките пораки на компаниите значајна улога играат структурата на социјалните мрежи, како и влијателните социјални актери во рамките на социјалните мрежи (Bagherjeiran Abraham, Bhatt P. Rushi, Parekh Rajech, Caoji Vineet 2010: 656). Но посматрано од пиширока перспектива на односи со јавноста, за компаниите е значајно да ги истражуваат и да управуваат со нарациите кои се појавуваат или доминираат на социјалните мрежи, а кои го тангираат нивното работење. Затоа маркетинг агенциите, како и агенциите за односи со јавноста ги користат како квантитативните, така и квалитативните пристапи за истражување на структурата и динамиката на социјалните мрежи. Се заедно може да се каже дека развојот на социјалните мрежи има влијание на концептуализирањето, но и водењето на бизносот во современото општество.

Во сферата на политиката се позначајно е местото на социјалните мрежи во комуникациската стратегија на политичките партии. Ова особено важи за политичката комуникација во рамките на изборните камањи. Но, политичките партии и политичарите се почесто ги користат социјалните мрежи и за редовна комуникација со своите поддржувачи, како и јавноста во целина. Како што забележува Куалман (Qualman 2010) токму комуникацијата преку социјалните мрежи, помогна Барак Обама од еден релативно непознат сенатор на пошироката јавност во 2004г. само неколку години подоцна да стане претседател на САД. Уште повеќе од тоа, Барак Обама преку користењето на социјалните мрежи во претседателската камања во 2007г. успеа да мобилизира значаен дел од гласачите, особено помладите гласачи. Можеби затоа современите анализи на политичката комуникација особено внимание посветуваат на политичката комуникација преку социјалните мрежи. Во таа смисла Норис (Norris 2000) прави класификација на три типа на изборни камањи: предмодерни изборни камањи кои вклучуваат интерперсонална комуникација (лице во лице) и весници, модерни изборни камањи кои вклучуваат пренесување на пораките на политичките партии и

кандидатите преку мас медиумите како телевизијата и радиото и постмодерни изборни камањи кои подрзабираат пренесување на пораките преку интернет и во тие рамки социјалните мрежи. За разлика од предмодерните камањи кои се концентрираат на лице во лице комуникација меѓу кандидатот и гласачите, постмодерните камањи преку социјалните мрежи се поинтензивни и ја внесуваат персоналната перспектива во сферата на изборната политичка камања и политичката комуникација генерално. Имено современите политички изборни камањи не застануваат на презентација и размена на мислења за политичките платформи на кандидатите, туку во политичката комуникација го внесуваат персоналниот живот како на кандидатите така и на гласачите, па во рамките на политичките камањи влегува од заедничко пиење кафе преку социјалните мрежи, до разговор за омилените книги и автори на кандидатите.

ЛИТЕРАТУРА

1. Aggarwal C. Charu (2011) Social Networks Data Analytics; New York: Springer
2. Bagherjeiran Abraham, Bhatt P. Rushi, Parekh Rajech, Caoji Vineet (2010) Online Advertising in Social Networks, *In Hendbook of Social Networks Technologies and Applications*, Furht Borko, Editor; New York: Springer
3. Boyle Kevin (2001) Hate Speech: United States Versus the Rest of the World; *Maine Law Review* Vol. 53 No 2. pp 478-502
4. Verger Maurice, Hermans Liesbeth and Sams Steven (2011) Online Social Networks and Micro-Blogging in Political Campaigning: The Exploration of a New Campaign Tool and a New Campaign Style; *Party Politics*, 1-25
5. Giddens Anthony (2000) Runaway World: How Globalization is Reshaping Our Lives; New York: Routledge
6. Goffman Erving (1969) The Presentation of Self in Everyday Life; Philadelphia: University of Philadelphia Press
7. Keim Sylvia (2009) Social Networks and Family Formation Processes: Young Adults Decision Making About Perenthood; Weisbaden: VS Research
8. Kim Kwang-Ki (2003) Order and Agency in Modernity: Talkot Parsons, Erving Goffman and Harold Garfinkel; New York: State University of New York
9. Kleindorfer R. Paul, Wind Yoram, Gunther E.Robert (2009) The Network Challenge: Strategy, Profit and Risk in an Interlinked World; New York: Pearson Prentice Hall

10. Knox Hannah, Savage Mike, Harvey Penny (2006) Social Networks and the Study the Relations: Networks as Method, Metaphor and Form; *Economy and Society*; Vol. 35 No. 1, pp 113-140
11. Lock Andy and Strong Tom (2010) Social Constructionism: Sources and Stirrings in Theory and Practice; New York: Cambridge University Press
12. Mead George Herbert (1934) Mind, Self and Society: From The Standpoint of a Social Behaviorist; Chicago: University of Chicago Press
13. McClelland C. David (1985) Human Motivation; New York: Cambridge University Press
14. Norris Pippa (2000) A Virtuous Circle: Political Communication in Postindustrial Societies; Cambridge: Cambridge University Press
15. Salpeter Mariam (2011) Social Networking for Career Success; New York: Learning Express
16. Sharlamanov Kire (2011) Micro sociological Theories of Communication; Saabrucken: Lambert Academic Publishing
17. Habermas Jurgen (1983) The Theory of Communicative Action, Volume 1, Reason and The Rationalization of Society; Boston: Beacon Press
18. Habermas Jurgen (1987) The Theory of Communicative Action, Volume 2, Lifeworld andSystem: Critique of Functionalist Reason; Boston: Beacon Press
19. Harell Allison (2010) Oilitical Tolerance, Racial Speech and the Influence of the Social Networks; Social Science Quarterly; Vol. 91. No 3
20. Harrison Richard and Thomas Richard (2009) Identity in Internet Communities: Social Networking Sites and Language Learning; *International Journal of Emerging Technologies and Society*; Vol. 7, No. 2, pp 109-124
21. Hassan Robert (2004) Media, Politics and Network Society; New York: McGraw Hill International
22. Cardusin Charles (2012) Understanding Social Networks: Theories, Concepts and Findings: Oxford: Oxford University Press
23. Castells Manuel and Cardoso Gustavo (2006) The Network Society: From Knowledge to Policy; Center for Transantlantic Relations, Paul H. Nitze School of Advanced International Studies and Johns Hopkins University: Washington
24. Castells Manuel (2009 A) The Rise of Network Society; New York: John Wiley and Sons
25. Castells Manuel (2009 B) Communication Power; New York: Oxford University Press
26. Cooley Charles (1922) Human Nature and The Social Order; New York: Charles Scribners Sons

27. Qualman Eric (2010) Socialnomics: How the Social Media Transform the Way We Live and Do Business; New York: John Wiley and Sons
28. Quandt Thorsten (2012) Whats Left of Trust in the Network Society? Un Evolutionary Model and Critical Discussion of Trust and Societal Communication; *European Journal of Communication* Vol. 27 No 1, pp 7-21
29. Weber Max (1978) Economy and Society: An Outline of Interpretative Sociology; Berkley, New York, Los Angeles: University of California Press

удк 005.336.4005.94

ИНТЕЛЕКТУАЛЕН КАПИТАЛ И УПРАВУВАЊЕ СО ЗНАЕЊЕ[19]

М-р Божидар Миленковски

Универзитет „Св.Климент Охридски”-Битола

Факултет за Администрација и менаџмент на информациски системи-Битола

bozo_mk@yahoo.com

АПСТРАКТ

Во современото деловно работење сé поголемо внимание се посветува на развојот и примената на интелектуалниот капитал како нематеријален дел на вкупниот капитал на претпријатието. Знаењето како главна карактеристика на интелектуалниот капитал претставува предизвик за менаџерските и академските кругови во смисла како да се изврши негово мерење и вреднување, односно како да се процени вредноста на невидливиот имот на едно претпријатие. Во овој труд се разгледува процесот на интелектуален капитал и на управување со знаењето, како и нивната примена и вреднување во претпријатијата или организациите во кои се застапени.

Клучни зборови: интелектуален капитал, економија на знаење, управување со знаење, човечки папитал, конкурентност.

ВОВЕД

Развојот на знаењето, односно на неговиот економски облик во форма на интелектуален капитал, денес претставува услов за економски, технолошки и за секаков друг вид на напредок. Ова зголемено учество на знаењето во новосоздадената вредност, претставува главна и препознатлива карактеристика на економијата на знаење. Новиот начин на создавање вредности (преку управувањето со интелектуалниот капитал и континуираното вложување во него), укажува на фактот дека за современото претпријатие далеку поважна е способноста на вработените да создаваат вредност отколку прашањето за вредноста на

[19] Прегледан научен труд

неговиот физички имот. Сепак, и понатаму, во многу претпријатија, менаџментот како сопственост го смета само она што го покажуваат бројките во сметководствените извештаи. Поради ваквиот начин на размислување и работење, најголемите предизвици на современото деловно работење лежат во имплементацијата на интелектуалниот капитал. Затоа, обврска е на современиот менаџмент да го користи знаењето кое го поседува, да го претвори во интелектуален капитал, создавајќи притоа синергиска врска помеѓу можностите на информациско-комуникациската технологија (Information and Communication Technology-ICT) и креативноста, иновативноста и способноста на своите вработени.

ИНТЕЛЕКТУАЛЕН КАПИТАЛ

Интелектуалниот капитал на претпријатието претставува капитализирано знаење кое овозможува премин кон економска валоризација на знаењето со кое што располага. Неговата важност доаѓа до израз како резултат на сé поголемата зависност на претпријатијата од нематеријалната актива.[20]

Tom Stewart, во својата статија од 1991 година "*Brainpower-How Intellectual Capital is becoming America's Most Valuable Asset*", го воведува интелектуалниот капитал во агендите на менаџментот. Според Stewart, интелектуалниот капитал претставува збир на целокупното знаење на вработените во компанијата кое дава конкурентска предност на пазарот: патенти, процеси, управувачки навики, технологии, искуство, информации за потрошувачите и добавувачите итн. Земено сé заедно, овие знаења го сочинуваат интелектуалниот капитал.[21] Се работи за структурирни знаења и способности како интелектуални потенцијали со кои што располага претпријатието и кои преку создавањето на дополнителна вредност (капитализација) лесно можат да се претворат во некое економско добро.

Работењето на претпријатијата станува сé повеќе знаење-интензивно, а се помалку капитал-интензивно, токму поради фактот што интелектуалниот капитал е најважен и развојно најстимулативен. Неговата структура ја сочинуваат три области: човечкиот капитал

[20]Според проценките на експертите, нематеријалната, чисто интелектуалната вредност на жигот на компанијата "Coca-cola" изнесува 67,5 милијарди US$, а вредноста на жигот на "Marlboro" изнесува 21,2 милијарди US$. Ова само го потврдува фактот дека интелектуалниот капитал на една компанија има вредност неколку пати поголема од нејзината книговодствена вредност (Trifkovic Slobodan, *Intelektualna svojina*, Istrazivacko-izdavacki Centar, Beograd, 2007, стр. 10).
[21]Stewart Tom, *Brainpower*, *Fortune*, 3 June, 1991, стр. 36.

(индивидуалните компетенции: знаење, образование, комуникативност, практични навики, креативни способности, морални вредности, лидерски особини, мотивација, култура и други особини на поединците кои што придонесуваат во создавањето на лична, социјална и економска благосостојба), структурен капитал (внатрешна структура: патенти, организациска структура, организациска култура и сл.) и релациски (потрошувачки) капитал (надворешна структура: врски со клиентите-купувачите и добавувачите, информации за нив, бренд, трговска марка итн). Притоа, границите помеѓу наведените области се повеќе условни отколку строго утврдени. Интелектуалниот капитал, како дел од вкупниот капитал на некое претпријатие или организација, го претставува неговиот нематеријален дел (intangible assets) и токму поради оваа особина е тежок за управување. Се поставува прашањето: Како да се управува нешто што не може да се види или допре? Ова претставува значајно прашање кое менаџерските и академските кругови се се обидуваат да го решат преку изнаоѓање начини за мерење и вреднување на она што е немерливо: идентификување и мерење на знаењето, како и проценување на вредноста на невидливиот имот.

Денес, претпријатијата и организациите вработуваат и применуваат знаење, генерираат и обработуваат информации, обликуваат планови и стратегии, одлучуваат, ги следат однесувањата и искуствата, и врз основа на тоа, учат и создаваат. Резултат на овој процес претставува интелектуалната сопственост, која припаѓа на претпријатието што ја произвело таа сопственост.

СОДРЖИНА И СУШТИНА НА ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ

Суштината на интелектуалниот капитал лежи во процесот на креирање вредност. Вредноста претставува комбинација на компонентите на интелектуалниот капитал:

-човечки капитал,[22]

[22] Човечкиот капитал е најважната компонента на интелектуалниот капитал. Тој се дефинира како збир на производствени вештини, талент и знаења на поединецот. Се стекнува преку образование, обука и здравствена заштита, а е мерлив преку вредноста (цената/количината) на произведените добра и услуги од страна на поединецот. Бидејќи потрошувачката е крајна цел на секој економски систем, може да се рече дека вредноста на човечкиот капитал на поединецот е еднаква на вредноста на добрата и услугите за потрошувачка, кои тој директно или индиректно ги произведува. Оттука, кога вредноста на добрата и услугите расте, расте и вредноста на човечкиот капитал и обратно, кога вредноста на добрата и услугите опаѓа, опаѓа и вредноста на човечкиот капитал. За да може човечкиот капитал да биде корисен економски концепт, трудот мора да е платен според она што го произведува, односно според вредноста на неговиот маргинален производ. За да се тестира хипотезата: Дали трудот е платен по вредноста на неговиот маргинален производ?, потребно е вредноста на маргиналниот производ на трудот да се спореди со платите. Но, како да се процени вредноста на маргиналниот производ на трудот? Иако за таа цел

-структурен капитал,
-релациски капитал.

Претпријатијата се развиваат, ја зголемуваат својата добивка, вредност и конкурентност како резултат на успешното комбинирање на различните компоненти на интелектуалниот капитал. Имено, со нивна комбинација се остварува синергија и уникатност, со што, во крајна линија, се создава вредност.[23]

Различните претпријатија имаат и различна комбинација на интелектуални ресурси и сите не користат иста класификација на својот интелектуален капитал. Класификацијата треба да биде диференцирана, со што би се истакнала различноста, односно уникатноста на интелектуалниот капитал. Секое претпријатие својата деловна активност ја извршува создавајќи, развивајќи и користејќи интелектуални ресурси (знаењето на вработените и менаџерите, знаењето содржано во технологијата и процесите итн.) кои на пазарот се валоризираат и се претвораат во одредена вредност и конкурентска позиција. Имајќи предвид дека во економијата на знаење, интелектуалните ресурси се важен фактор на растот и одржливата конкурентска предност на претпријатијата, тогаш станува јасно зошто ефективното и ефикасното управување со знаењето, односно, со неговиот економски релевантен појавен облик-интелектуалниот капитал, претставува претпоставка на успешно работење.

економистите најчесто ги користат платите, до проценка на вредноста на маргиналниот производ на трудот може да се дојде преку користење на Cobb-Douglas-вата агрегатна производна функција: $Y = AK^{\alpha}L^{1-\alpha}$. Со барање на парцијален извод од оваа равенка во однос на трудот, се добива проценетата вредност на маргиналниот производ на трудот, која потоа може да се спореди со платите, односно: $\frac{\partial Y}{\partial L} = AK^{\alpha}(1-\alpha)L^{-\alpha}$, каде: Y е аутпут, *K* е капитален сток, *L* е труд, *A* е технолошки прогрес, $\frac{\partial Y}{\partial L}$ е маргинален производ на труд, α е параметар кој се движи од 0 до 1. За да се добие вредноста на маргиналниот производ на трудот-*VMPL*, потребно е маргиналниот производ на трудот $\frac{\partial Y}{\partial L}$ да се помножи со пазарната цена на производот *P*, т.е. $\frac{\partial Y}{\partial L}$ **P=VMPL* (Димитар Ефтимоски, *Економски раст*, ФАМИС-Битола, 2009).

[23] Улогата на интелектуалните ресурси и суштината на создавањето вредност на претпријатието може да се објасни преку метафора на дрво со плодови. Стеблото на дрвото е здраво, а листовите и плодовите се убави доколку коренот е здрав и силен. "Плодовите" на дрвото (претпријатието) се неговите производи, неговите гранки се работните процеси, а стеблото ги претставува опипливите ресурси кои што се вреднуваат монетарно и се прикажуваат во финансиските извештаи. Сé она што е видливо, во најголем дел, претставува резултат на невидливиот корен-нематеријалните (интелектуалните) ресурси.

МЕРЕЊЕ И ОЦЕНУВАЊЕ НА ИНТЕЛЕКТУАЛНИОТ КАПИТАЛ

Проценувањето на вредноста на нематеријалниот капитал е многу посложено и поризично отколку проценувањето на вредноста на материјалниот капитал. Интелектуалната сопственост, доколку се разгледува самостојно, генерира многу малку или воопшто не генерира вредност која нешто значи за крајниот потрошувач. На пример, патентот за крајниот потрошувач претставува само обичен лист хартија кој нема никаква или има многу мала вредност.[24]

Традиционалните концепти и методи за мерење на деловната успешност на претпријатијата, не се најсоодветни за оценување и мерење на интелектуалниот капитал, бидејќи интелектуалниот капитал се однесува на нематеријалниот имот на претпријатијата/организациите, кој е потежок за мерење.[25] Во

[24] Во овој контекст можеби адекватна аналогија би можело да се изведе преку споредбата со парите. Имено, порано кога во оптек функционирале златни пари (важел т.н. златен стандард), нивната вредност произлегувала од вредноста на материјалот (вредноста на златото) од кои се изработувале. За разлика од нив, книжните пари имаат минимална сопствена вредност (жиралните пари воопшто немаат сопствена материјална вредност). За книжните пари е важна т.н. функционална вредност, којашто произлегува од фактот што тие се законско средство за плаќање, средство за плаќање прогласено од самата држава, и со нивна помош можат да се купуваат различни добра и услуги.

[25] Да претпоставиме дека се вработува нов работник кој ги задоволува потребните услови за некое работно место (на пример: соодветно образование, работна етика, коректно однесување итн.) Неговата плата ќе биде врз основа на просечната плата за приправник што преовладува во дејноста (секторот) во кој делува претпријатието, односно организацијата каде што се вработува работникот. После десет години овој вработен може да стане менаџер или експерт, заработувајќи притоа, да речеме, три пати повеќе од кога бил приправник. Се поставува прашањето: "Како претпријатието/организацијата го оправдува три пати поголемиот износ што му го плаќа на истиот вработен?". Одговорот лежи во акумулирањето на знаење што е релевантно за претпријатието/организацијата. За време на тие десет години, претпријатието инвестирало во вработениот за да функционира поефективно. Веројатно, многу тешко овие инвестиции се јавуваат како директни трошоци за претпријатието. Повеќето од нив се во облик на: присуство на состаноци, телефонски разговори, правење грешки, кои ако се корегираат може да се припишат на учењето низ работа, потоа вклученост во разни формални и неформални собирања, озборувања во рамките на организацијата итн. Ништо од ова не придонесува кон нешто за што клиентот е подготвен да плати. Сепак, може да се рече дека се работи за инвестирање на претпријатието/организацијата во стекнување на релевантно знаење за претпријатието. Вработените со десетгодишно работно искуство ќе вредат повеќе одошто претпријатието/организацијата им плаќа. На овој начин претпријатието/организацијата ќе ги покрие инвестициите во својот капитал на знаење (кој е всушност акумулираното преќутно знаење во главите на вработените) во облик на зголемен профит кој се добива како резултат на помалата плата што претпријатието/организацијата им го плаќа на своите, сега веќе искусни вработени, во однос на вредноста на нивниот придонес за претпријатието. Во овој контекст, треба да се истакне и една друга ситуација. Кога работникот на знаење (вработениот што има специфично, релевантно знаење за претпријатието во кое што работи) го напушти (или е отпуштен) претпријатието, тоа не се евидентира во ниту еден сметководствен извештај (на пример, ако претпријатието отпише три машини пред нивната целосна амортизација, тоа се евидентира во сметководствените извештаи

последните неколку години, направени се бројни обиди за пронаоѓање начин како нематеријалниот имот да се рефлектира во финансиските извештаи. Ова од едноставна причина што банките и инвеститорите доколку не располагаат со информации за нематеријалниот имот на претпријатието/организацијата, му припишуваат поголем ризик, поради што се зголемува веројатноста за необјективно, односно некоректно вреднување на разгледуваното претпријатие. Последиците од ова се многубројни како од микроекономски, така и од макроекономски аспект. Имено, како резултат на недоволната транспарентност се јавува информациска асиметрија, што доведува до неадекватна и неефикасна алокација на капиталот (прецену̂вање или потценување на вредноста на капиталот), а ова може да има силни реперкусии врз вработеноста, намалување на продуктивноста, и во крајна линија, може да резултира со намалување на конкурентноста на економијата.

Развојот на концептот за организација која што учи и концептот за управување со знаење, доведоа до развој на нови менаџерски методи за проценка и мерење на интелектуалниот капитал, кои се поделени во четири групи:[26]

1. Методи на пазарна капитализација (Market Capitalization Methods-MCM), кои го дефинираат интелектуалниот капитал како разлика помеѓу пазарната вредност на претпријатието и вредноста на неговиот капитал.

2. Методи на директно мерење на интелектуалниот капитал (Direct Intellectual Capital Methods-DICM), кои директно ги проценуваат различните категории на интелектуален капитал.

3. Метод на принос на актива (Return on Assets-ROA), се добива како количник од заработката пред каматите и оданочувањето-EBIT (earnings before interest and taxes) и материјалната актива (tangible assets).

4. Методи на збир од индикатори (Score Card Methods-SCM), методи кои обликуваат различни индикатори (финансиски и нефинансиски) и индекси за прикажување на успешноста на интелектуалниот капитал.

како загуба. Но, доколку еден вработен со многугодишна кариера и експертиза го напушти претпријатието, ниту еден финансиски извештај нема да го регистрира тоа).

[26] Денес, регистрирани се над 30 методи за мерење на ефикасноста на интелектуалниот капитал, но проблем претставува што голем дел од овие методи се употребуваат само во одделни (посебни) случаи. Врз основа на ова може да се изведе заклучокот дека всушност сеуште нема општо прифатена метода за мерење на интелектуалниот капитал.

УПРАВУВАЊЕ СО ЗНАЕЊЕТО

Управувањето со знаење претставува мултидисциплинарна област што бара долгорочна интеграција на организациската култура, деловните стратегии и процеси, перформансите на претпријатието и информациската технологија.[27] Системот на менаџмент на знаење претставува упорно и истрајно однесување на вработените и менаџментот за да се постигне континуирано производство, поддршка и збогатување на организациската база на знаење. Преку менаџментот на знаење може да се врши редизајнирање на организациските цели заради постигнување на конкурентска предност и вредност во рамките на едно претпријатие.

Истовремено, процесите на когнитивно, социјално и организациско учење се есенцијални за успех на стратегијата на менаџментот на знаење. Менаџментот на знаење се однесува на серија од постапки и практики кои се користат во рамките на едно претпријатие за да се идентификува, креира, дистрибуира и овозможи прифаќање на искуства и знаења. Напорите на менаџментот на знаење се фокусирани кон остварување на подобри перформанси на вработените, постигнување на конкурентска предност, иновации, како и постојано унапредување на самото претпријатие. Менаџментот на знаење им помага на поединците и групите да ги прифатат и споделат организациските вредности, да ги редуцираат непотребните активности поврзани со работата, да го намалат времето за обука на нововработените работници, да го задржат интелектуалниот капитал како вредна организациска актива, да ги прифатат промените, како и, да се адаптираат на променливата околина. Клучниот концепт на менаџментот на знаење вклучува имплицитно знаење, експлицитно знаење и ad hoc пристап. Имплицитното, односно, преќутното знаење е несвесно, при што, поединците можат, но не мораат да бидат свесни дека постигнуваат одредени резултати во работењето. Експлицитното знаење е она знаење кое поединецот свесно го усвојува, свесно го држи во менталниот фокус и го користи за комуникација. Ad hoc (за оваа пригода) приодот претставува алтернативна метода. Се базира на помнењето на некој вработен кој би можел во својата меморија да има складирано знаење за решавање на одреден проблем во одреден момент.

[27]Концептот на управување со знаење (или менаџмент на знаење-анг. Knowledge Management-KM) започна системски да се развива со објавувањето на книгата "The Knowledge-Creating Company" (компанија која креира знаење) која ја напишаа авторите Ikujiro Nonaka и Hirotaka Takeuchi во 1991 година врз основа на нивните повеќегодишни истражувања на праксите во јапонските претпријатија.

Крајна цел на управувањето со знаењето е претворање на индустриското претпријатие во современа "интелигентна организација", односно во претпријатие базирано на знаење (интелектуален капитал).

ЗАКЛУЧОК

Знаењето и другата нематеријална сопственост, денес имаат клучна улога во деловниот свет и во создавањето на материјални и финансиски добра. Управувањето со податоците, информациите и знаењето, како и нивното ширење, обработка, складирање, репродукција и примена, сé повеќе претставува основа за економски развој во современиот свет. Развојот на информациските системи и сé поголемото внимание посветено на управувањето со знаењето, навестуваат дека во иднина многу повеќе ќе се води сметка за интелектуалниот капитал.

Знаењето и неговиот важен сегмент претставен во облик на интелектуален капитал сé повеќе се вреднува, проценува и мери. Денес, управувањето и правилното ракување со интелектуалниот капитал е стандардизирано во скоро сите области на економијата. Ова не е само поради важноста на знаењето и информациите, туку и поради експанзијата на конкурентноста на пазарот на материјални добра и услуги.

Овој правец на развој ја поставува нематеријалната сопственост како главна компонента во развојот на економијата. Притоа, таа станува сé поважна споредено со материјалните средства, кои го носеа досегашниот приоритет во развојот. Во тој контекст е и појавата на концептот на управување со знаење. Во изминатите неколку децении овој концепт завзема клучно место во менаџерското размислување и претставува клучен процес во рамките на организацијата која учи. Голем број на претпријатија ширум целиот свет сé почесто го практикуваат управувањето со знаење на својот пат кон организација базирана на знаење. Тоа обично е насочено кон организациските цели како што се подобрување на ефикасноста, конкурентност, зголемување на бројот на иновации, размена на стекнатите знаења, како и континуирано подобрување на работата на претприатието, односно организацијата. Овој концепт, може, исто така, да им помогне на поединците и групите да разменуваат вредни податоци во претпријатието, а може да се користи и за намалување на вишокот на труд.

ЛИТЕРАТУРА

1. Andriessen Daniel, *Making Sense of INTELLECTUAL CAPITAL: Designing a Method for the Valuation of Intangibles*, Elsevier, Inc., UK, 2004.

2. Bai Chong-En, Yuen Chi-Wa, *Technology and the New Economy*, The MIT Press, USA, 2002.

3. Baker J. Ronald, *Mind Over Matter-Why Intellectual Capital is the Chief Source of Wealth*, John Wiley & Sons, Haboken, New Jersey, 2008.

4. Daft L. Richard, *New Era of Management*, Second Edition, Thomson South-Western, 2008.

5. Davenport H. Thomas, Prusak Larry, *Working knowledge: How Organizations Manage What They Know*, Harvard Business School Press, Boston, 2000.

6. Ефтимоски Димитар, *Економски раст*, ФАМИС, Битола, 2009.

7. Nonaka Ikujiro, Takeushi Hirotaka, *The knowledge-creating company*, New York, Oxford University Press, 1995.

8. Stewart Tom, *Brainpower*, *Fortune*, 3 June, 1991.

9. Trifkovic Slobodan, *Intelektualna svojina*, Demokratska stranka/Istrazivacko - izdavacki centar, Beograd, 2007.

удк 347.453:339.187.6(091)

ДОГОВОР ЗА ЗАКУП СО ОТКУП[28]

М-р Стевчо Јолакоски

Раководител на Сектор за патен сообраќај и инфраструктура

Министерство за транспорт и врски на Република Македонија

ул.”Црвена Скопска Општина” бр.4 Скопје

e-mail: jolakoski@mtc.gov.mk

АПСТРАКТ

Остварувањето на финансиската функција на еден деловен субјект бара наоѓање на најсоодветно решение за зголемување на ефикасноста при обезбедување на финансиски средства за снабдување со опрема со најнови техничко - технолошки карактеристики. Токму тоа во реализацијата на финансиската функција договорот за закуп со откуп наоѓа простор за примена, како посебен механизам за зголемување на ефикасноста за вршење на стопанските дејности.

Целта на овој труд е да се опфати анализата на прашања и аспекти од овој правен институт, за да се појасни истиот, со цел да стане поблизок и подостапен на стопанските субјекти за поголема имплементација во деловната пракса, како и да се даде одговор на двете клучни прашања: зошто треба да сме заинтересирани за договорот за закуп со откуп и зошто треба да се определиме за договорот за закуп со откуп, а не за кредитирање од финансиски институции?

Клучни зборови: договор, закуп, кредитирање

ВОВЕД

Светската деловна практика почнувајќи од средината на минатиот век, интензивно го нуди, користи и го потврдува, договорот за закуп со откуп. Остварувањето на финансиската функција на еден деловен субјект бара наоѓање на најсоодветно решение за зголемување на ефикасноста при обезбедување на финансиски средства за снабдување со опрема со најнови техничко - технолошки карактеристики, што претставува и услов за егзистенција на самиот стопански ентитет.

[28] Прегледан научен труд

Токму тоа во реализацијата на финансиската функција договорот за закуп со откуп наоѓа простор за примена, како посебен механизам за зголемување на ефикасноста за вршење на стопанските дејности.

Во услови на неразвиени форми на пазари, каде нема можности за емисија на хартии од вредност и каде банкарските кредити се многу скапи и недостапни, во опкружување каде техничко - технолошките карактеристики на опремата секој момент се менуваат, договорот за закуп со откуп претставува вистински извор. Со договорот за закуп со откуп се дава можност да корисникот на стварта по истекот на рокот за користење да ја откупи истата и со тоа да стекне право на сопственост на истата.

ПОЈАВА И РАЗВОЈ НА ДОГОВОРОТ ЗА ЗАКУП СО ОТКУП

Функционалниот пристап на работење како модел е инхерентен за американската деловна практика. Овој факт објаснува зошто договорот за закуп со откуп, заедно со франшизингот и другите алтернативни методи на финансирање, се појавуваат токму во Соединетите Американски Држави. Поновите истражувања зборуваат за тоа дека договорот за закуп со откуп во таа земја настанува односно се јавува околу 1930 година и тоа во областа на финансирањето на недвижностите, а во 1932 година го покрива и подрачјето на подвижните ствари. Со задоцнување од околу триесет години, некаде во почетокот на шеесеттите години од минатиот век, стигнува и во Европа и тоа најнапред во Велика Британија, а оттука и во останатите земји на континентот, па и пошироко. Кога станува збор за Соединетите Американски Држави договорот за закуп со откуп посебно добива во своето значење во педесеттите години од минатиот век. Во тие години се јавуваат специјализирани друштва. Првото од нив е основано 1952 година, регистрирано под фирма: UNITED STATES LEASING CORPORATION (со седиште во Сан Франциско). Ова друштво израсна во најголема и најпозната компанија на целокупната територија на Соединетите Американски Држави. Колку договорот за закуп со откуп и друштвата кои го користат се присутни во Соединетите Американски Држави зборува и податокот дека во 1975 година 76% од целокупната набавка на капитална опрема во Соединетите Американски Држави е финансирана по пат на договорот за закуп со откуп како правен инструмент. Во такви околности сосема е разбирлив фактот што во таа земја долгорочното кредитирање повеќе не е доминантен облик на финансирање на опремата. Место него сега таа улога успешно ја превземаат и договорот за закуп со откуп и

друштвата кои го практикуваат. Покрај опремата, постепено, но сигурно предметот на ваквата дејност се повеќе се шири, зафаќајќи ги на тој начин скоро сите подвижни и недвижни ствари, кои се во слободен правен промет. Во нив, бездруго, свое место имаат: земјиштето, зградите, разноразни машини, авиони, бродови, други видови превозно средства (автобуси, автомобили и сл.), фабрички хали, помали и поголеми фабрички погони, па дури и фабрики и сл.

Притоа, колку денес ова е карактеристично за Соединетите Американски Држави, толку станува секојдневие и во останатите современи пазарни стопанства, какви што се на пример, западно - европските, а и пошироко.

Во Република Македонија, штедилницата - Можности - беше првата финансиска институција која го воведе договорот за закуп со откуп, но под нормативната рамка на Законот за облигационите односи. Се работеше за договорот за закуп со откуп - договори со пренос на правото на сопственост на корисникот на опремата. Во периодот од 1996 - 1998 година биле склучени 125 договори во вредност од околу еден милион евра. Сепак, заради недостатокот од државна поддршка за развојот на ваквата дејноста штедилницата - Можности - престанала со оваа програма во 1998 година.

Договорот за закуп со откуп е таков договор со кој давателот на објектот се обврзува да предаде ствар на користење на корисникот на објектот за определено време или за определено дело (работа, употреба), а корисникот се обврзува да плати определен надомест (закупнина) во рати, со тоа по истекот на договорениот рок истата да ја откупи. [29]

Договорот за закуп со откуп значи ја претставува едната страна на лизингот каде што корисникот по протекот на определен рок стварта ја откупува. Другата страна на лизингот ја претставува самото искористување на стварта одреден период и плаќање на закупнина односно во оваа смисла под лизинг подразбираме посебен метод на финансирање како на движни така и на недвижни инвестициони добра кои врз база на одреден конституиран договор или договорен однос даваат во leasing (закуп) на корисникот со надомест (закупнина договорена за определен период) добра кои преку тој единствен корисник да можат да се амортизираат во период подолг од траењето на договорот . [30]

[29] Д-р Радомир Ѓуровиќ - Меѓународно привредно право, Београд,1977 год, стр.291

[30] Д-р Људевит Розенберг - Правни проблеми на лизингот, Конструкција на договорот за лизинг, Советување за можностите за примена на лизингот во Југословенската пракса,Опатија, 1971, стр.14-15

ПОИМ НА ДОГОВОРОТ ЗА ЗАКУП СО ОТКУП

Договорот за закуп со откуп претставува договор од понов датум. Тој се јавува во повоената стопанска практика на економски развиените земји и во зголемената меѓународна размена на стоки и услуги. Во нашата земја овој договор, исто така, наоѓа примена во нашата повоена стопанска практика. Договорот за закуп со откуп како нов вид на договор е составен од различни компоненти. Тој во правната теорија не е сосема прецизно дефиниран. Законодавствата во светот, исто така, се уште не го дефинирале поимот на овој договор, па затоа правните писатели за него даваат најразлични дефиниции.

Како што веќе погоре наведовме договорот за закуп со откуп претставува еден дел од поимот лизинг. Всушност и самиот термин лизинг многу автори го поистоветуваат со закупот. Етимолошкиот збор лизинг потекнува од англискиот збор to lease кој значи нешто да се даде во закуп или наем, а leasing пак претставува глаголска именка која во превод значи изнајмување, давање под закуп.

Специфичноста на правната природа на договорот за закуп со откуп, треба да се бара и да се наоѓа во неговото разграничување од договорот за закуп, на кој му се приближува по предметот и основот. Не станува збор за класичен закуп, иако каузата на овој договор е користење на туѓа ствар за определен временски период, бидејќи целта на договорот за закуп со откуп е пренос на сопственост на стварта.

Значи, кога станува збор за договорот за закуп со откуп неспорно е дека тој за свој непосреден основ го има класичниот закупен однос, присутен и познат како економски и правен инструмент уште во најраните стоковно - парични стопанства, какво што беше на пример и римското. Оттука, тој не може, а да не потсетува на својот изворник. Но, колку договорот за закуп со откуп да потсетува и е близок на закупот, како основен договор, сепак, во легислативата (толку колку таа постои), во деловната пракса, а посебно во поновата правна доктрина и судска пракса се смета за договор, кој повеќе или помалку, има своја засебна правна природа и содржина. Преовладувачко, во посочената правна доктрина и судска пракса, е стојалиштето дека договорот за закуп со откуп претставува самостоен договор на автономното трговско право со мешовита содржина "позајмена" во еден дел од договорот за закуп и во друг дел од договорот за продажба. Свој посебен придонес во физиономирањето на договорот за закуп со откуп како посебен договор има дадено и деловната пракса. Таа, независно дали станува збор за англоамериканското подрачје или

континенталниот дел на Европа или пак, пошироко и од тоа, има вообичаено, скоро истоветни договорни формулари според кои се склучува тој договор. Впрочем, тргнувајќи токму од последново, експертите на UNIDROIT во 1974 година пристапија кон подготвување на еднообразни правила за меѓународниот финансиски лизинг, што во 1988 година резултираше со донесувањето на посебна меѓународна конвенција, во која инаку, централно место доби таканареченият тростран договор за закуп со откуп, кој за свој предмет ги има подвижните ствари.

Прифаќајќи го гледиштето за тоа дека договорот за закуп со откуп својата самостојност ја искажува преку инкорпорирањето во себе на елементи од содржината на закупот и продажбата, само по себе се наметнува прашањето кои се тие елементи што договорот за закуп со откуп ги "позајмува" од закупот и продажбата, па поради тоа и се јавува како мешовит договор? Од закупот го зема начинот на плаќање на надоместувањето за користењето на стварта дадена под закуп за откуп. Имено, кај него како и кај закупот, по правило, надоместувањето се врши сукцесивно во рати (месечни, полугодишни и сл.). Како кај закупот, така и кај договорот за закуп со откуп предметот даден на користење, се додека постои договорот за закуп со откуп не го менува својот правен режим, што ќе рече останува во "сопственост" на давателот негов. Со други зборови, и овде како и кај основниот договор за закуп, условно речено, доаѓа само до продажба на употребната вредност на предметот на договорот за закуп со откуп, а не и до пренос на правото над тој предмет. Што се однесува пак, до продажбата, договорот за закуп со откуп, од неа го "позајмува" начинот на кој кај неа се утврдува продажната цена на предметот и истиот тој начин го користи и за утврдување на износот на закупнината што треба да се плати за користење на предметот на договорот за закуп со откуп.

Притоа, карактеристично за овој начин е тоа што при утврдувањето на цената на предметот на продажбата се води сметка за принципот на еквивалентност. Тоа со други зборови значи, дека, инсистира на еднаквост или на приближна еднаквост на вредностите кои се разменуваат: предметот на продажбата и количеството на пари како цена која треба да се плати за тој предмет. Преземајќи го овој начин за утврдување на износот на закупнината, разбирливо е дека таа, по правило, треба да биде еднаква на продажната цена на предметот на договорот за закуп со откуп што тој би ја имал во случај на негова продажба. Вака, на овој начин утврдена закупнината, во секој случај е повисока од онаа што би се платила кај основниот договор за закуп. Но, токму поради овој факт по престанокот на договорот за закуп со откуп,

не доаѓа до враќање на предметот на договорот за закуп со откуп на неговиот давател. Тој, со оглед на фактот што преку износот на закупнината целосно е исплатен, престанува да биде сопственост на давателот и истиот преминува во сопственост на корисникот (закупецот).

Значи, од правен аспект многу е важно да се разграничи договорот за закуп со откуп од со него сродните и слични институти како што се закуп, купопродажба, заемот и сл, а исто така важно е разграничувањето и од спецификите на институтите приватизација и закуп на градежно земјиште сопственост на Република Македонија и во поглед на обезбедување на побарување со пренос на сопственост на предмети и пренос на права во извршната постапка, како и од продажбата со задржување на правото на сопственост.[31]

Согласно Законот за приватизација и закуп на градежно земјиште во државна сопственост[32], градежното земјиште, на кое физички лица или правни лица стекнале право на користење, може да се приватизира од државна соственост во сопственост на корисниците. Значи, се додека не заврши постапката за приватизација физичките или правните лица се корисници на тоа земјиште односно тоа претставува еден вид закупен однос помеѓу државата или лицата корисници. Со донесување на решение за приватизација на земјиштето физичките или правните лица корисници на градежното земјиште се стекнуваат со сопственост врз земјиштето, со или без плаќање надомест за истото, во зависност од правниот основ по кој го стекнале користењето на градежното земјиште.

Кога заради постоење на спорно право на користење или неидентичност на градежното земјиште, градежното земјиште во државна сопственост кое го користат физички, односно правни лица не може да се приватизира, ниту пак може да се стекне право на долготраен закуп, корисникот во чие фактичко владение е земјиштето, може да стекне право на времен закуп на тоа земјиште. Правото на времен закуп може да се стекне до престанокот на причината за неможност за стекнување на правото на приватизација односно долготраен закуп. Висината на закупнината на градежното земјиште кое е предмет на времен закуп, како и начинот и постапката за наплата на закупнината за времен закуп се пропишуваат со посебен пропис.[33] И во конкретниов случај имаме закупен однос помеѓу физичко или

[31] Член 528 - 529 од Закон за облигационите односи (Сл.весник бр.18/01)
[32] Сл.весник на Република Македонија бр.4/05
[33] Член 56, 57 и 59 од Законот за приватизација и закуп на градежно земјиште во државна сопственост (Сл.весник на Република Македонија бр.4/05)

правно лице и помеѓу државата, за кој закуп закупецот плаќа соодветна закупнина определена со посебен пропис, а тој закупен однос е од времен карактер. По завршувањето на времениот закуп, може да продолжи постапката за приватизација на градежното земјиште, при што физичките или правните лица корисници на градежното земјиште се стекнуваат со сопственост врз земјиштето, со или без плаќање надомест за истото, во зависност од правниот основ по кој го стекнале користењето на градежното земјиште.

Значи, од наведеното можам да заклучам дека самото преминување на стварта во сопственост на доверителот, а истата останува на користење кај должникот се до исполнувањето на неговата обврска спрема доверителот, всушност претставува закуп врз стварта, кој закуп престанува и се трансформира во право на сопственост по целосното исплаќање на обврската спрема доверителот. Сличностите со договорот за закуп со откуп се очигледни и истите ќе станат повпечатливо воочливо по целосното објаснување на суштината на договорот за закуп со откуп.

Разграничување на договорот за закуп со откуп треба да се направи и од продажбата со задржување на правото на сопственост.[34] Кај договорот за закуп со откуп стварта е на користење кај корисникот на стварта се до исполнувањето на обврска спрема давателот на стварта, што всушност претставува закуп врз стварта, кој закуп престанува и се трансформира во право на сопственост по целосното исплаќање спрема давателот на стварта. Во случај на продажба со задржување на правото на сопственост станува збор за продажба, но преносот на сопственоста е задржан се додека купувачот не ја исплати цената во целост.

Значи, врз основа на изнесеното сметам дека, кога станува збор за договорот за закуп со откуп, всушност станува збор за одделен институт со посебни белези и карактеристики, кој пак само навидум се доближува до другите правни институти.

ПРАВНА ПРИРОДА НА ДОГОВОРОТ ЗА ЗАКУП СО ОТКУП

Договорот за закуп со откуп има многу сличности и разлики со повеќе облигационо - правни договори. Најголема сличност овој договор има со договорот за закуп и со договорот за купопродажба.

Поголемиот број на правни теоретичари договорот за закуп со откуп го сметаат за една форма на договорот за закуп. Неспорно е дека постојат сличности помеѓу овие два договори. Така, кај обата договора

[34] Закон за облигационите односи (Сл.весник бр.18/01)

стварта се предава на корисникот со цел да се искористува (употребува), па затоа надоместокот и кај договорот за закуп со откуп и кај договорот за закуп најчесто се нарекува закупнина. Меѓутоа постојат и значајни разлики меѓу овие два договори. Овој договор има повеќе дополнителни елементи и модификации што не е случај со закупот. Така, на пример, обврски на давателот да ја одржува отстапената опрема, да ги заменува истрошените делови, да обучува кадри за ракување со опремата и слично, па затоа и покрај сличностите со договорот за закуп станува збор за договор значително различен од закупот.

Сличности, но и разлики постојат и меѓу договорот за закуп со откуп и договорот за купопродажба. Доколку станува збор за некои посебни форми и модалитети на купопродажбата, како на пр. продажба со задржување на правото на сопственост, купопродажба на отплата и слично, сличноста е очигледна.

Од друга страна, утврдувањето на правната природа на договорот за закуп со откуп спаѓа во подрачје на науката со најмногу дилеми и спротивставени стојалишта. Разликата во правниот третман на содржината на овој договор постои не само помеѓу поедини системи, туку и внатре во тие системи. Во повеќето земји една правна квалификација застапува судската пракса, друга доктрината, а трета законодавството. Меѓутоа, деловната пракса следи единствени решенија за општите услови на работење и договорните формулари кои многу отстапуваат од класичните правила на граѓанското право, кои вредат за договори со кои договорот за закуп со откуп се доведува во врска. Во новата доктрина, се чини, дека постојат две тези. По едната, одвишен е секој напор во правец на утврдување на правната природа на договорот за закуп со откуп за да би можел да се сврсти во категорија на некој од постојните договори на граѓанското право. Наместо тоа, треба да се истражуваат општите услови на работење и од случај до случај да се пополнуваат празнините и да се толкува волјата на странките по правила кои најдобро одговараат на работите во самата работна операција. По другата теза, треба да се утврди правната природа на секој иноминантен договор, па и договорот за закуп со откуп заради правилни квалификации и класификации, заради пополнување на празнините кои одговараат на правилата на граѓанското право и заради толкување на волјата на странките. Правната квалификација по оваа теза е значајна за решавање на судирот на законите, за примена на даночните прописи и други прашања.

Иако заклучоците од првата теза не се без основа, затоа што деловната пракса навистина создала оригинална правна техника за договорот за закуп со откуп, тие треба да се приклучат на другата теза дотолку повеќе што ни таа не ја занемарува содржината на договорните формулари.

Имајќи ја предвид компаративната анализа на наведените стојалишта, а посебно специфичната договорна содржина на општите услови на работење на давателот на закупот, се чини најприфатливо стојалиште е дека договорот за закуп со откуп е мешовит и типичен договор на автономното трговско право кој ги содржи елементите на закуп и продажба.

Сличностите на договорот за закуп со откуп со закупот се состојат во препуштањето на употреба и користење на опремата; на продажба со задржување на сопственоста, со тоа што сопственоста служи на давателот само како гаранција за плаќање на ратите на надоместокот - закупнината, а примателот ги сноси сите ризици на финансираното добро.[35]

Со утврдувањето на правната природа поврзано е прашањето за меродавност на правниот режим, кое може да се реши единствено со примена на теоријата на комбинација, што значи дека кај договорот за закуп со откуп треба да се утврдат битните елементи на двата договори од кои се состои, а потоа со комбинирање на тие елементи да се постават единствени правила за целиот договор. [36]

Имајќи ги во предвид горе наведените образложенија, мое размислување е дека оваа нова договорна појава мора да биде третирана како самостоен договор на автономното облигационо право чија содржина претставува комбинација на договорот за закуп и продажба со уште некои оригинални елементи. Значи, правилата за закупот и продажбата и тоа продажбата на отплата со задржување на правото на сопственост би биле претежно меродавни во случај на правна празнина во договорот или за ништовноста на договорните клаузули, односно клаузулата за општите услови на чиј темел настанува формуларниот договор за закуп со откуп, зависно од тоа во поглед на кој елемент постои празнина и кој дел од договорот се противи на когентните правила. Оној дел од содржината што не се вклопува во ниту една од наведените договори, би требало да се цени исклучиво во рамките на регулативата на автономното облигационо право и секако оние правила на граѓанското право кои супсидијарно треба да се применат.

[35] член 567 од Законот за облигациони односи и коментарот на Перовиќ
[36] Jaksic, Contractual Law, Saraevo, p.137

ЗОШТО ТРЕБА СЕ ОПРЕДЕЛИМЕ ЗА ДОГОВОР ЗА ЗАКУП СО ОТКУП, А НЕ ЗА КРЕДИТИРАЊЕ ОД ФИНАНСИСКИ ИНСТИТУЦИИ?

-со исплатата на ануитетите заедно со пресметаната камата при земен кредит, кај договорот за закуп со откуп всушност ја исплаќаме рата ,

-при отплата на ануитети на земен кредит само каматата е трошок кој ја намалува добивката пред оданочување, а кај отплатата на ратата кај договорот за закуп со откуп е целосен трошок кој значително ја намалува добивката пред оданочување,

-кај договорот за закуп со откуп трошоците за главно одржување, техничко усовршување и осигурување паѓаат на товар на давателот на закупот со откуп, а кај кредитирањето тие трошоци ги сноси кредитобарателот,

-кај кредитирањето постои ризик од промена на каматната стапка кај подолгорочни финансирања - кредити поради тоа што работењето на банките е врзано со политика на Народната банка спрема општите економски услови во државата. Ваков ризик кој договорот за закуп со откуп не постои, зошто примателот е заштитен со договорот бидејќи во договорот однапред се утврдени месечните рати за отплата. Но, најчесто во договорот за закуп со откуп ратите и вкупната сума што е предмет на договорот, се врзуваат за некоја странска валута, најчесто евра во противвредност, заради инфлаторни движења и губење на вредноста на домашната валута.

-кај кредитите банките најчесто при предвремена исплата на кредитот секогаш имаат клаузула со која кредитобарателите плаќаат казнени пенали, заради модифицирање на договорот, кои пенали најчесто се процент од остатокот на кредитот за отплата. Кај договорот за закуп со откуп вакво нешто не постои заради фиксниот износ на ратите.

-барањето и целата постапка за одобрување на кредит, како во случајов долгорочен, е сложена (документациски, се бара физибилити студија-проект за економската оправданост на кредитот, документација за хипотеки, осигурување итн.), додека постапката за склучување на договорот за закуп со откуп во голема мера е поедноставна

Имајќи го предвид се досега погоре наведено, сметам дека за државата треба да најде сили да помогне за натамошно развивање и практикување на договорот за закуп со откуп, а во тој поглед државата треба да ги има предвид следниве препораки:

- Да се измени и дополни Законот за лизинг и да се воведат нови и поефикасни извршни механизми и да се избегне оданочувањето на каматата
- Да се променат и надополнат подзаконските акти кои ја регулираат амортизацијата на опремата под закуп и нивното приближување кон најдобрата европска пракса и меѓународните сметководствени стандарди
- Да се олесни регионалното мрежно работење на компаниите

- може да го поддржи напорот за регионално мрежно работење на компаниите преку:
- Организирање на конференции, семинари, тркалезни маси, размена на информации за партнерите во регионот
- При воведувањето нов и поефикасен извршен механизам за запленување компаративните студии откриваат два најчести механизми за запленување:

1. Извршен писмен налог од страна на нотарот
2. Куса извршна постапка за потврдување на правото на сопственост врз предметот под закуп и одлука на судот за запленување на истиот (како што е случајот со Законот за финансиски лизинг на Србија и Црна Гора од 2003 година).

ЛИТЕРАТУРА:

1. Д-р Радомир Ѓуровиќ - *Меѓународно привредно право*, Београд,1977 год, стр.291
2. Д-р Људевит Розенберг - *Правни проблеми на лизингот, Конструкција на договорот за лизинг, Советување за можностите за примена на лизингот во Југословенската пракса*,Опатија, 1971, стр.14-15
3. Член 528,529 и 567 од *Закон за облигационите односи* (Сл.весник бр.18/01)
4. Сл.весник на Република Македонија бр.4/05
5. Член 56, 57 и 59 од Законот за приватизација и закуп на градежно земјиште во државна сопственост (Сл.весник на Република Македонија бр.4/05)
6. Закон за изменување и дополнување на Законот за извршната постапка (Сл.весник на Република Македонија бр.59/00)
7. Jaksic, *Obligaciono pravo*, Saraevo, str.137
8. Службен весник на РМ бр.49/03

удк 327-021.388(100)

ПОДЕМОТ НА „ОСТАНАТИТЕ" И ФОРМАТОТ НА НОВИОТ СВЕТСКИ ПОРЕДОК[37]

д-р Горан Илиќ

Универзитет "Св. Климент Охридски" – Битола

Правен Факултет - Кичево

Ул. Рудничка Б.Б. - Кичево

goran.eu@gmail.com

д-р Арсе Петрески

Универзитет "Св. Климент Охридски" – Битола

Правен Факултет - Кичево

Ул. Рудничка Б.Б. - Кичево

arse.petrevski@uklo.edu.mk

АПСТРАКТ

Предметниот труд претставува кратка научна анализа за процесот на реконфигурација на глобално – политичката моќ во услови на појава на нови големи сили ("останатите") покрај САД и категоризирање на појавните контури на форматот на новиот (пост - американски) светски поредок. Во контекст на тоа, во трудот се употребува синтагмата "подемот на останатите" со цел на еден општ начин да се опише глобалната состојба во која надоаѓаат новите големи сили, кои во иднина ќе треба да ја предизвикаат американската униполарна надворешно – политичка моќ.

Клучни зборови: Нов светски поредок, САД, подемот на "останатите".

[37] Прегледан научен труд

ГЛОБАЛНО – ПОЛИТИЧКА СОСТОЈБА

Пред да започнеме со експликацијата на новиот светски поредок и неговите појавни форми, битно е да проникнеме и во суштината на актуелната глобално – политичка состојба, аспектирана низ призма на единствената супер сила – САД. Имено, станува збор за состојба што инхерентно не подразбира ултимативен пад на американскиот светски поредок (промулгиран од Буш постариот), ниту пак за тотално губење на моќта на САД. Туку, станува збор за нејзино редуцирање во поглед на унилатералните капацитети и политиката на "коалиции на подготвените" практикувана од страна на администрацијата на Буш помладиот, а во рамки на неговата доктрина за "превентивната војна" и втурнувањето на западниот свет во скандалозната војна против тероризмот, која коинцидираше со остварување на тесно - корпоративните интереси на американската и светска плутократија и олигархија. Од тие причини, се вели дека американската хегемонија го содржи "семето" на сопствената деструкција. За разлика од претходната улога на САД како "светски полицаец", способен да ги манипулира пост – воените организации како ООН и НАТО пактот, нивната моќ започна да експандира и во другите региони во светот. Моќ која кулминираше со империјалистичката надворешна политика на Џорџ В. Буш и неговата доктрина за "извоз на вредностите", како што се: демократијата, слободата и човековите права. Доктрина идентична со онаа на СССР и политиката на "извоз на социјализмот" во земјите под окупација, земјите во владеење на западните (посебно на САД) сили, односно во колонијалните земји "згазени" од страна на империјалистичките и капиталистички западни сили. Според тоа, ескалацијата на таквата политика предизвика *имплозивни ефекти* во американските политички структури и "континуирано слабеење на американската унилатерална акција",[38] зголемување на недовербата (посебно) кај европските сојузници и секако отворање на голем број на кризни жаришта ширум светот, создадени нè поради инвокација на демократската, слободарска или пак хуманистичка идеологија, туку повеќе од причини на глобална хегемонија и "ненаситна" енергополитика и петролманија. Сето тоа, дополнето со појавата на "останатите" држави (брзорастечки економии) предизвика потреба за размислување за можноста од евентуално ремоделирање на постоечкиот светски поредок.

[38]Lucio Levi, *The End of Unilateralist Illusion*, The New Federalist, Sunday 16 September 2007, http://www.taurillon.org/The-End-of-Unilateralist-Illusion [2012]

Имено, битно е да се потенцира дека, во трудот нема детално да се анализираат "останатите", затоа што нивното воено – политичко влијание засега останува непотврдено, а САД сеуште доминираат на светската политичка сцена и на таков начин директно влијаат врз креирањето на глобалната политика. Во таа смисла, тука може да зборуваме само за *релативизирање* на американската доминација која постепено се предизвикува со појавата на новите големи (сеуште економски) сили, олицетворени во: Кина, Русија, Бразил, Јужна Африка (ЈАР), Индонезија, Колумбија, Турција, Виетнам, Мексико, Египет, Индија итн. Но исто така, клучно е да се акцентира на фактот дека, *ниту една од наведените брзорастечки економии, сеуште не поседува способност за наметнување на своето политичко влијание во глобални рамки*, ниту пак поседуваат капацитети за формирање на евентуални "блокови" опонентни на САД. Во рамки на тоа, треба да се знае дека и БРИКС / BRICS групацијата (Бразил, Русија, Индија, Кина и Јужна Африка),[39] воопшто не претставува политичка авангарда или "блок" на новиот свет, туку оваа групација можеме да ја оквалификуваме само како *рудиментиран кондоминиум* составен од *брзорастечки економии*, без јасно определени политички и надворешно - политички преференци. Сето тоа, дотолку повеќе се потврди и со едно од "најжешките" прашања во денешната светска политика – прашањето за Сирија. Имено, БРИКС пројавија загрижувачки знаци на криза на сопствениот идентитет, посебно кога: "Русија и Кина ставија вето на резолуцијата на Арапската лига за Сирија во Советот за безбедност на ООН, додека Индија и Бразил гласаа за резолуцијата".[40] Според тоа, ултимативно се потврди непостоењето на единствен политички став кој би можел на некаков начин да ги загриже САД, или пак *значително* да ги наруши нивните глобално – политички позиции. Во тој контекст, кинескиот магазин *Global Times* ќе рече: "БРИКС не е НАТО-вски тип

[39] Види во: Robert Marquand, *Amid BRICS' rise and 'Arab Spring', a new global order forms*, The Christian Science Monitor, October 18 2011, *http://www.csmonitor.com/World/Global-Issues/2011/1018/Amid-BRICS-rise-and-Arab-Spring-a-new-global-order-forms* [2012].
Или како што стои во статијата: "Подемот на моќта на Бразил, Русија, Индија, Кина и Јужна Африка (БРИКС) опфаќа околу $ 4 трилиони во девизни резерви и една третина од 6 милијарди население во светот. Тие ги претставуваат новите предизвици на светскиот поредок обликуван од Западот. Од Европа многумина гледаат на БРИКС како на помалку заинтересирани за заедничките идеи за еден мултилатерален свет, а кои повеќе инклинираат кон еден националистички, мултиполарен свет кој би ги нагласил нивните нови сили и интереси. Резултатот се гледа во бледнеењето на авторитетот и консензусот на светската сцена. "Сферите на влијание" карактеристични за Студената војна веќе одамна исчезнаа. Исто така, новиот светски поредок на американската доминација полека бледнее. Но сето тоа сеуште нема замена со конкретно [глобално] лидерство и правила на игра. Додека за регулирање на новите борби меѓу трендовите на човековите права и демократијата - и суверенитетот – сеуште не постојат правила".
[40] *Melkulangara K. Bhadrakumar*, BRICS flame continues to shine*, Russia & India REPORT, February 29, 2012,* http://indrus.in/articles/2012/02/29/brics_flame_continues_to_shine_15000.html *Ш2012Ќ*

на политички / воен блок. [Туку] *ги координира економските интереси на најголемите растечки економии*".[41]

Додека, еден од највлијателните индиски глобално – политички аналитичари Мелкулангара К. Бадракумар, инаку дипломат со триесет годишно искуство во индиската дипломатска служба, за БРИКС ќе рече дека: "Се чини дека ерата на БРИКС неславно завршува".[42] Имено, рапидниот економски развој на БРИКС државите, во исто време не подразбира и нивно политичко зајакнување, ниту пак претставува основ за нивно категоризирање како *политичка сила* способна да му опонира на САД. Времето што доаѓа, ќе биде тест за понатамошниот развој на БРИКС како групација на економски развиени држави и тест за нивното евентуално (идно) влијание врз глобалната политика и моделирањето на новиот светски поредок.

ФОРМАТОТ НА НОВИОТ СВЕТСКИ ПОРЕДОК

Во рамки на трудот, концептот на *нов светски поредок* (НСП), најпрво би можеле да го дефинираме како *манифестација на (ре)алокацијата на глобално - политичка моќ во конкретни глобално - политички центри или полови.* Според тоа, форматот на новиот светски поредок, директно извира од поларизираноста на светот по основ на моќ и акцелерацијата на глобално – политичката моќ во конкретни центри или полови.[43] Во таа смисла, теоретичарот Лаурент Кохен - Тануги, пишува дека *потенцијалната светска револуција*, "денес веќе претставува реалност",[44] и како што Кина, Индија, Русија, голфските држави и многу други земји во развој, забрзано се етаблираат на глобалната сцена, тие на таков начин го инхибираат Западот (посебно САД) во повеќе точки, и тоа како во бизнисот, финансиите и дипломатијата, така и во енергетиката, информатиката и културата.[45] Исто така, акцелерацијата на глобализацијата се конфронтира со западот по две основи, и тоа: "обидот да се моделира светот кој доаѓа (со намалување на способноста истиот да се владее), и 'учење' како да се споделува моќта со другите незападни земји".[46] Што се однесува до "учењето" на лекцијата за НСП, американскиот шеф на дипломатијата Хилари Клинтон ќе рече: "САД треба да учат од Индија и Бразил како

[41] Ibid.
[42] Ibid.
[43] Горан Илиќ, *ЕУтопија: надворешно – политичката моќ на ЕУ во идеологизација на новиот светски поредок*, Графопром – Битола, 2012, стр. 322.
[44] Laurent Cohen - Tanugi, *The shape of the world to come: charting the geopolitics of a new century*, Columbia University Press, New York Chichester, West Sussex 2008. стр. 116 – 117.
[45]Ibid.
[46] Ibid.

големи сили во подем и на таков начин да ги лоцираат своите економски интереси како централна тема на својата надворешна политика со цел и понатаму да останат глобални лидери (...) [Во таа смисла] ние ќе мора да се позицинираме за да го водиме светот во кој безбедноста ќе биде креирана како на конференциите и трговските средби – така и на бојните полиња".[47] Според тоа, водечката улога на САД во креирањето на НСП, ќе зависи исклучиво од нивното однесување, кое длабоко во себе ќе мора да вклучи *мултилатерализам*,[48] почитување и поддршка на меѓународните организации, како и активно мултилатерално разрешување на глобалните прашања, како што се климатските промени, економскиот развој итн. Во прилог на тоа, администрацијата на претседателот Барак Х. Обама, антиципира создавање и практикување на еден нов тип американски униполаризам за разлика од претходниот унилатерален. Станува збор за еден *нов тип на мултилатерален униполаризам,* пропратен со градење на партнерства, а во насока на остварување на униполарни цели / интереси.

Преку акцепцијата на мултилатерализмот, претседателот на САД се определи за промена на деструктивниот американски надворешно – политички курс, насочувајќи се во правец на ефектуирање на соработката, наместо поделбата и почитувањето на меѓународното право наспроти неговото изигрување и злоупотребување во функција на американските национални интереси. Според тоа, Претседателот Барак Х. Обама се обврза за имплементирање на концептот на "*ефективно партнерство*",[49] како фундамент на неговата доктрина, притоа користејќи ги сите расположливи средства на американската надворешна политика за остварување на таа цел. Што би значело дека, Американците, како што вели и теоретичарот Чарлс Краутхамер, посебно привржаниците на прагматичниот реализам, мултилатералниот концепт го гледаат како: "поделба на одговорноста, заснована врз теоријата за споделување на одговорноста по пат на соодлучување, што овозможува регрутирање на *останатите* во интерес на сопствената хегемонистичка машинерија".[50] Сето тоа, како што кажува и авторот Фарид Закарија ќе значи: "креирање на меѓународен систем, во кој државите од сите страни на светот, нема повеќе да бидат објекти или

[47] *Patrick Worsnip, Clinton: U.S. must learn from emerging economies, NEW YORK | Fri Oct 14, 2011,* http://www.reuters.com/article/2011/10/14/us-usa-clinton-idUSTRE79D2R520111014 *[2012]*

[48] За суштината и операционалните елементи на концептот на мултилатерализам, повеќе види во: Goran Ilik, *Multilateralism: The Ideological Matrix of the European Union*. e-IR, at http://www.e-ir.info/2011/01/15/multilateralism-the-ideological-matrix-of-the-european-union/ [2012]

[49] Charles Krauthammer, *American unilateralism*, Washington, D.C; December 4, 2002, http://www.amigospais-guaracabuya.org/oagim015.php [2012]

[50] Ibid.

пак набљудувачи, туку играчи. Тоа ќе значи раѓање на вистинскиот светски поредок”.[51] Додека, континуитетот во развојот на форматите на светскиот поредок би можеле да го категоризираме преку следните циклуси: европски доминиран мултиполарен поредок, биполарен дуопол, униполаризам и уни - мултиполаризам (види: табела 1).[52] Според тоа, пред околу стотина години егзистираше *мултиполарен поредок,* воден од страна на повеќето европски држави, кој беше пропратен со склучување на различни сојузи, ривалства, пресметки и војни.

Потоа се конституираше *биполарниот дуопол*, како организациона категорија на светскиот поредок карактеристичен за Студената војна,[53] карактеристичен по реактивноста на неговите две спротиставени страни – САД и СССР, каде секоја од нив, инстинктивно реагираше на преземените акции или иницијативи од другата страна.

Табела 1.

Год.	1900	1970	1991+	Иднина: *“ The rise of the rest”*
Поредок	**МУЛТИПОЛАРЕН**	**БИПОЛАРЕН ДУОПОЛ**	**УНИПОЛАРЕН**	**УНИ - МУЛТИПОЛАРЕН**
Доминација	Европски сили	Студена војна: САД и СССР	САД	САД вклучително со неколку други сили, способни да партиципираат во глобалната политика
Карактеристики	Алијанси, ривалства, конфликти.	Релативно стабилен, со повремени реактивни дестабилизации од двете страни.	Американски глобален империјализам, со огромна економска експанзија.	Хибриден меѓународен систем, подемократски, динамичен, отворен и поврзан (меѓузависен).

Додека, со завршувањето на биполарниот светски поредок, настапи ерата на американскиот *imperium* (*New Pax Americana*) создавајќи *униполарен светски поредок* со една единствена супер сила

[51] Fareed Zakaria, *the Post-American World*, W. W. Norton & Company, New York, 2008. стр. 3.
[52] Ibid.
[53] Ibid.

олицетворена во САД. Експанзијата на овој светски поредок, сега се наоѓа на својот залез и ги отвора портите на новиот (пост – американски) светски поредок, како категорија на која сеуште и *недостигаат суштествените обележја неопходни за дефинирање и подетално операционализирање на нејзината епистема*.

Но сега доаѓа времето кога униполарниот светски поредок (поредок доминиран од една супер - сила) се наоѓа на својот залез. Во таа смисла, создавањето на НСП ќе се одвива паралелно со слабеењето на американската унилатерална надворешна политика, и во кој покрај САД како доминантна сила, во исто време ќе постојат и други меѓународни субјекти. Таквиот формат на НСП, познатиот теоретичарот Семјуел Хантингтон ќе го нарече *уни – мултиполаризам.*[54] Аналогно на тоа, *овој формат на светски поредок ќе поседува во исто време униполарни и мултиполарни карактеристики,* а во краен случај ќе создаде "свет на енормен културен диверзитет и егзотичност".[55]

Ваквиот формат на нов светски поредок, во основа, ќе биде хибриден меѓународен систем, (несомнено) подемократски од претходниот – униполарен светски поредок - динамичен, отворен и *меѓузависен*. Дел од овие атрибути, би можеле да се класифицираат како позитивни трендови во меѓународната политика, посебно меѓузависноста како таква, суштестевно карактеристична за глобализацијата како светски процес. Но проблемот кој би можел да произлезе од ваквата глобално – политичка организација на моќ, би ја лоцирале во тенденцијата на државите за *континуираното зголемување на нивната политичка и воена моќ, на сметка на останатите*. Бидејќи, доколку не постојат цврсти меѓународно – правни инструменти за одржување на глобалната меѓузависност, радикализирањето на односите помеѓу државите би било неизбежно. А од таквата опасност, произлегува и тезата на Роберт Каган, за евентуалното необлоковско (ре)групирање,[56] со формирање на *оска на демократијата*, во која би влегле западните држави и оние кои оригинерно ги споделуваат нивните вредности, и *оска на автократијата*, која главно би била доминирана од страна на Русија и Кина, како големи сили со илиберални идеолошки обележја.

Имено, *уни – мултиполарно дизајнираниот нов светски поредок* дотолку повеќе ќе побарува водење на разумна политика од страна на

[54] Ibid.
[55] Geopolitics and America, *The rise of the rest*, May 22nd 2008, http://www.economist.com/node/11402606 [2012]
[56]Robert Kagan, *The Return of History and the End of Dreams*. Hoover Institution, 2002, http://www.guardian.co.uk/books/2008/jun/08/politics [2012]

клучните глобални актери – посебно САД – со цел сите останати кои не ги споделуваат вредностите како демократијата, владеењето на правото и правната држава и човековите права, да не бидат втурнати во "авантури" кои би значеле отворање на нови воени жаришта, меѓународни конфликти и економски колапс. Новиот светски поредок, ќе мора да биде *поредок на разумните* и поредок кој треба да се гради исклучиво врз постулатите на мирот, политичката стабилност, економскиот развој и унапредување на човештвото во целина.

ЗАКЛУЧОК

Врз основа на презентираното, недвосмислено може да се заклучи дека настапувањето на новиот (пост - американски) светски поредок претставува екстраординарно комплексен и долготраен процес. Понатаму, процесот на форматирање на новиот светски поредок истовремено е пропратен со појавувањето на новите или "останатите" држави кои ќе се обидат да ја предизвикаат американската унилатерална надворешно – политичка моќ со цел да се етаблираат себеси како нови хегемони. Но, посебно значајно е да се потенцира дека "останатите" олицетворени во какви и да било групации, како што е на пример БРИКС или пак групацијата која се наоѓа во фаза на создавање ЦИВЕТС (Колумбија, Индонезија, Виетнам, Египет, Турција и Јужна Африка), сеуште претставуваат само економски групации (групи на "економски тигри"), раководени од своите економски интереси без никакви политички / надворешно – политички индикации и преференци. Врз основа на тоа, помислата дека овие групации денес би можеле да му опонираат на американската надворешно – политичка моќ или како такви да го ремоделираат светскиот поредок е повеќе од наивна. Иднината на новиот светски поредок и неговите современи појавни форми - во контекст на Семјуел Хантингтон за уни – мултиполаризмот - ќе треба да се бараат во новите големи сили олицетворени во поедини држави кои ќе успеат да генерираат надворешно – политичка моќ на светската политичка сцена. Сеуште, регионалните хегемони како Кина и Русија не поседуваат капацитети за наметнување на својата "политичка волја" на светската политичка сцена, ниту пак постојат држави во светот кои *доброволно* би влегле во нивната политичка орбита на дејствување.

Што се однесува до форматот на новиот светски поредок, во трудот се афирмираше моделот на уни – мултиполаризам, кој од оваа перспектива се чини компатибилен со констелации на цовремените меѓународни односи. Но истиот мора да биде сфатен во еден *иден*

контекст кога светот дефинитивно ќе ги препознае новите светски сили и новите центри на моќ, кои дејствувајќи ќе го диктираат темпото на меѓународната политика.

И за крај, тргнувајќи од моралните постулати на човековата цивилизација, би можеле уште еднаш да потенцираме дека новиот светски поредок, *ќе мора* да се гради исклучиво врз постулатите на мирот, демократијата и слободата, политичката стабилност, економскиот развој и цивилизациското унапредување. Според тоа, во интерес на целокупното човештво, новиот светски поредок ќе мора да биде *поредок на разумните*.

ЛИТЕРАТУРА

1. Bhadrakumar, Melkulangara K., February 29 2012. *BRICS flame continues to shine*, Russia & India REPORT, [online] http://indrus.in/articles/2012/02/29/brics_flame_continues_to_shine_15000.html [Accessed 2012]
2. Cohen - Tanugi, Laurent, *The shape of the world to come: charting the geopolitics of a new century*, Columbia University Press, New York Chichester, West Sussex, 2008.
3. Geopolitics and America, May 22nd 2008. *The rise of the rest*, [online] http://www.economist.com/node/11402606 [Accessed 2012]
4. Ilik, Goran., 2011. *Multilateralism: The Ideological Matrix of the European Union*. [online] e-IR. Available at http://www.e-ir.info/2011/01/15/multilateralism-the-ideological-matrix-of-the-european-union/ [Accessed 2012]
5. Илиќ, Горан., *ЕУтопија: надворешно – политичката моќ на ЕУ во идеологизација на новиот светски поредок*, Графопром – Битола, 2012.
6. Kagan, Robert, 2002. *The Return of History and the End of Dreams*. Hoover Institution, [online] http://www.guardian.co.uk/books/2008/jun/08/politics[Accessed 2012]
7. Krauthammer, Charles., December 4, 2002. *American unilateralism*, [online] http://www.amigospais-guaracabuya.org/oagim015.php [Accessed 2012]
8. Levi, Lucio., 16 September 2007, *The End of Unilateralist Illusion*. The New Federalist, [online] http://www.taurillon.org/The-End-of-Unilateralist-Illusion [Accessed 2012]
9. Marquand, Robert., October 18, 2011. *Amid BRICS' rise and 'Arab Spring', a new global order forms*, The Christian Science Monitor, [online]

http://www.csmonitor.com/World/Global-Issues/2011/1018/Amid-BRICS-rise-and-Arab-Spring-a-new-global-order-forms [Accessed 2012]
10. Worsnip, Patrick., Fri Oct 14, 2011. *Clinton: U.S. must learn from emerging economies*, NEW YORK, [online] http://www.reuters.com/article/2011/10/14/us-usa-clinton-idUSTRE79D2R520111014 [Accessed 2012]
11. Zakaria, Fareed, *the Post-American World*, W. W. Norton & Company, New York, 2008.

удк 355.45-027.511(100)

ПРАВНО-ПОЛИТИЧКАТА БЕЗБЕДНОСНА ПОЛИТИКА НА ЕУ, РУСИЈА И НАТО ВО ГЛОБАЛНОТО БЕЗБЕДНОСНО ОПКРУЖУВАЊЕ

д-р Светлана Вељановска

Правен факултет - Кичево УКЛО – Битола

svetlanaveljanoska@hotmail.com

Доц. д-р Саша Дукоски

Правен факултет - Кичево УКЛО – Битола

sasadukoski@hotmail.com

АПСТРАКТ

Иако постои напредок во соработката помеѓу земјите членки на ЕУ и земјите наследнички на СССР по завршувањето на студената војна, мошне дискутабилно е нивото на таа соработка и искрените намери за нејзиното опстојување.

Овој труд има за цел да ја согледа соработката во сферата на надворешната и безбедносната политика на Европската Унија, Русија и НАТО- пактот предводен од САД.

Првиот дел ќе биде посветен на соработката помеѓу Европската Унија и Русија, потоа состојбите во истата сфера од аспект на Русија и НАТО за на крај да се сублимира целокупното безбедносно опкружување во кое живее населението на Европа на почетокот на 21 век со посебен акцент на состојбите на Балканскиот полуостров .

Факт е дека помеѓу ЕУ и Русија постои политички дијалог кој датира од Спогодбата за соработка и партнерство на ЕУ и Русија и продолжува со среднорочната Стратегија на Русија кон ЕУ. Постојат и институционални врски преку кои двете страни редовно разменуваат мислења за клучните меѓународни проблеми. Овој труд има за цел да покаже дали тие се доволни во формирање на конструктивни односи и долгорочна соработка во областа на надворешнатаи безбедносна политика која добива се поголемо значење од аспект на населението за мир, стабилност и развој во светот.

Клучни зборови: Европска Унија, Руска федерација, НАТО-пакт, соработка, надворешна и безбедносна политика.

ВОВЕД

Состојбите во светската политичка сцена најголеми промени во последното столетие доживеаја по завршувањето на периодот на студената војна кој според различни автори траеше повеќе од половина век. Сепак, најголемите промени настанаа со распадот на СССР односно со појавата на Руската Федерација која стана држава - сукцесор во меѓународните односи. Таа го наследи членството во меѓународните организации, стана постојана членка на Советот за безбедност на ОН и иако во голема мерка го изгуби приматот на голема сила што го имаше СССР, сепак, стана значаен фактор во градењето на глобалната безбедност.[57]

Во меѓувреме на светската сцена скоро педесетина години функционира Европската Унија како сојуз на европските земји со веќе востановени механизми за водење на надворешната заедничка безбедносна политика која и овозможува политичко влијание не само во европски,туку и во светски рамки.[58] САД по распаѓањето на СССР останува единствена супер сила поради што Русија својата соработка ја насочи кон ЕУ во делот на безбедносната политика со цел да го зајакне своето нарушено меѓународно политичко влијание.

Проширувањето на ЕУ во 2008 со земји кои до скоро беа под влијание на СССР односно Русија (Бугарија и Романија) уште повеќе ги приближи ЕУ и Русија. Сега границата помеѓу овие две сили е значително зголемена а сè повеќе се согледува и фактот дека меѓународните проблеми со кои се соочуваат се исти: организиран криминал, илегални миграции, обезбедување на нуклеарна безбедност, заштита на животната средина и сл.Се наметнува состојбата дека е неопходно потребно заедничко ангажирање во поглед на барање решенија за споменатите проблеми кои имаат меѓународен карактер.

СОСТОЈБИ ВО ОДНОСИТЕ ЕУ-РУСКА ФЕДЕРАЦИЈА

Сличните проблеми, меѓусебно поврзаните и комплементарни интереси се еден од мотивирачките фактори за усвојување на бројни

[57]За значењето на современа Русија види во : Petrović, Dragan., ***Rusija na početku XXI veka,*** Prometej, Institut za političke studije, Novi Sad, 2007.

[58]Šahović, Milan., ***Evropska Unija kao svetska politička sila***, Centar za antiratnu akciju, Beograd, 2001,str 11.

документи од страна на ЕУ и Русија со цел да се создадат предуслови за развој и соработка во сферата на надворешната политика и безбедност. Во овој труд ќе се осврнам само на неколку позначајни документи и декларации важни за спроведување на политиките во сферата на безбедноста и одбраната на овие две страни.

Почетоците на т.н.систем на институционална соработка се бележат со донесувањето на *Спогодбата за партнерство и соработка* склучена во 1994 година со која Европската унија и Руската федерација во најголема мерка ги регулираа трговската и економската соработка, но сепак се смета и за почеток на соработката во меѓународните односи и меѓународната безбедност. Спогодбата значи и развој на политичкиот дијалог помеѓу ЕУ и Русија со што би се усогласиле ставовите кога станува збор за меѓународните прашања од заеднички интерес а се со цел да се придонесе за поголема стабилност и сигурност. Следен акт од важност е *,,Стратегијата за идните односи на ЕУ и Русија,,* донесена во Мадрид 1995 година која всушност е прва официјална Стратегија на ЕУ за Русија каде примат се дава на добрите односи со демократска Русија како услов за стабилност на Европа.[59] Покрај другото се изразува подготвеност ЕУ да и помогне на Русија во решавање на новите безбедносно поврзани предизвици како што се нуклеарната безбедност и заштитата на животната средина. Следната година Европскиот Совет донесе и акционен план за Русијабазиран токму врз претходно донесената Стратегија.[60]

Прв рамковен документ кој ги предвидува и активностите на земјите членки на ЕУ кон Русија е *Заедничката стратегија на ЕУ кон Русија* донесена во Келн 1999 година со која се повикува на поефикасна соработка, интензивирање на политичкиот дијалог и приближување на ставовите со цел да се овозможи заеднички одговор на безбедносните проблеми кои можат да се јават во Европа.Се предлага и соработка во новата безбедносна структура во рамките на ОБСЕ како и продолжување на соработката со Русија во разработка на европската безбедносна стратегија и разгледување на руската улога во т.н.*,,петербуршки задачи,,* (хуманитарни активности, акции за спасување, мировни операции, цивилни, полициски и воени операции

[59]Во Стратегијата меѓу другото стои: „воспоставување на стабилно партнерство со цел за промовирање на демократијата економски реформи, почитување на човековите права консолидација на мирот, стабилноста и безбедноста, за да се избегнат нови линии на поделби на Европа и да се постигне потполна интеграција на Русија во заедница на слободни и демократски народ.,,Види : ***European Union's Strategy for Future EU/Russia Relations***, European Council, Presidency Conclusions , Madrid, 15 and 16 December 1995, Annex 8, Internet, http://ue.eu.int/ueDocs/cms_Data/docs/pressData/en/ec/004400-C.EN5.htm

[60]***European Union action plan for Russia***, EU Bulletin, No 5, Brussels, 1996

за управување со криза и сл). Се укажува и на значењето на превентивната дипломатија во спречување и решавање на судири, управување со кризи и соработка во рамките на ОБСЕ и ООН. Се залага за построга контрола на извозот на оружје и спроведување на веќе постојните спогодби, сузбивање на пролиферацијата на оружјето за масовно уништување и давање на поддршка на нуклеарното разоружување.[61]

Ваквите активности не беа еднострани. Русија донесе ***„Среднорочна стратегија за развој на односите Руска федерација-Европска Унија 2000-2010„***.Таа беше претставена пред Европскиот совет во Хелсинки кон крајот на 1999 година и имаше за цел:

- јакнење на стратешкото партнерство со Унијата,
- унапредување на улогата и влијанието на Русија во вкупните меѓународни односи и
- придонес кон создавање на мултиполарен свет.

Во неа исто така стои дека Русија е заинтересирана за развиток на заедничката надворешна и безбедносна политика и соработка со Унијата во оваа сфера што би требало да овозможи зачувување на европската безбедност без изолација на САД и НАТО но и без нивен *„монопол„* на континентот.[62] Овој документ за прв пат јасно наведува дека Русија има посебни интереси кои ЕУ би требало да ги почитува(односите со ЗНД) воздржувајќи се од било што,што би можело да биде спротивно на интересите на Русија во тој регион. Сепак, иако една од целите на партнерството на Русија со ЕУ е спречувањето и решавањето на локалните судири со акцент на супрематија на меѓународното право и некористење на сила, овој документ не дава предлог како тоа да се реализира. Таму само се укажува на тоа дека Русија би требало во претстојната деценија да формира став кон некои аспекти за практична соработка како што серешавањето на кризи и ограничувањето и намалувањето на вооружувањето.[63]

Структурата на овие две стратегии на ЕУ и Русија покажуваат разлики во интересите и пристапот на двете страни. Заедничката стратегија на ЕУ ги нагласува европските вредности и потребата во Русија да се спроведат темелни реформи, додека Среднорочната стратегија на Русија ги нагласува националните интереси,

---

[61]***Common strategy of the European Union on Russia,*** Official Journal of the European Communities, Brussels, 1999

[62]***Стратегия развитияа отношений на Российской Федерации с Европейским Союзом на среднесрочную перспективу 2000-2010 годы*** Современная Европа, Москва 2000

[63]Hiski, Haukkala ., ***A problematic strategic partnership ,***in Dov Lynch(ed) EU-Russian security dimension, Occasional Papers, No.46,Helsinki, 2003,p15

суверенитетот на земјата и посебните интереси во рамките на ЗНД. Документот кој го усвои ЕУ е воопштен и недоволно определен а руската стратегија е софистицирана и прагматична. Овие разлики во формулирањето на основните начела многу често се причина за меѓусебни недоразбирања и разлики.[64]

Важен момент во соработката на ЕУ и Русија претставуваат Самитите на кои се воспоставува интензивен дијалог во сферата на надворешната политика и безбедноста. Пример за тоа се: Самитот во Хелсински (1999) кога се разгледуваа новите можности за соработка во областа на безбедносната и одбрамбена политика; Самитот во Москва (2000) кога Русија е повикана да учествува во операции за управување со кризи; Самитот во Париз (2000) кога е воведена обврската за консултации на специфично ниво меѓу ЕУ и Русија; Самитот во Брисел (2001) со кој се осудува тероризмот од било кој вид; Самитот во Москва (2002) за практични чекори во развојот на политичкиот дијалог и соработка во управување со кризи; Самитот во Рим (2003) за балансирано и стратешко партнерство; Самитот во Москва (2005) за операционализација на соработката и стратешкото партнерство и сл.

Самитите по 2008 година особено оној во Хабаровск (2009) за Русија значат посветување поголемо внимание на можноста источното партнерство да стане ***„антируски сојуз„***. Новата стратегија за национална безбедност на Руската федерација е донесена во мај 2009 година и со неа Русија се залага за поблиска соработка со Унијата вклучувајќи доследна соработка во економијата, надворешната и внатрешната безбедност, образованието, науката и културата. Како долгорочен национален интерес на Русија се наведува формирање на евроатлански отворен систем на колективна безбедност заснован на јасни правни основи.

СОСТОЈБИ ВО ОДНОСИТЕ НАТО-РУСКА ФЕДЕРАЦИЈА

Традиционалните односи на конфронтација помеѓу СССР и НАТО односно Варшавскиот пакт и НАТО долго време беа застапени и во релацијата НАТО –Руска федерација. Извесно затоплување настана после терористичките напади врз САД од 11 септември 2001 година. Русија во знак на солидарност изрази целосна подготвеност за соработка во борбата против тероризмот која ја води меѓународната заедница. Сепак тоа не значи дека алтруизмот станува значаен сегмент

[64]Raquel, F. Maria., ***Two unequal partners: The EU and its Russian neighbor***, in: Andre Barrinha (ed) Towards a Global Dimension: ***Eu Conflict Management in the Neighborhood and Beyond,*** Fundacao Friedrich Ebert, Lisboa,2008

на таа соработка бидејќи Русија настојува глобалната борба против тероризмот да ја искористи за реафирмирање на своето влијание во меѓународните односи. Имено, постојат мислења дека Русија очекувала учеството во меѓународната антитерористичка коалиција да и даде определени предности. Русија отсекогаш тврдеше дека војната во Чеченија е војна против тероризмот и очекуваше Европа и САД да престанат да ја критикуваат нејзината политика во поглед на тие активности. Донекаде тоа и се потврди на Самитот на ЕУ и Русија во Брисел (2001) кога ЕУ не го спомна кршењето на човековите права во Чеченија, туку изрази поддршка на напорите на Русија да најде политичко решение на проблемот. Но сепак ЕУ одби да го прифати руското образложение дека судирите во Чеченија се само борба против тероризмот.[65]

Соработката во кризни периоди преку ЕУ е дефинирана и со НАТО. Имено, ако операцијата бара ресурси на НАТО , Русија може да биде вклучена во планирањето во склад со процедурите на НАТО. Во случај на автономни операции каде ЕУ нема потреба од НАТО, Русија може да прати свој офицер за врски во Европскиот воен штаб за да се овозможи размена на информации на оперативен план. Ако Русија учествува и со значајни оружени воени сили тогаш може за учествува и во дневното управување со операциите преку Комитетот на контрубутори *(Committee of* Contributors)[66]

Нов момент во состојбите на односите НАТО – Русија даде кризата во Ирак во 2003 година. Тогаш на некој начин посериозно беше дефиниран проблемот со исламскиот фундаментализам со кој Русија се соочуваше во дел од своите републики и постепено беше симнато од дневен ред прашањето за улогата на воените средства во борба против земјите кои претставуваат закана за мирот (или во рамките на земјите). ЕУ со ваков непосреден проблем се соочи во 2004 година во Лондон и 2005 година во Мадрид.[67]

РЕЛАЦИИТЕ НА ЕУ, НАТО И РУСИЈА КОН БАЛКАНСКИТЕ ЗЕМЈИ

Генерално гледано просторот на Балканот историски има трпено бројни влијанија. Сепак последните децении, по завршувањето на

[65]***Joint Statement on international terrorism,*** Annex 1, EU-Russia Summit, Brussels, 3 Oct 2001,Internet, http://www.delrus.ec.europa.eu/en/inages/pText_pict/238/sum41.doc.

[66]Portela, Clara., ***EU-Russia cooperation in the security domain :Problems and Oppourtunities,*** BITS research note, Berlin,2001

[67]Lachowski, Z etc., ***Euro-Atlantic inter-institutional relations,*** Sipri Yearbook: Armaments Disarmaments and International Security, 2006,pp 42-43.

втората светска војна а посебно периодот по завршувањето на Студената војна се карактеризираат со сремеж за исполнување на условите за влез во Европската унија и НАТО алијансата. Со поделбата на СФР Југославија на шест независни држави, една од нив (Словенија) е член и на ЕУ и НАТО, Хрватска е во предворјето на ЕУ и во 2013 година треба да стане нејзина 28 членка а извесно време е членка на НАТО, БиХ сеуште има статус на еден вид протекторат пред се поради фактот што на тие простори се случија најкрвавите настани во поновата балканска историја а Србија, Црна Гора и Македонија се во различни фази на разговори за членство во ЕУ и НАТО.

Влијанието на НАТО и Русија во сферата на безбедносните прашања најчесто се одвиваат преку ООН, односно преку мисиите кои ги презема светската организација и застапеноста на земјите – членки на НАТО , ЕУ како и Русија со определен број на свои мировници и сл.

ЗАКЛУЧОК

Соработката на ЕУ и Русија во сферата на надворешната и безбедносната политика како приоритет е внесена во бројните документи. Сепак стручната јавност со голем скептицизам сеоднесува кон сегашнитеи перспективните односи меѓу ЕУ и Руската Федерација. Една од забелешките е дека доминираат формалните пристапи а не стратешкитеинтереси на ЕУ и Русија поради што изостануваат заедничките активности.

Постојат и размислувања дека недоволната ефикасност во соработката во оваа сфера произлегува од различната природа на ЕУ и Русија. Унијата е меѓународен субјект со ограничена надлежност во надворешната и безбедносна политика и систем на донесување на одлуки на повеќе нивоа кој не секогаш соодветствува со интересите на државите-членки и Унијата како целина. Исто така Унијата се темели на мек и мултилатерален пристап кон безбедносните прашања. Русија од друга страна како голема сила со единствена политика и јасно дефинирани политички, економски и стратешки интереси има сосема поинакон пристап кон безбедносните прашања кои ги тангираат нејзините интереси.

Русија и ЕУ сеуште имаат различни аспекти од фундаментална природа за надворешно-политичката и безбедносната соработка и наспроти значењето во оваа област нема постигнат значителен напредок. Русија до сега ги одбива поканите на ЕУ да учествува во операции од типот на мировни антивности со образложение дека потребно е да се постигне

договор за прифатлива форма на соработка на еднакви основи.[68] [69]Таа настојува да добие можност да влијае врз развојот на безбедносната и одбрамбената политика на ЕУ и бара дабиде вклучена во сите етапи на донесување на одлуки: од идентификација на проблемот, до спроведување на заеднички акции за негово решавање, што ЕУ засега не го прифаќа. Исто така Русија инсистира на ставот дека пред распоредување на било која мисија надвор од територијата на земјите - членки потребно е одобрување од Советот за безбедност на ООН.[70]

Последните година НАТО се стреми кон приспособување на сопствените воени сили на новите предизвици кои бараат помала, покомпактна и поагилна сила со нови стратегиски цели во кои значајно место имаат сојузниците на алијансата. Тие својот фокус го пренасочуваат кон единиците за итно распоредување и интервенции. Овие измени се прават врз база на нивните сопствени искуства во изминатиот период и имаат за цел да создадат силна армија со голем капацитет.

Сепак неизбежна е констатацијата дека и ЕУ и Русија и НАТО се залагаат за стабилни и конструктивни односи во долгорочна перспектива и како значајни меѓународни фактори се свесни дека без нивниот ангажман нема да може да дојде до решавање на актуелните меѓународни проблеми. Затоа со право може да се очекува дека тие процеси без разлика на проблемите и противречностите ќе продолжат во односите и соработката во сферата на надворешната и безбедносната политика и ќе добиваат сепоголема важност за мирот, стабилноста и развојот во светски рамки.

Како значајни меѓународни чинители ЕУ, НАТО и Русија во голема мерка влијаат и на положбата, интересите и развојот на Република Македонија.Тоа пред се се согледува кога тие заземаат различни ставови за прашања кои се однесуваат непосредно на Македонија, како што се проблемот со името, зачленувањето во ЕУ и НАТО, безбедносната состојба на Балканот и сл. Република Македонија е заинтересирана за евроинтеграции и членство во НАТО но и за развој на односите од економски и безбедносен аспект со Руската федерација.

[68]Исклучок е учеството со неколку воени руски офицери во полициската мисија на ЕУ во БиХ 2003 година.

[69]Повеќе види во: Danilov, Dimitry., ***Russia and European security***, in what Russia sees, Chaillot Paper, No.74, 2005

[70]Загриженоста на Русија произлегува од фактот дека ЕУ би можела без мандат на ООН да распоредува свои сили во областите кои се од нејзин стратешки национален интерес како што е Молдавија или земјите од Јужниот кафкаски регион.

ЛИТЕРАТУРА

1. ***Joint Statement on international terrorism,*** Annex 1, EU-Russia Summit, Brussels, 3 Oct 2001,Internet, http://www.delrus.ec.europa.eu/en/inages/pText_pict/238/sum41.doc.
2. Portela, Clara., ***EU-Russia cooperation in the security domain: Problems and Oppourtunities ,*** BITS research note, Berlin,2001
3. Lachowski, Z etc., ***Euro-Atlantic inter-institutional relations,*** Sipri Yearbook: Armaments Disarmaments and International Security, 2006
4. Danilov, Dimitry., ***Russia and European security***, in what Russia sees, Chaillot Paper, No.74, 2005 international Security, 2006
European Union action plan for Russia, EU Bulletin, No 5, Brussels, 1996
5. ***Common strategy of the European Union on Russia,*** Official Journal of the European Communities, Brussels, 1999
6. ***Стратегия развитияа отношений на Российской Федерации с Европейским Союзом на среднесрочную перспективу 2000-2010 годы,*** Современная Европа, Москва 2000
7. Hiski, Haukkala., ***A problematic strategic partnership,*** in Dov Lynch(ed) EU-Russian security dimension, Occasional Papers, No.46,Helsinki, 2003
8. Raquel,F. Maria., ***Two unequal partners:The EU and its Russian neighbor***, in: Andre Barrinha(ed) Towards a Global Dimension:***Eu Conflict Management in the Neighborhood and Beyond,***Fundacao Friedrich Ebert, Lisboa,2008
9. Petrović, Dragan., ***Rusija na početku XXI veka,*** Prometej, Institut za političke studije, Novi Sad, 2007.
10. Šahović, Milan., ***Evropska Unija kao svetska politička sila***, Centar za antiratnu akciju, Beograd, 2001
11. ***European Union's Strategy for Future EU/Russia Relations***, European Council, Presidency Conclusions , Madrid, 15 and 16 December 1995, Annex 8, Internet, http://ue.eu.int/ueDocs/cms_Data/docs/pressData/en/ec/004400-C.EN5.htm

удк 373.3.043.2-54(497.7):316.647.837.043.1055.1/.2(497.7:=214.58)

ЕТНИЧКИ СТЕРЕОТИПИ И ПРЕДРАСУДИ ВО ОСНОВНОТО ОБРАЗОВАНИЕ: ПРОСВЕТНИ РАБОТНИЦИ VS. РОМСКИ УЧЕНИЦИ[71]

д-р Марјан Младеновски

ул.Лесковачка бр.54-22 Куманово

Eurocollege, Куманово

mladenovskimarjan@gmail.com

АПСТРАКТ

Во трудот е направен емпириски обид да се утврди присувството на стереотипи и предрасуди кон Ромите во сензитивната училишна средина. Притоа, во истражувачкиот фокус беа просветните работници кои секојдневно работат со ромските ученици. Централна методолошка техника за утврдување на појавата беше анкетирањето, а со пригодниот примерок беа опфатени 15% наставници од селектираните училишта. Главни заклучоци до кои се дојде при истражувањето беа дека се присутни етнички стереотипи и предрасуди кај наставниците, односно тие сметаат дека ромските ученици не се залагаат доволно во своето школување а лошата материјална положба им е само изговор за слабиот успех; дека Ромите немаат работни навики, живеат без планови за иднината и постојано се жалат на нешто.

Клучни зборови: стереотипи, предрасуди, просветни работници, образование, Ромски ученици

НАМЕСТО ВОВЕД: СТЕРЕОТИПЕН ПОГЛЕД КОН РОМИТЕ

Веројатно социјално најстигматизирана етничка група во Европа, а со тоа и на овие простори се - Ромите. Негативните емоции, мотиви и однесување кон Ромите проектираат висок степен на етничка, расна и социјална дистанца кон нив, што е честопати причина за дискриминација и сегрегација на Ромите. Механизмите на предрасудите со генерации ја оневозможуваат нивната општествена

[71] Изворен научен труд

интеграција, а стереотипното размислување на неРомите обично посочува дека Ромите се валкани, крадат, лажат и се мрзеливи, односно знаат само да свират, пејат и играат; Ромските пак, жени се опасни, бидејќи се баваат со враџбини и магија, а Ромските деца не сакаат да одат на училиште. (Žunić 2002, 166-167)

Всушност постојат 2 категории на предрасуди и стеротипи кон Ромите. Првиот тип е романтичниот стереотип за нив, застапен во уметноста и книжевноста, за специфичниот начин на живот на Ромите, односот кон слободата, љубовта, природата; со кој се спротивставуваат на материјализмот на европската култура. Вториот тип на стеротипи е поврзан со Ромите како цивилизациски помалку вредна, односно етнички и расно инфериорна етничка група, за која најмногу што можат да направат другите е да бидат стрпливи кон нив. (Haliti 2006, 342)

Современите социолошки погледи корените на социјалната дистанца кон Ромите ја бараат во нивното недоволно познавање од страна на неРомите. Една анализа на OSCE во Македонија го потврдува тоа. Имено, се наведува дека во македонските училишта фрекфенцијата на контакти на неромските со ромските ученици е мала. Така, дури 62,7% од албанските ученици (43,6% Турци, а 39,1% Македонци) немаат никаков контакт со ромските ученици што говори дека тие многу малку се познаваат меѓусебно. Анализата потенцира дека во случајот на учениците Македонци и Албанци, почестите контакти со Ромите се поврзани со постоење на позитивни чувства кон овие заедници, додека ретките контакти или немањето на контакт е поврзано со постоење на негативни чувства кон нив. (OSCE 2010, 13-14)

Влијанието на училиштето е многу значајно во формирањето на негативна претстава за "другите". Една студија укажува дека стереотипни содржини со негативна содржина за Ромите се забележани и во учебниците за основно образование, и тоа уште во петто одделение каде што се споменува дека "сите Цигани просат", додека во други лектири се посочува дека "Ромите се гнасни, валкани и дека подобро е човек да умре отколку со нив да се ороди". (Петроска - Бешка и др. 2009, 37)

МЕТОДОЛОШКИ ПРИСТАП

Предметот на истражувањето беше насочен кон испитување на присувството на стереотипи и предрасуди кон Ромите од страна на просветните работници кои се вклучени во едукативниот процес со ромските ученици. Основното образование е селектирано поради

најголемото присувство на ромските ученици во однос на средното или високото, каде ги има во многу помала бројка. Општина Куманово, пак е избрана поради достапноста на податоците, поради тоа што истата во етнички поглед претставува "Македонија во мало", но истовремено е една од општините со најмногубројно ромско население. Изборот на основните училишта е заснован на бројноста на ромските ученици.

Централната методолошка техника за утврдување на појавата беше **анкетирањето**. Во фокус на истражувачкиот интерес беа просветните работници кои секојдневно работат со ромски ученици како нивни наставници, стручни соработници и сл. **Примерокот** беше избран врз основа на нивната присутност во моментот на анкетирањето (пригоден примерок) со вкупен опфат од 15% наставници од селектираните училишта. **Прашалникот** за просветните работници содржеше 5 ставки за социо-демографските податоци и 15 прашања кои се однесуваат на ставовите на просветарите за: интересот за школување на ромските ученици и нивните родители, работните навики на ромските ученици и нивните родители, колективните особини на Ромите, традиционалните вредности кај Ромите и сегрегацијата на Ромите. Прашалниците за просветните работници се состоеја од затворени прашања/ставови со континуум на понудени одговори: *потполно се сложувам* (3), *делумно се сложувам* (2) и *воопшто не се сложувам* (1).

Статистичкиот метод беше користен во фазата на прибирање, обработка и анализа на податоците, главно определување на проценти, средни вредности, коефициенти и сл.

ПРОСВЕТНИТЕ РАБОТНИЦИ И ЕТНИЧКИТЕ СТЕРЕОТИПИ КОН РОМИТЕ

Интерес за школување кај Ромите

Табела бр. 1 Интерес за школување (%)

Став	Потполно се сложувам	Делумно се сложувам	Не се сложувам	Б.О.
1. Ромските ученици немаат интерес за школување	31,6	**66,7**	1,8	0
2. Од Ромските ученици не треба премногу да се очекува во поглед на нивното образование.	19,3	**56,1**	24,6	0
3. Ромите родители немаат интерес за школување на своите деца.	45,6	**49,1**	5,3	0
4. Својата лоша материјална положба Ромите ја користат како оправдание за слабиот образовен успех	**77,2**	19,3	1,8	1,8

Еден од најраспространетите ставови и предрасуди врзани за Ромите се дека, тие како ученици, но и нивните родители не се премногу заинтересирани за образование и школување.

Табелата бр.1 покажува дека само 1,8% од наставниците не се сложува со ставот „*Ромските ученици не се заинтересирани за школување*”. 2/3 делумно, а речиси 1/3 потполно се сложуваат со изнесениот став бр.1, што му дава висока вредност на ставот (M=2,30) и оди во прилог на присутноста на ваквото размислување кај наставниците. Дополнителните коментари откриваат и дека незаинтересираноста кај ромските ученици негативно влијае кај интересот на останатите ученици. Длабинската анализа покажува дека со ваквиот став се сложуваат во поголем обем учителките (наставници до 5 одделение) во однос на останатиот стручен персонал. Имено, точно 50% од учителките изразиле потполна согласност со ставот бр.1 што може да се толкува на 2 начина: дека учителките подолго време (секојдневно по 4-5 часа) поминуваат со учениците за да го забележат (не)интересот или пак, дека истите не го забележуваат (и поттикнуваат) интересот кај ромските ученици на стартот на школувањето.

Слични одговори кај испитаниците има и на ставот бр.2 кој е поврзан со претходниот, но со поголема хетерогеност. Табелата бр.2 открива дека 1/4 од испитаниците не се сложуваат со ставот дека “*Од Ромските*

ученици не треба премногу да се очекува во поглед на нивното образование", додека 1/5 потполно се сложува со содржината на ставот што укажува дека 20% наставници имаат многу ниски очекувања во поглед на можностите на ромските ученици. Предметните наставници во поголем обем имаат помали очекувања (секој петти) во однос на одделенските наставници (секој седми) или стручните соработници (секој шести). Сепак, најголем број на испитаници (56,1%) делумно се сложуваат со овој став, што говори дека наставниците се во дилема околу очекувањата во поглед на школувањето на Ромите.

Многу често пласирана теза за неуспехот на ромските ученици е дека *родителите и нивниот мал интерес се главниот фактор за таквата положба*. Само 5,3% од наставниците не се сложуваат со ваквиот став (Табела бр.1) а над 45% потполно се сложуваат, додека делумна согласност изразиле 1/2 од испитаниците, од каде и високата средна вредност на ставот M=2,40. Повисока согласност со ваквиот став изразиле помладите наставници со работен стаж до 5 год., дури 2/3 од нив. Тоа веројатно се должи на поголемите очекувања на помладите наставници од страна на родителите, во услови на сé пообемен и посложен образовен процес и потреба од поактивна улога на родителите која, според нив, изостанува.

Иако најголемиот број на наставниците се свесни за проблемите во школувањето кои ги носи нискиот социо-економски статус, сепак дури 3/4 од нив потполно се сложуваат со ставот дека "*својата лоша материјална положба Ромите ја користат како оправдание за слабиот образовен успех*"(M=2,77). Вербално го дополнуваат ова размислување со податокот што веќе неколку години Владата обезбедува книги, учебници, превоз и сместување за сите ученици. Исто така, големите трошоци за свадбите и традиционалните обичаи кај Ромите не кореспондираат со нивната материјална положба. Дополнителни речиси 1/5 делумно се согласуваат со наведениот став, додека само 1,8% не се сложува со ваквиот став (Табела бр.1), при што нискиот Cσ=16,6% само ја потврдува усогласеноста во ставовите.

Работни навики кај Ромите

Табела бр.2 Работни навики (%)

Став	Потполно се сложувам	Делумно се сложувам	Не се сложувам	Б.О.
1. Ромските ученици не постигнуваат резултати во образованието бидејќи не се залагаат доволно.	**63,2**	36,8	0	0
2. Ромите немаат работни навики	43,9	**49,1**	5,3	1,8

Една од најраширените предрасуди за Ромите веројатно е дека тие се "мрзеливи" луѓе. Ваквите стереотипни размислувања се присутни и во процесот на нивното образование. Имено, речиси 2/3 од наставниците се потполно согласни, а над 1/3 делумно согласни со ставот дека "*Ромските ученици не постигнуваат образовни резултати бидејќи не се залагаат доволно*". (Табела бр. 2). Можеби така ја индивидуализираат одговорноста за слабите образовни резултати, барајќи ја вината во самите ученици, истовремено амнестирајќи се себеси, односно својот дел од одговорноста како воспитувачи. Високата средна вредност на ставот и релативно нискиот коефициент на варијација (M=2,63, Cσ=18,5%), укажува дека нема битни диверзитети во различните категории, односно високиот степен на согласност е присутен кај наставниците, независно од нивната возраст, пол, стаж, професија итн.

Дека во голема мерка се работи за етничка предрасуда на овој план, покажува ставот бр.6. Имено, тука се гледа дека наставниците во голема мерка сметаат дека Ромите како заедница (не учениците!) *немаат работни навики*. Само 5,3% не се сложуваат со ваквиот став, 1/2 делумно се сложуваат, додека речиси 44% потполно се согласни, што дава сепак нешто пониска средна вредност во однос на претходниот став. (M=2,39)

Колективни особини на Ромите

Табела бр. 3 Колективни особини на Ромите (%)

Став	Потполно се сложувам	Делумно се сложувам	Не се сложувам	Б.О.
1. Ромските ученици честопати не ја зборуваат вистината.	26,3	**59,6**	10,5	3,5
2. Ромите ученици се повеќе агресивни во однос на учениците неРоми.	14,6	38,6	**45,6**	1,8
3. Ромските ученици немаат хигиенски навики.	19,3	**75,4**	3,5	1,8
4. Ромите постојано се жалат на нешто.	**49,1**	40,4	8,8	1,8

Етничките стереотипи во себе вклучуваат генерализации за одделни особини, односно нивна колективизација. Во врска со Ромите, вклучително и учениците, многу чест негативен стереотип е дека "Ромите лажат". Ублажената варијанта на ваквиот стеротип изразена преку ставот "*Ромските ученици честопати не ја зборуваат вистината*" не беше прифатлива за само 10% од наставниците (Табела бр.3). Со ваквиот став целосно се сложуваат над 1/4 од испитаниците, додека најголем број - 3/5 се делумно согласни со ваквото тврдење. Вкрстувањето на одговорите открива дека највозрасните наставници, оние со над 25 год. стаж, во 56,2% потполно се сложуваат со ваквиот став, што можеби е позитивно од аспект на извесен тренд на намалување на негативните стереотипи кај помладите генерации наставници.

Еден од ставовите со најмал степен на согласност кај наставниците е ставот за агресивноста на ромските ученици. Имено со тврдењето за поголема агресивност на ромските ученици во однос на неромските, потполно се сложуваат само 14% од наставниците (31,2% од оние со стаж над 25 год.). Делумно се сложуваат 38,6%, додека најголем дел - 45,6% не се сложуваат со ваквиот став (Табела бр.3).

Уште еден раширен негативен етнички стереотип врзан за Ромите (и учениците) е нивниот низок степен на хигиена (лична пред сé). Во поглед на непостоењето на хигиенски навики кај учениците Роми, само 3,5% не се сложуваат со таквиот став, односно 19,3% целосно, а дури 75,4% делумно се согласни дека Ромските ученици не внимаваат на

хигиената (Табела бр.3). И тука, кај повозрасните наставници е пораширен ваквиот стереотип, односно 37,5% од наставниците над 50 год. целосно се согласуваат со ставот бр.7 за немање на хигиенски навики кај ромските ученици.
"*Ромите постојано се жалат на нешто*". Вакви размислувања честопати ќе се чујат во секојдневната комуникација на неРомите, без разлика дали се работи за нивната материјална положба, дискриминираност во институциите или некоја друга сфера. Од тука и некои од дополнителните коментари на наставниците на овој став - "Проблеми имаат и неРомите, но нив никој не ги прашува". Во поглед на согласноста на наставниците, може да се утврди висок степен, изразен преку 1/2 потполно согласни со ваквото тврдење и 2/5 делумно согласни. Табелата бр.3 открива дека со овој став бр.10 не се согласни само 8,8% од наставниците. Вкрстувањето на одговорите открива дека 70% од наставниците од машки пол, можеби поаѓајќи од еден "машки агол", сметаат дека "Ромите постојано нешто се жалат", а потполната согласност со ова тврдење е нешто повисоко (56%) и кај наставниците со над 25 год. работен стаж.

Вредности кај Ромите

Табела бр.4 Вредности кај Ромите (%)

Став	Потполно се сложувам	Делумно се сложувам	Не се сложувам	Б.О.
1. Ромите повеќе преферираат музика во однос на образованието	38,6	**47,4**	12,3	1,8
2. Во системот на вредности кај Ромите поголема вредност има свадбата во однос на школувањето.	**49,1**	40,4	7,0	3,5
3. Ромите живеат од "денес за утре".	**49,1**	31,6	17,5	1,8

Вредносните ориентации кај ромската заедница честопати се доживуваат како "туѓи", односно несвојствени за современиот начин на живеење и поради тоа целокупната ромска култура понекогаш се доживува како "помалку вредна". Постои широкораспространет стереотип за Ромите како "музикален народ", што во основа и не е негативен, но таква конотација добива доколку на музиката и се даде примат во однос на другите вредности. Дека музиката е поприоритетна

вредност во животот на Ромите во однос на образовниот процес целосно се согласни 38,6% наставници, а делумно се сложуваат со ваквото тврдење речиси половина (47,4%) од нив. Само 12,3% не мислат така, односно сметаат дека за Ромите поприоритетно е школувањето. (Табела бр.4). Интересно е да се нотира дека речиси сите одделенски наставници (92,9%) се потполно согласни со ставот за поголемо преферирање на музиката на Ромите во однос на школувањето.

Ставот бр.12 се надоврзува на претходно кажаното во однос на врската музика - образование. Имено, половина од наставниците се потполно согласни со тврдењето за *поголемата важност на свадбата во однос на школувањето* кај Ромите, а додатни 2/5 делумно се согласуваат со ваквиот став. Табелата бр.4 открива дека само 7% од испитаниците не се сложуваат со доминантната улога на свадбата во животот на ромската заедница. И повторно учителките во 78,6% целосно се согласни со наведениот став, чија средна вредност е повисока во однос на претходниот став (M=2,44 наспроти M=2,27).

Во контекст на вредносните ориентации, во современото општество доминираат сфаќањата за потребата од "инвестирање во иднината", при што најсигурен пат е - образованието. Но според наставниците, кај Ромите не се размислува премногу за иднината. Поточно, скоро половина од наставниците (56,3% од оние со над 25 год. стаж) потполно се согласуваат со ставот дека "*Ромите живеат од денес за утре*", а додатни 1/3 се делумно согласни со ваквото тврдење. Табелата бр.4 презентира дека само 1/6 од испитаниците не се сложуваат со ваквите размислувања, сметајќи дека и Ромите ја планираат својата иднина.

Сегрегација на Ромите

Табела бр. 5 Сегрегација на Ромските ученици (%)

Став	Потполно се сложувам	Делумно се сложувам	Не се сложувам	Б.О.
1. Со ромските ученици е многу потешко да се работи во однос на неромските.	42,1	**47,4**	8,8	1,8
2. Подобро е Ромите ученици да учат одделно од неРомите.	14,0	22,8	**61,4**	1,8

Потребата од дополнително објаснување честопати одзема повеќе време и енергија и бара дополнителен ангажман за кој наставниците не се додатно мотивирани. Самите наставници изјавуваат дека им е потешко да работат со ромските ученици ("едно ромско дете одзема време како за 10 неромски") и со таквото тврдење целосно се согласни 42,1% од испитаниците. Притоа дури 80% од најмладите наставници (до 30 год.) потполно се сложуваат со ставот бр.14. Делумно се согласни речиси 1/2 од испитаниците (Табела бр.5), а не се сложуваат само 8,8% од наставниците.

И покрај горенаведените релативно стереотипни размислувања за ромските ученици и Ромите воопшто, сепак наставниците не би ги одвоиле ромските ученици од неромските. Тоа наведува на заклучок дека наставниците во голема мерка се „за" интеграција на Ромите со неРомите, но притоа мора да знаат дека една од клучните улоги треба да ја одиграат токму тие - нивните воспитувачи. Всушност, ставот бр.15 кој се однесува на сегрегирање на Ромите има најниска средна вредност на скалата M=1,52 (но и највисок Cσ - 48,2% што укажува на извесен степен на отстапување од просекот). Поточно, дури 61,4% не се сложуваат со тврдењето "*Подобро е Ромите ученици да учат одделно од неРомите*", но 14% целосно се согласни со ваквото тврдење, а 22,8% се само делумно согласни (Табела бр.5). Интересно е што ниту еден наставник на возраст до 30 год. и работен стаж до 1 год. не се сложува со ставот за одвојување на ромските од неромските ученици, што можеби е резултат на нивниот нерегулиран работен статус. Веројатно латентниот страв од згаснувањето на паралелките (а со тоа и работното место) е главен фактор за несложување на младите наставници со ставот бр.15.

ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА

Присувство на етнички стереотипи и предрасуди кај наставниците

Врз основа на анализата, може да се утврди дека кај просветните работници кои работат со ромските ученици постојат етнички стереотипи и предрасуди кон нив, што може да биде основа и за нивно дискриминирање.

Според наставниците, интересот за школување кај Ромите е - мал

Наставниците сметаат дека ромските ученици не се залагаат доволно во своето школување, немаат интерес за школување (ниту учениците ниту пак, нивните родители), лошата материјална положба им е само

изговор (не и причина) за слабиот успех, поради што е потешко да се работи со нив.

Традиционалните стереотипи опстојуваат, но не се услов за сегрегација

Просветарите сметаат дека Ромите ја преферираат музиката и свадбата како позначајни вредности во однос на школувањето (ставови особено изразени кај одделенските наставници), немаат работни навики, живеат без планови за иднината и постојано се жалат на нешто. Дури се присутни, иако во помала мерка, етнички стереотипи од типот дека „ромските ученици не ја кажуваат вистината и немаат хигиенски навики". Интересно е што негативните стереотипи за колективните особини на Ромите повеќе се присутни кај повозрасните просветни работници. Но и покрај се, просветните работници не би ги одвоиле ромските да учат одделно од неромските ученици.

ЛИТЕРАТУРА

1. Bajram Haliti, *Razmišljanja o romskom pitanju*, Beograd,str,340-347,2006

2. Natalija Žunić, *Prava i položaj Romkinja,* Niš, str, 164-168, 2002

OSCE,

3. *Age, contact, perceptions,* Skoplje, str, 8-22, 2010

4. Виолета Петроска - Бешка и др, *Студија за мултикултурализмот и меѓуетничките односи во образованието*, Скопје, стр, 35-51, 2009

удк 81'246.2

БИЛИНГВИЗАМ И ЈАЗИЧНА ИНТЕРФЕРЕНЦИЈА[72]

М-р Лилјана Маркоска

Правен Факултет - Кичево

e-mail: markoskaliljana@yahoo.com

АПСТРАКТ

Денес, во време на глобализација, владеенњето со два или повеќе јазици, станува многу битен елемент за комуникативниот процес со што истовремено се премостува јазот на културните и општествени разлики.

Билинвизмот е присутен во секоја држава во светот, во сите класи на општеството, кај сите возрасни групи итн. Всушност, не постои општество кое е монолингвално.

Бидејќи многу често странските јазици се изучуваат за комуникативни потреби, појавата на јазична интерференција претставува природна појава кога два јазика се во контакт.

Овој труд има за цел да го објасни поимот билингвизам според некои познати лингвисти, причините за изучување на втор јазик и да даде еден осврт на јазичната интерференција која се јавува како последица на билингвалноста.

Клучни зборови: билингвизам, јазична интерференција, комуникација, јазици во контакт

ВОВЕД

Билингвизмот, секако, не е ретка појава во светот. Денес во светот постојат повеќе билингви отколку монолингви, односно, повеќе од половина на светското население е билингвално или зборува повеќе од еден јазик. На пример, англискиот јазик, станува дел од политичкиот, културниот и економскиот живот на многу држави во светот. Всушност, денес, англискиот јазик се користи во водењето на деловни зделки, во меѓународниот туризам, дипломатијата, политиката, трговијата, авијацијата, интернетот итн.

[72] Прегледан научен труд

Во Македонија денес постојат голем број билингви. Причините за оваа појава се: мешани бракови; изучување на еден и повеќе странски јазици; меѓународни контакти на луѓето (лични контакти, меѓународен туризам, дипломатија, економија, трговија...).

Кога една личност станува билингва, односно, владее со втор јазик, тоа значи дека двата јазика се во контакт, а тоа доведува до јазична интерференција, односно, трансференција на елементи од еден јазик во друг и тоа во фонетиката, граматиката и лексиката и ортографијата.

БИЛИНГВИЗАМ

За зборот „билингвизам“ постојат многу дефиниции, но ние ќе разгледаме само еден дел од нив, оние кои се поблиску до нашето истражување.

Занимавајќи се со теоријата на јазиците во контакт, Рудолф Филиповиќ (Filipovic, 1986:36) се задржува на два проблема: билингвизмот и интерференцијата, т.е. проникнувањето на одделни елементи од еден јазик во друг. Тој смета дека билингвизмот е еден од факторите за јазично заемање.

Познатиот американски лингвист Леонард Блумфилд (Bloomfield,(1933:460-470) разликува два вида билингвизам, ран и доцен билингвизам. Раниот билингвизам е кога говорителот го усвоил вториот јазик во раното детство а доцниот е кога говорителот го усвоил вториот јазик во подоцните години. Овде Блумфилд ги споменува емигрантите, луѓето што студирале во туѓојазичните средини и сл. Природата на билингвалноста Макеј (Mackey, 1962:52) ја објаснува преку четири карактеристики: степен, функција, алтернација и интерференција. Со други зборови, четири прашања треба да се постават за секој билингвален говорител.

- колку добро индивидуата ги познава јазиците што ги употребува?
- За што ги користи јазиците?
- Како се префрлува од еден јазик на друг и под кои услови?
- Колку добро може билингвот да ги држи двата јазика одвоени?

Според Сандерс, (Saunders,1988:9) билингвалност е кога индивидуата владее со два јазика. Билингвите можат да се протегаат на една линија каде на почетокот од таа линија се оние кои солидно ги владеат двата јазика, а на крајот од таа линија се оние кои почнуваат да го учат вториот јазик. Сите тие се билингви, но со различен степен на билингвалност.

Во билингвалните заедници луѓето би требало да зборуваат два јазика, особено оние кои го говорат јазикот на малцинството. Покрај нивниот мајчин јазик тие треба да го изучуваат и вториот јазик, многу често јазикот на мнозинството, на пример, во Македонија, македонскиот јазик е јазикот на мнозинството, според тоа, малцинствата кои живеат и работат во оваа зедница имаат потреба да го усвојуваат македонскиот јазик ако не повеќе барем до одреден степен за да можат поуспешно да учествуваат во таа заедница.

Според Вајнрајх, (Weinreich, 1953:147) мајчиниот јазик влијае врз изучувањето на вториот јазик со тоа што се користат елементи или структури од мајчиниот јазик кога го зборуваат вториот јазик. Влијанието на еден јазик врз друг е многу битно во ситуации на пролонгирани и систематски јазичен контакт.

Постои голема разлика кај секоја индивидуа при изучувањето на вториот јазик. Некои изучувачи се многу успешни, додека други многу бавно го учат вториот јазик или тие само достигнуваат до едно многу ниско ниво на изученост. Многу фактори влијаат при изучувањето на вториот јазик, на пример: интелигенцијата, возраста, јазичната способност, социо-психолошките фактори итн.

Во билингвалните заедници, каде членовите од малцинските групи се принудени да го учат доминантниот јазик, социјалната - психолошката и културната позиција на изучувачот е пресудна. Гарднер и Ламберт, (Gardner&Lambert во Quinn&McNamara,1988:26) истакнуваат дека социо-психолошките фактори влијаат многу на успехот за изучување на доминантниот јазик. Тие разликуваат два типа мотивации – интегративна и инструментална мотивација. Изучувачите со интегративна мотивација ќе имаат поголем успех во изучување на доминантниот јазик, бидејќи нивна цел е да станат дел од таа доминантна заедница, додека оние со инструментална мотивација имаат за цел да го научат другиот јазик само заради комерцијални, едукативни и други инструментални причини.

ИНТЕРФЕРЕНЦИЈА ВО ГОВОРОТ НА БИЛИНГВИТЕ

Лексичката интерференција е честа појава во говорот на билингвите.

Под поимот интерференција денес во лингвистиката се дефинираат повредите на јазичните норми на еден јазик под влијание на други јазични елементи, односно отстапување од важечките норми, судир со јазичната точност или правила.

Традиционалниот термин за меѓујазично влијание (interlingual influence), кој пред тоа го носел терминот *заемање*, Вајнрајх, (Weinreich во Filipovic,1986:30-34) го заменува со нов термин *интерференција.* Вајнрајх, (Weinreich,1953:147) го употребува терминот интерференција за сите видови меѓујазично влијание, а самиот поим интерференција го дефинира како "последица на појавата, во која еден говорител употребува повеќе од еден јазик". Терминот интерференција може најдобро да се употребува за односот помеѓу коегзистентните јазични состави на билингвалниот говорник и нивното повремено преклопување (overlapping). Но штом еден елемент од еден јазик се презема во друг јазик веќе настапува интеграција.

Според Бертхолд, Мангубхаи и Баторовикс, (Berthold,Mangubhai &Batorowicsz,1997:2-13) интерференцијата може да се дефинира како трансференција на елементи од еден јазик во друг и тоа во фонетиката, граматиката, лексиката и ортографијата.

Овие лингвисти сметаат дека фонолошка интерференција настапува тогаш, кога елементи кои содржат туѓ акцент, интонација и гласови од мајчиниот јазик влијаат врз вториот јазик. Граматичка интерференција настапува кога мајчиниот јазик влијае врз вториот јазик во однос на зборoредот, употребата на заменките, членовите, глаголските времиња и сл. Под интерференција на лексичко ниво подразбираат заемање зборови од еден јазик кои се преобразуваат да звучат поприродно на другиот јазик. Ортографска интерференција е кога пишувањето од еден јазик се меша со другиот.

Според теоријата за јазиците во контакт, меѓујазичното влијание не се појавува само во јазиците кои се во контакт, туку и во процесот на изучување на друг јазик. Во процесот на јазиците во контакт, основно правило е да се држи мајчиниот јазик одвоено од другиот јазик. Ако не се успее да се држат јазиците одвоени, тогаш доаѓа до јазична интерференција. Како пример на јазици во контакт можеме да ги наведеме македонскиот и англискиот јазик каде македонските доселеници во Австралија заради подобро адаптирање во новата средина го изучуваат англискиот јазик, кој е јазик на доминантната култура, јазик со кој тие мора да комуницираат на работното место, во училиштата, администрацијата и сл. Меѓутоа, не се водело доволно грижа да се држат двата јазика одвоено така што кај овие билингви се забележува интерференција, односно, нарушување во системот на едниот, па и во другиот јазик, пред се во акцентот, неправилен изговор на одделни фонеми, буквално преведување англиски изрази на македонски јазик, лексичко заемање, итн. Значи како разултат на

паралелна употреба на јазиците во говорниот израз на билингвите еден јазик може да влијае врз друг.

Како последица на ова, во системот на еден јазик можат да се појават одредени нарушувања и тоа: неправилно акцентирање; лексичко заемање; погрешно изразување; буквално преведување и префрлување (code switching) од еден јазик на друг, на пример, *Пазите на лајтојте кога ќе го кросате хајвејот (Внимавајте на семафорите кога ќе го преминувате главниот пат);* пример на префрлување од еден јазик на друг; *Тие треба да платат registration fee од 60 долари и то е over above extra од авионска карта.*

Според познатиот лингвист Андре Мартине, (Martinet,1963: 223) интерференцијата е неизбежна појава кај билингвалните говорители или изучувачи на странски јазик. Мартине интерференцијата ја илустрира во подрачјето на лексиката, фонетиката и синтаксата.

Одлин Теренс, (Terence,1989: 12-13) објаснува дека во зависност од правецот на влијанието на јазикот може да се разликуваат два правци:

a) влијание на вториот јазик врз првиот јазик, главно на лексичко ниво и

b) влијание на првиот јазик врз вториот јазик, кој најмногу се одразува во изговорот и синтаксата.

Терминот *интерференција* може да се употребува за кој било случај на трансфер. Досегашните прегледи на билинвизмот покажуваат дека ефектите на лингвистичко влијание не се монолитни, туку напротив доста се разликуваат зависно од општествениот контекст на ситуацијата од јазичниот контакт. Овие ефекти често пати можат да се разликуваат со употреба на термините позајмувачки трансфер *(borrowing transfer) и* супстратен трансфер *(substratum transfer)*. Позајмувачкиот трансфер се однесува на влијанието кое вториот јазик го врши врз претходно изучениот јазик, мајчиниот јазик. Супстратниот трансфер се однесува на влијанието на мајчиниот јазик врз вториот јазик, односно јазикот кој се изучува.

Иако двата вида трансфер се исти, на некој начин, сепак, постојат разлики во нивните резултати. Ваквите разлики рефлектираат разлики во општествените и во лингвистичките фактори. Позајмувачкиот трансфер започнува на лексичко ниво, бидејќи одбирањето на јазичното апсорбирање на странскиот вокабулар започнува со силното културно влијание од зборувачите на друг јазик.

ПРОЦЕС НА ИНТЕРФЕРЕНЦИЈА

Процесот на интерференција кај билингвистите се јавува, бидејќи говорителот веќе поседува знаење на еден јазик, а тоа е мајчиниот јазик.

За опишување на процесот на интерференција лингвистиката ги користи јазиците во контакт. Кај сите јазици во контакт и кај секој билингвален говорител постои стремеж кон еквиваленција и изедначување. Контактот и конвергенцијата претставуваат два различни јазика и две култури. Гледано од социолошки аспект, иста личност ги учи елементите на јазикот и на културниот систем, кој се разликува од неговиот т.е. двојазичност и акултурација. Резултатите на овој процес, односно промените што настануваат во едниот или во двата система се во интерференција.

Процесот на интерференција исто така е потпомогнат и со специфични називи на институции и поими кои не постојат во мајчиниот јазик, а се употребуваат во новата средина/култура. Така на пример, за *pub* во македонскиот се користи зборот *локал* или *кафеана*, меѓутоа го нема истото значење како во англискиот говор, или пак имиња на институции, организации, трговски центри итн.

Според Лајонс, (Lyons:1981:308-309) приврзаниците на тезата за лингвистичка релативност би рекле дека многу од разликите на граматичка и лексичка структура, која се наоѓа во јазиците, се такви што некои процеси или поими што можат да се кажат на еден јазик не можат да се кажат на друг јазик.

Влијанието на еден јазик врз друг придонесува за позајмување на зборови. Како најважни и најспецифични заемања претставуваат културните заемања. Со секое културно заемање, можат да се заемаат и зборовите кои се поврзани со тие контакти. Така, секој културен бран донесува нов влог во јазикот, на пример, најновите заемки од англискиот јазик во македонскиот јазик, како на пример: *happening > хепенинг,* ; *impeachment > импичмент; enormous>енормно; essential>есенцијално; crucial> круцијално* и многу други. Овој процес со кој се забрзува процесот на интерференција се должи на зголеменото дејство на меѓународните контакти, печатот, радиото, интернетот итн. Ваквиот процес на интерференција најчесто се одвива така што артикулацијата се заема од мајчиниот јазик.

Лингвистичката интерференција се јавува на повеќе нивоа: во еден јазик и меѓу два јазици. Ова сознание доведува до појава на две други појави: интерлингвален трансфер и интралингвален трансфер. Интерлингвалниот трансфер се дефинира како процес на една форма

или правило од мајчиниот јазик или од еден претходно изучуван јазик во јазикот кој моментално се изучува или зборува. Тоа се случува при употреба на јазикот за да се одржи комуникацијата. Трансферот се јавува како комуникациска стратегија.

Интерференцијата се појавува тука, каде што нема можност на интерна интерференција. Таа е многу честа и ја сретнуваме таму каде што има преод на елементите од македонскиот во англискиот јазик. На спонтан начин се пренесува структурата на мајчиниот јазик и таму каде што нема сличности помеѓу двата јазика.

КОНВЕРГЕНТНИ ПОЈАВИ

Во процесот на лексичката интерференција се констатираат три вида односи во лексиката на јазиците: конвергентни, дивергентни и лексички празнини.

Конвергентните појави во односите на два јазика ги претставуваат оние случаи во кои наспроти два или повеќе зборови во еден јазик стои еден збор во другиот јазик за одреден дел од стварноста. Со други зборови, појавите од мајчиниот јазик конвергираат спрема една појава во другиот јазик.

Пример за конвергентни односи на македонскиот и англискиот јазик е комплексот на врските по род и брак. Во македонскиот јазик постои збор за *золва, јатрва, снаа, шурна*, додека во англискиот јазик не се прави оваа разлика затоа што четирите лексеми ги покрива еден збор '*Sister in law; шура, бацанак, зет > brother in law; стрина, тетка, вујна> aunt; вујко, тетин, стрико, чичко > uncle.*

ДИВЕРГЕНТНИ ПОЈАВИ

Дивергентните појави во процесот на интерференцијата помеѓу два јазика претставуваат случаи кога во мајчиниот јазик постои еден збор, а во другиот јазик се јавуваат повеќе зборови. Поаѓајќи од мајчиниот јазик спрема странскиот јазик, појавите во ваков случај може да се гледаат во дивергентна релација, на пример *цел< target, aim, goal, purpose* etc.

ЛЕКСИЧКИ ПРАЗНИНИ

Кога во мајчиниот јазик постои збор за некој поим , а во странскиот јазик не постои соодветен збор поради непостоење на таков поим тогаш станува збор за лексички празнини. Како пример може да

се наведат: *ѓезве, бурек, баклава*, *филџан,опинци* или рибите кои се специфични за Охридското Езеро, *плашица, белвица, и др*. Ситуацијата може да биде и обратна: кога во мајчиниот јазик не постои збор за некој поим, пример: *lay buy, passion fruit, brussel sprouts итн.*

Кога во јазикот нема збор за одреден референт тогаш станува збор за референцијални празнини, а тие доведуваат до јазични празнини. Таквиот референт во македонскиот јазик, односно во англискиот јазик се преведува со заемка или калка. Во овој случај има јазична размена во нашиот јазик, на пример, *team > тим , match > меч, stop > стоп, corner >корнер, sport > спорт; standard >стандард; test > тест; toast > тост; taxi > такси; whisky > виски; box > бокс.*

Кај оние структури кои се специфични за еден јазик, за една култура, и не можат да се преведат буквално на англиски или на македонски јазик се употребува конструкција, која е вообичаена во тој јазик за дадената ситуација.

Добро утро може ли да ја добијам госпоѓа ....? > Good morning may I speak to Mrs…..

Faithfully yours > со почит (ваш ....

Посебно внимание треба да се обрне на културните и специфичните разлики. За да се биде координиран билингвален говорител, битно е да се осознае културата на јазикот кој се зборува како втор јазик. А самото осознавање на културата доведува и до поблисок контакт со јазикот, а со тоа побрзо и несвесно доаѓа до лексичко заемање.

ЗАКЛУЧОК

Денес, во светот се користат многу јазици, а тоа ги доведува јазиците во контакт, кое пак, доведува до билингвизам, и како што видовме кога два јазика се во контакт јазичната интерференција е неминовен процес. Најчесто заемање во билингвизмот е лексичкото заемање, кое се должи на: постоењето на лексички празнини во јазичниот систем; збогатување на јазичниот систем со нови елементи; заменување на старите називи со нови итн.

Со други зборови, билингвизмот и јазичната интерференција претставуваат природен процесс и се тесно поврзани со зголемените комуникативни контакти меѓу народите во светот, како што е комуникацијата во економијата, политиката, дипломатијата, туризмот, образованието итн.

ЛИТЕРАТУРА

1. Andre, Martinet: *Elements de linguistique generale,* Colin, 1963.
2. Berthold, M., Mangubhai, F., & Batorowicz, K.: *Bilinguism and Multiculturalism*: Study Book. University of Southern Queensland: Toowoomba, 1997
3. Berko-Gleason, J: *The development of language,* New York: MacMillian Publishing Co, 1993
4. Bloomfield, L. *Language Holt,* New York, 1933.
5. Brown, H. Douglas, *Principles of Language Learning and Teaching,* San Francisco State University, 1994
6. Gimson, A. C. *An Introduction to the Pronounciation of English, London*, 1970
7. Corder, S. P: *Error analysis and interlanguage*. London: Oxford University Press, 1981
8. Duran, Luisa: *Towards a better understanding of Code Switching and Interlanguage in bilinguality:* Implications for bilingual instructions, New Mexico, 1994.
9. Ellis, R: *Understanding second language acquisitions.* Oxford: Oxford University Press, 1985
10. Filipović, Rudolf: *Teorija jazika u kontaktu*, Zagreb, 1986
11. Grabe, W. and Kaplan, R: *Introduction to Applied Linguistics,* Los Angeles, CA, 1991.
12. Grosjean, F., & Soares, C. *Bilinguals in a monolingual and a bilingual speech mode: The effect on lexical access, New York, 1984.*
13. Hasan, Ruqaiya, and Martin, J. R.: *Learning Language, Learning Culture,* Norwood, NJ, 1989.
14. Haugen, E. *Bilingualism in Americas,* University of Alabama Press, 1956.
15. Haugen, E.: *The Norwegian Language in America: A study in Bilingual behaviour,* Indiana University Press, 1969.
16. Juhasz, Janos: *Lexicon der Germanistischen linguistic, Tubungen, 1980.*
17. Lado, Robert. *Nastava Stranih Jezika*, Sarajevo*,* 1968
18. Lyons, John: *Language and Linguistics,* Cambridge University Press, 1981.
19. Mackey.W.F: *The Description of Bilingualism,* Journal of the Canadian Linguistics Association, 1962.
20. Odlin, Terence, *Language transfer-Cross –Linguistic Influence in Language Learning*, Cambridge, 1989.

21. Quinn, T. & McNamara, T. *Issues in Second language Learning: Addative and Subtractive Bilingualism.* Geelong, Deakin University Press. 1988.
22. Sapir, E. *Language*, Harcourt, Brace & Co, 1921.
23. Saunders, G. *Bilingual Children from Birth to Teens*: Multicultural Matters Ltd. 1988
24. Saunders, G. *Bilingual children-Guidance for the family*,1982
25. Singleton, D: Language Acquisition: *The Age Factor,* Multilingual Matters LTD1989
26. Swan, M. and Smith, B: Learner English: *A teacher's guide to interference and other problems,* Cambridge University Press, 1987
27. Tarone, E and Yule G: *Focus on Language Learner,* Oxford University Press, 1989
28. Wallace Betty Robinett and Jacquielyn Schachter: *Second Language Learning*:
29. *Contrastive Analysis; Error Analysis, and Related Aspects,* University of Michigan Press*,* 1983.
30. Wallace Catherine, *Critical Literacy Awareness in the EFL Classroom,* London, 1992
31. Weinreich, Uriel: *Languages in Contact*: Findings and Problems, Linguistic Circle of New York XII, 1953.
32. Weinreich, Uriel: *On the Description of Phonic Interference,* Word, 1957.

удк 811.111'243;37

ВЕРБАЛНА ИРОНИЈА ВО НАСТАВАТА ПО АНГЛИСКИ ЈАЗИК[73]

м-р Силвана Нешковска

Факултет за администрација и менаџмент на информациски системи

ул. Партизанска (комплекс Касарни) бб., 7000 Битола

silvanakolevska@yahoo.com

АПСТРАКТ

Целта на овој труд е да ја потенцира важноста од вклучување на концептот на вербална иронија (ВИ) во изучувањето на англискиот јазик. Иако овој индиректен говорен чин е универзален јазичен феномен и претставува составен дел и од формалната и неформалната комуникација, сепак истиот прилично е запоставен во процесите на изучување на англискиот како втор јазик.

Голема е веројатноста дека изучувачите на јазикот ќе се сретнат со ВИ во нивната секојдневна интеракција со родени говорители на англискиот јазик, и како резултат на тоа ќе се соочат со потешкотии кои делумно или целосно ќе ја оневозможат нивната комуникација.

Со цел да се спречат такви ситуации, наставниците по англиски јазик мора да им овозможат на изучувачите на јазикот соодветна обука за брзо препознавање и правилно толкување на ВИ.

Клучни зборови: вербална иронија, изучување англиски јазик

ВОВЕД

Концептот на ВИ понекогаш може да биде прилично нејасен и сложен дури и за родените говорители на англискиот јазик. Логично, препознавањето и толкувањето на ВИ може да биде далеку покомплексно за изучувачите на англискиот јазик кои покрај јазични мора да имаат и познавања од општествено-културните одлики на земјите каде англискиот се употребува како мајчин јазик.

[73] Прегледан научен труд

Меѓутоа со оглед на тоа дека ВИ е неизбежна во секојдневниот говор на луѓето без оглед на нивните односи (блиски пријатели, роднини, непознати и т.н.) и ситуациите во кои тие се наоѓаат (дома, на работно место и сл.), ВИ мора да биде вклучена во процесот на изучување на англискиот јазик, со цел изучувачите на јазикот да научат како успешно да се справуваат со неа во реални ситуации.

Целта на овој труд е да им се помогне на наставниците по англиски јазик во воведувањето на ВИ во процесот на учење на јазикот. Затоа најпрво се разработуваат неколку клучни аспекти на ВИ, со кои треба да се запознаат и наставниците и изучувачите на англискиот јазик, а тоа се дефинирање на терминот ВИ и маркерите кои што се клучни при препознавањето на иронијата. Понатаму, се нуди кратка дискусија во врска со резултатите добиени од едно мало пилот истражување на ВИ во контекст на изучувањето на англискиот јазик од страна на говорители чиј што мајчин јазик е македонскиот јазик. На крај, понудени се и неколку корисни идеи и предлози во врска со начините на кои ВИ може успешно да биде воведена во изучувањето на англискиот јазик.

ДЕФИНИРАЊЕ НА ВЕРБАЛНАТА ИРОНИЈА

На почетокот ВИ била дефинирана како кажување на спротивното од она што говорителот навистина го мисли и била поврзувана со непочитување на максимата за квалитет („Зборувај ја само вистината“) предложена од Grice (1975) (на пр. „Колку убаво време!“ – изговорено за време на бура). Меѓутоа набрзо се увидело дека не секогаш тоа што го кажува ироничарот е спротивно од она што го мисли, а тоа е случај со вистинитите потврдни искази (на пр. „Обожавам деца што си ги чистат своите соби“ - изговарено од вознемирена мајка која залудно го замолила својот син да си ја среди собата).

Sperber и Wilson (1981) ја опишуваат ВИ како ехо, т.е. повторување на нечиј коментар или мисла, за да се пренесе одреден став којшто најчесто е негативен и омаловажувачки. Clark и Gerrig (1984) пак ја дефинираат како „преправање“, т.е. како исказ со помош на кој што говорителот само се преправа дека е оптимист и дека ги гледа настаните со „розови очила“, но тој всушност има негативен став кон ситуацијата или идејата за која зборува.

Ироничните искази исто така можат да се истоветат со „пропаднати очекувања“ или „дискрепанца меѓу она што се очекувало и она што се случило“ (на пр. „Тоа едноставно беше највкусниот оброк

што некогаш сум го јадел” – изговорено од некој кој платил премногу во луксузен ресторан за оброк што воопшто не му се допаднал) (Kumon-Nakamura et al., 1995).

Оттука, станува јасно дека ВИ задолжително вклучува некаква спротивност или несовпаѓање меѓу она што ироничарот го кажува и пораката што сака да му ја пренесе на соговорителот.

МАРКЕРИ НА ВИ

Вербалната иронија не би била иронија доколку не ја сигнализира својата иронична природа (Muecke, 1978: 366).

Постојат повеќе видови на маркери на ВИ кои што му помагаат на ироничарот да ја изрази, а на соговорителот да ја препознае ВИ. Така, покрај **контекстуалните** маркери кои вклучуваат очигледно разидување на исказот со околностите во кои што тој бил употребен (на пр. “What a wonderful weather!”/„Колку убаво време!“- изговорено за време на пороен дожд), постојат и **паралингвистички** маркери кои што се состојат од вокално–прозодиски сигнали (на пр. промена во висината на гласот, темпото на говорење, смеење, интонацијата, акцентот, назализација и т.н.) и кинезички сигнали (насмевка, кимање со главата, превртување на очите, специфичен израз на лицето, кревање на веѓите и сл.). **Лексичките** маркери на ВИ пак (Hancock; 2004:448) најчесто вклучуваат придавки и прилози кои што ја сигнализираат ВИ преку создавање на **премногу засилени искази** (на пр. “Thank you *so much* for your help*!*“ /„*Многу* ти благодарам за помошта“ – упатено кон некој кој воопшто не ви помогнал) и **премногу упростени искази** (на пр. “He seems *a bit* nervous”/„Тој е *малку* нервозен“- за некој кој сосема изгубил контрола и јавно се посрамотил себеси). Понатаму, ако употребените глаголи, именки, придавки во одреден исказ припаѓаат на друг регистер и не се соодветни за одреден контекст, тие исто така сигнализираат дека исказот е ироничен. Понекогаш и употребата на неологизми (новосоздадени искази) (на пр. “Romneymania”/ „Ромниманиа“ – термин употребен иронично од страна на актуелниот американски претседател, Барак Обама, за неговиот противкандидат, Мит Ромни, во текот на претседателската кампања) може да сигнализира иронија.

ОПРАВДАНОСТ НА ПРЕДЛОГОТ ЗА ВКЛУЧУВАЊЕ НА ВИ ВО НАСТАВАТА ПО АНГЛИСКИ ЈАЗИК

Со цел да се оправда валидноста на предлогот за вклучување на ВИ во наставата по англиски јазик, спроведовме едно мало пилот истражување во кое беа вклучени 40 студенти од Факултетот за администрација и менаџмент на информациски системи – Битола.

Хипотезата врз која се базираше истражувањето беше дека дури и оние родени говорители на македонскиот јазик кои имаат големи познавања од англискиот јазик ќе се соочат со потешкотии при препознавањето и правилното толкување на ВИ.

Анкетираните студенти беа поделени во две групи од по 20 студенти. Единствена разлика меѓу двете групи беше тоа што само на првата група студенти („информираните“) пред да се спроведи анкетата им беа презентирани накратко некои од претходно споменатите факти за ВИ. Целта беше да се провери дали со експлицитно објаснување студентите подобро ќе го разбират концептот на ВИ.

Понатаму, и на двете групи студенти им беше презентиран еден многу краток но интересен видео клип објавен на http://bigthink.com/rickygervais[74], каде се прикажува краток монолог за правата на животните од познатиот британски писател, актер и комичар Ricky Gervais.

При спроведувањето на анкетата студентите три пати го гледаа видео клипот и добија инструкции да ги откријат и подвлечат оние искази кои сметаат дека се иронични и на крај сосема кратко да објаснат зошто сметаат дека баш тие искази се иронични.

Дополнително анкетирани беа и неколкумина родени говорители на англискиот јазик за да потврдат кои од исказите се навистина иронични. Резултатот од тоа анкетирање покажа дека 8 од вкупно 25 искази во монологот се иронични.

Во просек повеќето од студентите и во двете групи успешно препознаа од 2 до 5 иронични искази (од вкупно 8 иронични искази). Исто така се забележа дека постои малку поголема тенденција за точно препознавање на ироничните искази кај „информираните“ студенти во

[74] На оваа веб страна објавени се повеќе кратки видео клипови со монолози од истиот автор кои што се многу погодни за анализа на ВИ бидејќи содржат многу иронични искази. Исто така со секој монолог се дава и текстот на монологот, па така студентите покрај паралингвистичките маркери кои што ги забележуваат кога ги гледаат видео записите, можат да го читаат и говорот а со тоа многу подобро да го разберат истиот.

споредба со „неинформираните“. Оттука, може да се заклучи дека само едно кратко информативно предавање за ВИ не е доволно за изучувачите на јазикот во целост да го сфатат концептот на ВИ.

Од добиените резултати исто се забележа дека мнозинството студенти можеа да ги препознаат маркерите на ВИ во само еден или два иронични исказа, при што 50% од „неинформираните“ и 15% од „информираните“ студенти не понудија никакви објаснувања. Значи, иако студентите до одреден степен интуитивно ја препознаат иронијата, сепак тие не умеат да објаснат што ги прави исказите иронични.

Генерално, резултатите од ова мало пилот истражување се во согласност со нашата првична хипотеза дека на изучувачите на англискиот јазик како втор јазик им недостасува знаење во врска со индиректниот говор чин, вербална иронија, и дека постои реална потреба истата да се вклучи во процесот на изучување на англискиот јазик.

ИДЕИ И ПРЕДЛОЗИ

Наставниците по англиски јазик можат да им понудат на изучувачите на јазикот многу разновидни материјали погодни за анализа на ВИ употребена како во устен така и во писмен говор.

За истражување на вербалната иронија во усниот говор, наставниците би можеле да изберат да анализираат разговори од телевизиски комедии и драми[75] особено бидејќи вербалните интеракции во нив се многу слични со секојдневните разговори на луѓето. Покрај тоа што бројот на ваквите комедии и драми е прилично голем, исто така технолошкиот напредок и интернетот во голема мера го поедноставуваат пристапот до нив.

При изборот на видео записите наставниците секако би требало да обрнат внимание на нивната содржина, регистерот (формални и неформални разговори), различните односи меѓу актерите (блиски пријатели, роднини или непознати) и различните ситуации (разговори дома, на работа и сл.).

Покрај откривањето и дискутирањето на ироничните искази во овие комедии и драми, наставниците можат да ги поттикнат изучувачите да се обидат да ги одглумат разговорите, т.е. да ги имитираат ликовите изговарајќи ги оригиналните реплики, или пак да

[75] ВИ може да биде дискутирана во контекст на следниве ТВ комедии и драми: 'Daria'; 'Friends'; 'Seinfeld'; 'Two And A Half Men'; 'Brothers and Sisters'; 'Grey's Anatomy'; 'Heroes' и т.н.

ги променат малку или сосема, но во секој случај да го задржат ироничниот тон и значење. Ваквите активности можат да бидат навистина голем предизвик којшто ќе ја поттикне креативноста и оригиналноста на изучувачите на јазикот.

Друг особено препорачлив извор за воведување на ВИ во процесот на учење на јазикот е претходно споменатa веб страна, http://bigthink.com/rickygervais. При користењето на оваа веб страна наставниците првично можат да ги поттикнат студентите да ги изразат своите мислења и ставови во врска со одредена тема. Потоа да го гледаат видео записот и да го прочитаат текстот за истиот, и да ги споредат своите ставови со оние на самиот автор. Дискусијата може да продолжи со откривање на ироничните изрази и паралингвистичките маркери коишто укажуваат на нивната ироничност.

Примери за ВИ во формалниот говор може да се сретнат во политичките дебати и дискусии каде политичарите вообичаено ги критикуваат делата и активностите на нивните политички противници. Познатата богата онлајн ризница на видео записи, youtube.com, може да послужи како одличен извор за пронаоѓање на политички говори или интервјуа во коишто има иронични искази[76].

Анализирањето на ВИ може да се направи и со консултирање на пишани извори како на пример драми (на пр. 'Julius Caesar' од William Shakespeare), поеми (на пр. 'The Road Not Taken' од Robert Frost), романи (на пр. 'Pride and Prejudice' од Jane Austin), наслови во весници и т.н.

Кај пишаните извори недостигот на паралингвистички маркери се компензира со интерпункциски знаци, како на пр. наводници, задебелени и закосени букви кои што помагаат во откривањето на ВИ.

ЗАКЛУЧОК

ВИ би требало дефинитивно да биде вклучена во изучувањето на англискиот јазик како втор јазик особено поради тоа што може да послужи и како мотивациона алатка која ќе ги направат часовите многу поинтересни.

Меѓутоа, имајќи го предвид фактот дека изучувачите се разликуваат по возраст, однесување и ставови, тоа мора да се направи многу внимателно бидејќи она што е прифатливо за

[76] За оваа цел може да бидат анализирани говорите на британскиот пратеник во Европската Унија, Nigel Farrage, кој е познат по својата отворена и критичка природа.

некој може да биде сосема неприфатливо за некој друг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Clark, H. H. & Gerrig, J. R. "On the Pretense Theory of Irony". *Journal of Experimental Psychology: General*, 113, 121-126, 1984.
2. Grice, P. H. *Logic and conversation*. New York: Academic Press, 1975.
3. Hancock, J. "Verbal Irony Use in Face-To-Face and Computer-Mediated Conversations". *Journal of Language and Social Psychology;* 23; 447, 2004.
4. Kumon-Nakamura, S., Glucksberg, S. & Brown, M. "How About Another Piece of Pie: The Allusional Pretense Theory of Discourse Irony". *Journal of Experimental Psychology: General,* vol.124, No. 1, 3-21, 1995.
5. Muecke, C. D. "Irony Markers". *Poetics* 7, 363-375, 1978.
6. Sperber, D. & Wilson, D. "Irony and the use-mention distinction". In P.Cole (Ed.), *Radical Pragmatics*, New York: Academic Press, 295-381, 1981.

удк
81'255.2811.133.1'276.6:34]:811.163.3'255.2811.163.3'276.6:34]:811.133.1'255.2

УЛОГАТА НА ДЕНОТАЦИЈАТА И КОНОТАЦИЈАТА ВО ПРАВНАТА ТЕРМИНОЛОГИЈА И ПРИ ПРЕВЕДУВАЊЕТО ПРАВНИ ТЕКСТОВИ ОД ФРАНЦУСКИ НА МАКЕДОНСКИ ЈАЗИК И ОБРАТНО[77]

д-р Светлана ЈАКИМОВСКА

Филолошки факултет „Блаже Конески“-Скопје

svetler@yahoo.com

АПСТРАКТ

Термините *денотација* и *конотација* се едни од клучните термини во лингвистиката затоа што се однесуваат на значењето на термините. Денотативното значење е релативно стабилно и е усвоено од припадниците на одредена заедница односно од говорителите на одреден јазик, додека конотативното значење се однесува на различни општествени или индивидуални перцепции на одреден термин.

Целта на овој труд е да ја проучи улогата на денотацијата и конотацијата, при претставувањето на термините во терминолошките производи како што се терминолошките фиши, бази или речници, како и да ги анализира предизвиците што овие два аспекта на значењето му ги наметнуваат на преведувачот.

Клучни зборови: денотација, конотација, терминологија, преведување, македонски јазик, француски јазик

ДЕНОТАЦИЈАТА И КОНОТАЦИЈАТА ОД АСПЕКТ НА СТРУКТУРАТА НА ТЕРМИНОТ

Термините *денотација* и *конотација* се мошне важни во лингвистиката, а особено во семантиката зато што се однесуваат на значењето на јазичниот знак.

[77] Изворен научен труд

За да се објасни нивното значење неопходно е да се анализира структурата на јазичниот знак востановена од страна на швајцарскиот лингвист Фердинанд де Сосир во неговото дело *Курс по општа лингвистика*[78]. Според Сосир ознаката и означеното се елементи на знакот, кој е резултат на врската меѓу ознаката и означеното.

Signe = $\frac{\text{signifiant}}{\text{signifié}}$ Јазичен знак = $\frac{\text{ознака}}{\text{означено}}$

Францускиот лингвист Бернар Потје (Bernard Pottier)[79] навлегува уште подлабоко во структурата на јазичниот знак предложена од Сосир, велејќи дека означеното е составено од форма и супстанца. Супстанцата на означеното се состои од семантички признаци, а формата се однесува на карактеристиките кои означуваат припадност кон одредена класа. Супстанцата на означеното е всушност збир на значенски дистинктивни признаци. На ниво на минимален јазичен знак т.е. морфема, збирот се нарекува *семема,* а секој дистинктивен признак се нарекува *сема.*

Семема= {сема1, сема2, сема 3, ...сема$_n$ }

Sémème={sème$_1$, sème$_2$, sème$_3$,.....sème $_n$ }

Според Потје семите се делат на денотативни и конотативни. Денотативните семи го определуваат стабилно и врз широка општествена основа значењето на знакот. Конотативните семи го определуваат на нестабилен и неретко индивидуален начин значењето на знакот. Семемата која претставува збир од конотативни семи се нарекува *виртуема*. Дефинирањето на конотацијата неретко е многу тешко затоа што таа ги подразбира сите субјективни, имплицитни, индиректни, културни и други значења на терминот. Или, денотативните семи упатуваат на елементи од дефиницијата што ги споделуваат сите говорители на еден јазик, додека конотативните семи зависат од контекстот и од идентитетот на говорителот.

АСПЕКТИ НА КОНОТАЦИЈАТА

Роже Мукиели (Roger Mucchielli)[80] зборува за четири различни сегменти на кои се однесува терминот *конотација*:

[78] SAUSSURE, Ferdinand de: *Cours de linguistique générale*, Payot, Paris, 1982.
[79] POTTIER, Bernard : *Linguistique générale,* Klincksieck, Paris, 1985. p.26-30.
[80] MUCCHIELLI,Roger: *L'analyse de contenu*, Éd. ESF, 2006.

1. терминот може да поседува логичко-јазично значење и да се однесува на сето она што тој термин значи за говорителот, а што произлегува од неговата директна перцепција или пак од неговите сознанија.

2. на конотацијата може да се гледа и како на психолошка категорија, па се смета дека таа се однесува на лични впечатоци, афективни оценки и слично, кои одредена личност ги поврзува на сосема субјективен начин. Ваквото сфаќање за конотацијата денес е доминантно, а за прв пат го споменува Ролан Барт (Roland Barthes)[81].

3. овој термин може да се сфати и од јазично-ситуациски аспект, а ваквото поимање на терминот *конотација* за прв пат е воведено во лингвистиката од страна на Луис Јелмслев [82]. Според него, конотација е значењето што зборот го добива кога во одредени услови е употребен од страна на одредена културна подгрупа, а неговата употреба ја сигнализира припадноста на говорителот на соодветната подгрупа.

4. конечно, авторот зборува и за социополитичкото сфаќање на овој термин, кој се однесува на второто, скриено значење на еден збор кое пренесува извесна идеологија, историски интереси на одредена класа, митови за групата на која припаѓа говорителот.

Првите два сегмента се однесуваат на индивидуалните разлики при поимањето на еден ист термин. На пример терминот *судија* поинаку го доживуваат осудувани лица за разлика од оние кои никогаш немале проблеми со законот.

Денес на конотативното значење се гледа преку призмата на сите четири споменати аспекти, бидејќи не е редок случајот елементи од различните сфаќања да се преплетуваат кај еден ист термин. Така, терминот *flic* има исто денотативно значење како и терминот *policier*. Но за разлика од првиот термин, вториот поседува поинакви конотативни значења бидејќи терминот се употребува пејоративно и е дел од говорниот јазик. Пејоративноста укажува на субјективна асоцијација изградена за соодветниот референт, додека пак употребата на говорниот јазик упатува на општествената припадност на говорителот, на особеностите на говорната ситуација итн.

Кога се зборува за идеолошката мотивираност на одредени термини доволно е да се напомене само начинот на кој, на пример, терминот *комунизам* бил прифатен за време на Студената војна во Источниот и Западниот блок. За разлика од земјите на Источниот блок

[81] BARTHES, Roland: *Eléments de sémiologie*, Denoël/Gonthier, Paris, 1965.
[82] HJELMSLEV, Louis : *Prolégomènes à une théorie du langage*, Minuit, Paris, 1968.

каде овој тремин бил употребуван со позитивна конотација, во земјите на Западниот болк употребата на овој термин предизвикувала одбивност, па дури и страв.

Сложеноста на конотацијата може да се илустрира со следниве примери во кои термини кои се однесуваат на ист референт поседуваат различна конотативна вредност:

Негативна конотација

Во градот има преку 2000 **скитници (vagabonds)**.

Неутрална конотација

Во градот има преку 2000 **лица без постојано живеалиште (sans domicile fixe)**.

Позитивна конотација

Во градот има преку 2000 **лица без покрив над главата (sans-abri)**.

Иако сите три изрази се однесуваат на сосема исти луѓе, тие предизвикуваат различни асоцијации во умот на читателот. Првиот термин содржи нијанса на говорниот јазик, а со третиот се означува личност која би требало да биде предмет на сожалување. Ако новинар пишува напис со кој се подржува изградба на засолниште или народна кујна на пример, тогаш тој ќе го употреби третиот термин, ако пак пишува напис со кој се поддржува закон против питачењето, тогаш ќе го употреби првиот. Неутралниот административен термин *без постојано живеалиште* намерно ги одбегнува позитивните и негативните асоцијации кои со себе ги носат другите два термина.

За разлика од денотативното значење кое иако не е дадено еднаш засекогаш сепак е релативно стабилно во подолг временски период, конотативното значење на термините со текот на времето може да се промени во голема мера. Така на пример терминот *инвалид* со текот на времето во македонскиот јазик добил негативна конотативна вредност, па токму затоа наместо него сега се користи терминот *лица со посебни потреби.*

Слични примери може да се наведат и за француските термини *bourgeois* и *artistocrate.* Првиот термин се користел за да се означи припадник на класа која се јавува во средниот век, а подоцна овој термин се користи за да се означи плитка личност, без соодветно однесување и манири. Слично и терминот *artistocrate* се користел за да се означи припадник на класата на благородниците, а подоцна овој термин се користи за да се ознчачи личност која поседува елегантно држење и манири.

ДЕНОТАЦИЈАТА И КОНОТАЦИЈАТА ВО ТЕРМИНОЛОГИЈАТА И ПРЕВЕДУВАЊЕТО

Во терминологијата, конотацијата и денотацијата се разбира се анализираат на ниво на термини. Веќе кажавме дека секој термин поседува денотативно и конотативно значење. Терминолошката фиша, која претставува основа за изработка на други терминолошки производи, како терминолошки речници и бази на податоци, најчесто го презентира денотативното значење на терминот преку терминолошка дефиниција. За разлика од денотативното, конотативното значење е невозможно во целост да се пренесе бидејќи тоа подразбира и субјективни нијанси при поимањето на различните термини. Фишите даваат само еден дел од конотативните значења на термините. Имено, во зависност од начинот на кој фишата ги претставува поимите, таа најчесто содржи податоци за доменот, односно поддоменот во кој се сретнува одредениот термин. Со тоа на воопштен начин се определуваат контекстите во кои терминот може да биде употребен. Од особено значење за определување на конотативното значење се јазично-географските индикации кои фишата понекогаш ги дава за регионалната употреба на одредени термини, а особено корисни за определување на контекстуалното значење можат да бидат вредносните показатели кои укажуваат на јазичното ниво на кое припаѓа терминот и даваат информации за тоа дали терминот е неологизам, архаизам, па дури и укажуваат на степенот на препорачливост на употреба на тој термин. Од изложеното може да се заклучи дека терминологијата преку терминолошките фиши го презентира денотативното значење на термините, и оној сегмент на конотативното значење за кој зборува Јелмслев во смисла на негова употреба во рамките на одредени културни групи или подгрупи. Се разбира дека терминологијата не може да ги пренесе индивидуалните поимања на терминот како и неговата идеолошка мотивираност во различни општества.

Проблемот на денотација и конотација е уште посложен ако се разгледува во преведувачки контекст, односно не на ниво на термин, како што беше случај во терминологијата, туку на ниво на текст. Се чини дека кога зборовите би имале само денотативно значење преведувачкиот процес би бил двојно поедноставен, а и не би постоеле многу спорови за преведувањето во минатото и денес. Поборниците на теоријата дека преведувањето е невозможно најцврстите аргументи за својата теза ги изнесуваат токму на планот на конотацијата велејќи дека еден ист термин е различно сфатен од страна на припадници на

различни култури, а разлики постојат и во рамките на една иста културна група[83]. Сепак во многу случаи преведувачот не е беспомошен. Тој може и мора при барањето на еквиваленти да води сметка за конотативното значење, па ако притоа преведува архаизам, неологизам, термин кој припаѓа на специфично јазично ниво итн., да се обиде да пронајде соодветни преводни еквиваленти, кои би биле исто така архаизми, неологизми или би припаѓале на соодветното јазично ниво со што би се постигнал истиот ефект како и во појдовниот текст.

Така на пример, постојат македонски текстови од областа на правото кои можат да содржат архаизми или пак називи на институции кои не се дел од актуелниот правен систем. Во таа смисла може да се сретнат термини од турско потекло како: *кадија, бег, ага, ефендија, султан* итн. Интересно е да се спомене дека некои од нив како такви биле преземени и во францускиот јазик па денес сретнуваат термините *effendi, sultan.* Некои од нив сепак не се дел од францускиот јазик и тие може да се преведат описно или пак директно да се преземат термините. Бидејќи текстовите кои располагаат со ваков тип на архазими носат силен белег на дамнешните времиња препорачливо е тие директно да се заемаат. Односно, терминот *кадија* на пример ќе се преземе како таков, а во фуснота ќе се дополни со објаснување дека станува збор за судија од времето на Отоманската Империја. Се разбира дека овој термин е еквивалент на францускиот термин *juge* но употребата на овој еквивалент би значела и губење на архаичниот призвук кој го носи со себе текстот.

Една значајна специфика на францускиот јазик на правото е фактот дека тој поседува термини кои му припаѓаат на старофранцускиот и латинскиот јазик, а архаичните латински или француски термини не се дел од секојдневниот јазик и затоа се релативно неоптоварени со силни емоционални асоцијации. Од друга страна пак, тие конотираат свечен, официјален тон со кој укажуваат на важноста на правниот текст, но и го одделуваат правниот јазик како специфичен и строго стручен. Преведувачот кој го преведува на македонски францускиот правен текст без поголема тешкотија може да пронајде еквиваленти со исто денотативно значење во македонскиот јазик. Сепак, конотативната нијанса и ефектот што присуството на вакви термини го предизвикува кај францускиот читател, преведувачот мошне тешко ќе ги пренесе во македонскиот текст. Тој може да го

[83] Мунен (1963: pp.144-168) во заклучокот кон поглавјето посветено на лексиката, конотацијата и преведувањето изнесува дека конотациите уште повеќе го продлабочуваат јазот меѓу јазиците кој и така е доволно длабок поради материјалните разлики меѓу цивилизациите и поради различните погледи на светот што јазиците нù ги наметнуваат. Тој се прашува дали треба, дали е возможно и како да се преведува кога еден ист термин предизвикува различни асоцијации кај секој поединец.

преведе *icelui* со *оној* но притоа нема да ја пренесе архаичната нијанса на терминот, како што и латинскиот термин *subpoena* [84] се преведува со *судска покана за сведочење*, но не ја пренесува официјалноста што ја конотира употребата на латинскиот термин.

Кога станува збор за конотацијата при преведувањето текстови со стручна, правна содржина треба да се запомни дека правниот јазик е по својата природа неутрален и тој се стреми кај читателите да не предизвика ни позитивни ни негативни конотации. Затоа при преведувањето на овие текстови од исклучително значење е да се користат стручни термини кои имаат многу слично или идентично денотативно значење, но кои воедно имаат неутрално конотативно значење. Неутралното конотативно значење не е апсолутно остварлива категорија, но во овој случај се подразбира одбегнување на термини со силна емотивна мотивација.

ЗАКЛУЧОК

Конечно како заклучок на досега изнесеното може да се постави прашањето колкав е придонесот на терминологијата кон преведувањето од аспект на денотацијата и конотацијата. Притоа може да се заклучи дека тој придонес е огромен на полето на денотацијата, бидејќи му дава на преведувачот мошне значајна информација за тоа во која насока треба да се движи при потрагата по преводен еквивалент. Терминолошките производи се од голема корист за преведувачот бидејќи, како што веќе објаснивме, тие му даваат корисни совети за контекстите во кои терминот може и треба да се употребува. Ако пак зборуваме за субјективното поимање на термините, се разбира дека преведувачот врз него не може директно да влијае, но постои претпоставката дека ако тој ги преземе претходно наведените мерки се зголемува веројатноста дека целниот текст ќе предизвика кај неговите читатели слични ефекти на оние што изворниот тект ги побудува кај неговата читателска публика. За да се оствари оваа цел неопходно е преведувачот да биде не само билингвален туку и бикултурален односно да ги следи општествените текови во двете средини.

[84] Станува збор за термин кој е дел од англо-саксонското право, но како таков се користи и во Квебек.

ЛИТЕРАТУРА:

1. АТАНАСОВ, Петар & ПОПОСКИ, Алекса: *Македонско-Француски речник*, Скопје, 2007.
2. АТАНАСОВ, Петар & ПОПОСКИ, Алекса: *Француско-Македонски речник*, Скопје, 1992.
3. BARTHES, Roland: *Eléments de sémiologie*, Denoël/Gonthier, Paris, 1965.
4. BASSNETT, Susan: *Translation Studies*, Routledge, 2002.
5. CABRE, Maria Teresa: *La Terminologie*, Les Presses de l`Université d`Ottawa, Québec, Canada, 1998.
6. DEPECKER, Loïc: *Entre signe et concept*, Presses Sorbonne Nouvelle, Paris, 2002.
7. ECO, Umberto: *Dire presque la même chose,* Éditions Grasset & Fasquelle, Paris, 2006.
8. GÉMAR, Jean-Claude : "Le plus et le moins-disant culturel du texte juridique. Langue, culture et équivalence", *Meta,* vol. 47, n° 2, 2002, p. 163-176.
9. GOUADEC, Daniel: *Terminologie, Constitution des données*, AFNOR, Paris, 1990.
10. GOUADEC, Daniel: *Faire traduire,* La maison du dictionnaire, 2004.
11. HJELMSLEV, Louis : *Prolégomènes à une théorie du langage*, Minuit, Paris, 1968.
12. MOUNIN, Georges: *Les problèmes théoriques de la traduction*, Gallimard, Paris, 1963.
13. MUCCHIELLI, Roger: *L'analyse de contenu*, Éd. ESF, 2006.
14. SAUSSURE, Ferdinand de: *Cours de linguistique générale*, Payot, Paris, 1982.
15. POTTIER, Bernard : *Linguistique générale,* Klincksieck, Paris, 1985.

удк 821.111.09

БАЈРОНОВСКИТЕ ХЕРОИ ВО НОВЕЛИТЕ НА СЕСТРИТЕ БРОНТЕ – *ОРКАНСКИ ВИСОЧИНИ И ЏЕЈН ЕР*[85]

Натка Јанкова

Универзитет ФОН - Струмица

natka.jankova@fon.edu.mk

natka.jankova@gmail.com

АПСТРАКТ

Викторијанскиот период претставувал отсекогаш стожер на моите интереси во литературните истражувања. Од литературна гледна точка, тоа е период на голем подем, иако понекогаш има поделени мислења за тоа колку вреди таа литература, бидејќи Викторијанците небаре биле опседнати со општествените и со политичките проблеми. Независно од фактот што Викторијанската ера се гордее со големиот напредок, обичните луѓе тогаш искусувале големи неправди, грозотии и различни форми на неморалност.

Во овој труд, главно, се опишуваат Рочестер и Хитклиф – протагонистите на двете новели *Џејн Ер* и *Оркански височини* и нивните карактеристики како Бајроновски херои. Најпрво ќе зборувам за Хитклиф како за Бајроновски херој, па накратко ќе го опишам и мотивот на „инцестната љубов“ меѓу Кетрин и Хитклиф споредена со онаа во *Манфред* од Бајрон за да успеам последователно да ја доловам и мојата гледна точка за влијанието на Бајрон врз овие авторки. Најпосле ќе го опишам и Хитклиф како Бајроновски херој.

Клучни зборови: Викторијански период, Бајроновски херои, љубов, инцест.

[85] Изворен научен труд

ВОВЕД

Карактеристична „херојска“ тенденција во вид на движење и на книжевен правец, кој го најавува доаѓањето на романтизмот во Германија е *Sturm und Drang,* кој кулминира со драмата *Фауст* од Гете, која се смета и за најголемо дело создадено во романтизмот. Овој „херојски аспект“ отсекогаш бил поважен во Германија отколку во Велика Британија. Британскиот романтизам има свои претставници, но приоритетот го става врз готскиот негативец за кој можеме да кажеме дека е комбинација од херојски и демонски карактеристики. Британски претставник во тој поглед е Бајрон. Ако Фауст го промовира германскиот романтизам, тогаш Бајроновскиот херој има големо значење во британската литература.

Бајроновскиот херој покажува неколку карактеристични траги, а една од нив е таа дека тој може да се смета за бунтовник од повеќе причини. Бајроновскиот херој не поседува вид „херојска жртва“, а исто така има и многу темни карактеристики. Тој е индивидуа што има голема душа и срце. Претставува фигура на издржливост и на креативност, какви што се, впрочем, и традиционалните херои, но исто така е производ на внатрешната темнина и на суштеството со бунтовничка страст. „Земајќи ги предвид неговиот интелектуален капацитет, самопочитувањето и хиперсензитивноста, Бајроновскиот херој е „поважен од животот“ и со загубата на неговите огромни пасии, неговата гордост и неговиот самоуверен идентитет, тој го губи статусот на традиционален херој.“ (Торслев 187) Постојат најмалку четири различни фактори во филозофијата на Бајроновскиот херој за животот: револт против општеството, следење на сопствените цели, романтично изразување и константно доживување на силни емоции.

Бајроновската филозофија ја гледа љубовта како основна и единствена вистина и како конечно мирно место за кого било во неговиот живот. Бајроновскиот херој е во постојана потрага по невозможното во животот и затоа има судбинска предиспозиција да губи. Дотолку повеќе, според Дебора Лутс „дефиницијата за Бајроновскиот херој е вознемирувачка меланхолија на пропаст, која го достигнува успехот, достигнува и доживува бесконечна загуба т.е. повторување на невозможната бесконечна среќа.“ (Лутс 52)

ХИТКЛИФ КАКО БАЈРОНОВСКИ ХЕРОЈ

Шарлота и Емили Бронте се разликуваат според нивниот поглед на животот и според применетите техники во литературата. Согласно

со тоа и нивните карактери би требало да се различни. „Оркански височини“ е потешка за разбирање отколку „Џејн Ер“, бидејќи според Вирџинија Вулф, но и според други критичари - Емили била поголем поет од Шарлота. Вулф го потврдува таквиот став со цитатот:
... „Јас страдам...“ Но во „Оркански височини“ нема „Јас“. Не постојат гувернанти... Постои љувов, но не љубовта кон мажот и жената.“ (О`Нил 53) Бајроновскиот херој е дефиниран од Томас Б. Мекјулеј како „горд, нерасположен, циничен, со видлив презир и со мистерија во срцето, со незаменлива одмазда, но сè уште способен за силни чувства“, и оваа дефиниција целосно се поклопува со главниот лик Хитклиф во „Оркански височини“ на Емили Бронте. Кога започнуваме да ја читаме новелта, нè обзема чувство дека станува збор само за љубов и за пречки низ кои треба да поминат сите љубовници и сè што очекуваме е среќниот крај. Но, тоа не се случува. Невозможната љубов го прави Хитклиф сè повеќе отуѓен од луѓето околу него. Тој сè што сака е она што не може да го има и токму од од таа причина многу читатели го восприемаат него како Бајроновски херој. Изгледот на Хитклиф е типичен за Бајроновскиот херој. Така го опишува г-динот Локвуд, а тоа би можело да претставува и адекватен опис на Сатаната во „Изгубениот Рај“ од Џон Милтон. „Навидум тој е Циганин со темна кожа, но по облекувањето и по однесувањето дека е господин, т.е. во толкава мерка - господин колку што се и повеќето други големи земјопоседници - прилично запуштен, можеби, но сепак тој не изгледа толку лошо поради таквата своја немарност, затоа што нема исправена и згодна фигура, а и е прилично стемнет.“ (Бронте 7) Овој опис создава мрачен, но атрактивен, воздржан и страствен впечаток за изгледот и за карактерот на Хитклиф, кој е многу сличен со другите Бајроновски херои. Тие зборови ни откриваат каков вид херој е Хитклиф и ги навестуваат неговите извонредни животни искуства, кои пак се рефлектираат во неговиот карактер. Хитклиф е свесен за сопствената фрустрација и, исто како и Сатаната на Милтон, е осуден на пропаст. Меланхолијата во него ја претставува маката на Бајроновската душа и не го наведува него кон култот на „одделеноста“ што е карактеристичен и за Манфред и за Чајлд Харолд. Заради сите овие причини, Хитклиф е идеален пример за Бајроновски херој. Тој е, исто така, човек со гревови, човек кој бара одмазда и човек за кого читателот чувствува жалење.

Хитклиф пристигнува во Орканските височини како дете, кое е очигледно сираче и изгледа како циганче. Веднаш е ставен на тапет од страна на Хиндли, кој како да чувствува дека тој се натпреварува со него за вниманието на таткото. Ова е моментот кога Хиндли се

чувствува отуѓен од неговиот татко. По смртта на Ерншоу, тагата на Хитклиф почнува да расте. Хиндли го наследува имотот *Оркански височини* и сега Хитклиф е тој што е отуѓен од сите, освен од Кетрин Ерншоу. Во тој момент, Хитклиф ги добива најдеградирачките работи на имотот. Тоа го исполнува со лутина и со омраза спрема секого освен спрема Кетрин кон која чувствува опсесивна љубов. Хитклиф е екстремно комплексна личност. Таквата комплексност се поврзува со оформувањето на Бајроновскиот херој на Емили Бронте. Иако таа успева да изгради мрачен херој, тој до извесен степен претставува и пријатна личност. По прочитувањето на делото, читателите можеби го мразат Хитклиф, но во исто време се и импресионирани од него, а тоа не се случува само поради омразата. Пред да станат Бајроновски херој или негативец, според самото име кое е конвенционално, доброто и лошото ја губат вредноста и значењето.

Хитклиф посакува одмазда, но во исто време е и жртва на непријателскиот свет од кој произлегува неговиот мрачен потенцијал. Хитклиф е човек, чијашто добра страна е изопачена од надворешната средина. Уште на почетокот на книгата, во моментот кога читателот дознава дека Хитклиф е суров и нечувствителен, несвесен за основните обврски што ги имаат луѓето еден кон друг, за кратко време оди толку далеку што заминува од Локвуд сам и тоа во време на бура. Тука доаѓаат неизмерните лирски моменти во новелата кога Хитклиф се наведнува на прозорецот и го моли духот на Кети да влезе внатре: „Влези! Влези!“ липаше. „Кети дојди! Ох, дојди – уште еднаш! Ох! Сакана на моево срце! Чуј ме овојпат – Кетрин, најпосле!“

Дубиозноста на чувството и на сочувството за кое Хитклиф е целосно способен во тие сцени нѐ тера да размислиме за просудбите на неговиот карактер. Но, тоа е, сепак, само прашање на лично мислење. Неговата непоколеблива посветеност кон Кети изгледа дека е единственото нешто што се надоместува кај него. За речиси сите други тој претставува чудовиште, ужива во предизвикувањето мизерии и е опишан како демон многу пати во книгата и тоа од различни ликови. Но, тој е сѐ уште еден од најголемите романтичарски херои воопшто, кои долго време ги краселе страниците на литературните дела.

ИНЦЕСТНАТА ЉУБОВ

Кети и Хитклиф се едно. Тие се одгледани како брат и сестра и може да се сметаат за вистински брат и сестра. Тие талкаат по височините, споделувајќи ги сите нивни соништа и страдања. Зборувајќи за нивната љубов, можеме да кажеме дека во „Оркански

височини“ се прикажува една неморална љубов. Бајроновската опсесија со забранетата љубов, особено таа помеѓу братот и сестрата, пенетрира во фантазијата на Емили, која ја читала поезијата на Бајрон во 1833 година, кога имала само петнаесет години. Влијанието на Бајрон се изедначува често кај неа со создавањето на Бајроновскиот херој како провокативен пресврт на мислата и на вкусот за фаталните љубовници. Па, прашањето за т. н. буквален инцест не се нафрлува директно во „Оркански височини“, иако Хитклиф го наследува името на починатиот Ерншоу т.е. неговиот татко и останува злокобен во фамилијата. Во книгата се раскажува за него како за „предизвикувачки Циганин, демон, екстремист и извор на несреќа.“ (Бронте 47)

Како и да е, текстот е на многу начини прочистен од какви било инцестни обвинувања. Ако согледаме дека Кетрин „одмарајќи ја својата глава на истата перница со Хитклиф, со длабоките емоционални треперења го упатува читателот во нивната интимност без да фрли дамка врз сексуалната перверзност.“ (Вилсон 122) Сето тоа е повеќе водено од самите сеќавања на Хитклиф, па затоа и самиот тој ја довршува реченицата, „како што таа правеше кога беше дете.“ (Бронте 257) Со согласувањето на бајронизмот на Емили Бронте и со строгоста на нејзиното литературно расположение, новелата сама по себе нуди одрекување од знаењето кое води кон карактеризирање на љубовта помеѓу братот и сестрата. Оттука, читателот дознава за есенцијалното единство и за непријателството на Кетрин и Хитклиф, но и за нивните меѓусебни симпатии. Ваквиот афинитет е предизвикан од статусот на Хитклиф во фамилијата.

Недостатокот на оставинското потекло значи дека тој можел да дојде од каде било. Тој е како отпаден материјал по улиците на Ливерпул што се упатил кон таткото т.е. г-дин Ерншоу. Во нивната вродена сличност, разликата на машкото и на женското се подразбира како неверодостојна. Оваа тема е мошне позната кај Бајрон. Ако ги споредиме Манфред и Хитклиф, ќе забележиме дека е очигледно тоа што гласот на Хитклиф не е толку автентичен кога плаче за мртвата Кетрин, бидејќи со истата таа страст плаче и Манфред многу години пред тоа за Астарте. Особено, пак, клетвата на Манфред, која прави тој да биде посетуван од духот на Астарте, прозвучува многу слично со желбата на Хитклиф за тоа тој да биде посетуван од духот на Кетрин. Разликата е во тоа што Бајрон од фантомот на Астарте ја артикулира својата клетва. Манфред се измачува од фактот дека имал инцестна врска со неговата сестра во минатото. Па, затоа сета таа љубов искомбинирана со значителната конвенционална машкост е толку отворена и авантуристичка колку и самите ликови.

Хитклиф се вклопува во моделот на Бајроновскиот херој во истата таа смисла. Од друга страна, пак, постои значителна разлика во случајот на Бронте. Хитклиф и Кетрин не се сметаат за слични. На пример, мошне познатото воскликнување на Кетрин во деветата глава се смета за манифестација на идеалната љубов: „Мојата љубов кон Хитклиф прилега на вечните карпи под површината,и таа е звор за малку видлива радост, но сепак е неопходна. Нели, јас сум Хитклиф, тој ми е секогаш, секогаш во умот не како задоволство, токму како што и јас не сум секогаш задоволна самата на себеси, туку како мое сопствено суштество.“ (Бронте 73)

Според Грејам Тајлер, „зборовите на Кетрин се интерпретираат секогаш како дел од една посебна психолошка шема, која се однесува на говорот сфатен како извесно колебање на хероината да ја прифати необичноста на идентитетот на Хитклиф. (Грејам 47.2) Има многу докази што ја потврдуваат несвесноста на Кетрин во врска со Хитклиф и наспроти фактот што таа се идентификува со него. Оваа фраза одекнува во моментот кога таа се консултира со Нели за тоа дали да се омажи со Едгар Линтон. Кетрин смета дека Хитклиф не знае што е љубов и тоа би значело дека таа веќе не можела да издржи и да ја продолжи нејзината љубов од детството. Иако Хитклиф останува вистински во својата внатрешна природа во целата новела, Емили не го осудува него премногу сурово. Кога стапува во брак со Едгар и живее на Трашкрос Грејнџ, Кети е симболично казнета до смрт. Главната одбрана на Бајроновскиот херој на Емили е таа дека тој ја разглобува внатрешната природа и останува верен на себеси без оглед на последиците.

Што се однесува, пак, до долготрајната слава и популарноста, Хитклиф е често земан како архетип на измачениот Бајроновски херој, чиишто целосно изгубени страсти го уништуваат и него и тие околу него. Хитклиф може да се сфати како отсликување и како производ на сопственото минато: неговата злоупотреба, негираност и омраза за оние со кои пораснал го прават погрден, занемарен и презирен. Ако Емили Бронте не била под толку силно влијание на Бајрон, Хитклиф не би бил замислен како таков. Но, тој оди и подалеку од Бајроновскиот херој со неговото романтичарско бунтување. Неговата комплицирана, маѓепасана и, пред сé, бизарна природа го прави него ретка личност со компоненти на херој и на анти-херој.

РОЧЕСТЕР КАКО БАЈРОНОВСКИ ХЕРОЈ

Неспорен е фактот дека „Џејн Ер“ и „Оркански височини“ се продукти на Викторијанската ера, напишани од две жени од иста фамилија, кои се, всушност, и сестри. Двете новели опишуваат длабока страствена љубов, која ги победува сите пречки вклучувајќи ги притоа и меланхоличните ликови со нивното минато. Ако „Оркански височини“ ја истакнува жестокоста на едно замислено земно ниво, како и вообразената поврзаност со сите јареми, „Џејн Ер“ им останува верна на божествените христијански основи и на човечките морални норми за брак, а тоа се, всушност, и познатите интереси на Викторијанската ера, кои се исполнуваат на целата Земјина топка. Како резултат на овој фактор, карактеристиките стануваат, исто така, различни. Џејн Ер од една страна е нежна, едноставна, целосно незабележлива, а сепак е полна со достоинство и покажува јасна недоминантна волја и однесување. Од друга страна, пак, таа е сираче што поминува низ понижувања уште од периодот на детството, а страдала и како возрасна сé до моментот на пронаоѓањето на вистинската љубов. Џејн се грижи за Рочестер со голема страст, но често успева да ја затскрие неговата незаинтересираност.

„Двете сестри, кои биле под влијание од Бајрон, не покажуваат иста реакција кон бајронизмот во нивните новели и поеми. Ако Емили покажува сеопфатно присвојување на идеите на Бајрон, тогаш Шарлота од друга страна ја демонстрира тенденцијата за истовремена привлечност и одбивност.“ (Вилсон 115) Ова го потврдува фактот дека двете сестри нудат незначително различни верзии на Бајроновски херој што е резултат и на разликите во нивните реакции. За Емили, на пример, Бајроновскиот херој е природна сила која не би можела да биде скротена или контролирана. Шарлота, пак, изгледа како да ги проучува привлечните и исповедувачките квалитети на карактерот што може да биде променет. Таа, исто како и нејзината сестра, е под силно влијание на поезијата од Бајрон. Впрочем, таа и ја започнала својата кариера како поет.

Бајроновскиот херој поседува и една друга димензија во пишувањето на Шарлота. Тој е неповреден, но малку отворен. Тој не е типичен заводник и не ја маѓепсува Џејн на каков било начин: „Исто како и Хитклиф, Рочестер има темна кожа, но таа се смета за не многу привлечна за окото.“(О`Нил 34) Тој има „густи како јаглен црни веѓи, неговото четириаголно чело изгледаше уште почетириаголно поради косата што паѓаше врз него. Го забележав неговиот нос, јасно оцртан,

повеќе приметлив отколку убав, треперењето на неговите ноздри кои даваат - ако не се лажам, жестокост; неговата уста, брада и вилица – да, сето тоа беше многу грубо.“(Бронте 145) Сите споменати атрибути се јасни за „карактерот“ , а не за убавината. Ако зборуваме за неговото тело, Џејн забележува дека Рочестер поседува „широки рамена кои се потполно ускладени со неговата физиономија. Нема сомнение дека тој е добро граден во атлетска смисла – широки рамена и тесни колкови, иако не е ниту висок ниту претставителен.“ (Бронте 146) Рочестер има доволно искуство во љубовта, иако не поседува изглед на типичен Бајроновски заводник. Тој зад себе има многу бурно сексуално минато. Џејн ја смета Адел како ќерка на Рочестер, а потоа и самиот алудира дека тоа е можеби така. Откако ќе `и го даде розевото свилено фустанче, Рочестер објаснува: „за неколку минути ќе влезе во собата и знам што ќе видам – минијатурна Селин Варенс, каква што се појавувала на сцената при подигањето на завесата во... но, да го оставиме сега тоа.“ (Бронте 168) Рочестер ја прави подоцна својата афера со Селин многу појасна, кога одбива да признае дека Адел е негова ќерка. Тој, исто така, открива дека имал и други две љубовници, Гијацинта и Клара. Впрочем, Бајроновските херои имаат, исто така, и мистериозно сексуално минато, а тоа посебно се согледува во верзијата на Шарлота за него. Па, затоа основната разлика помеѓу Бајрон и Шарлота е таа дека Бајрон имал и некои хомосексуални флертови за разлика од Рочестер кој е строго хетеросексуален.

Низ целата новела, освен на почетокот, врската на Џејн и Рочестер е дорасната, исто како и врската на Кетрин и Хитклиф во „Оркански височини“. Најпосле, и Манфред и Астарте се поклопуваат како што се сеќава самиот Манфред: „Таа ги имаше истите долги мисли и недоумици,/ трагаше по скриеното знаење и разум/ За да го разбере универзумот“ (Манфред II). На почетокот на нивната врска, Рочестер вели: „Јас не сакам да се однесувам кон вас како кон некој кој е подолу од мене... Јас само тврдам дека сум посупериорен од вас што произлегува од разликата, од дваесетгодишната разлика помеѓу нас и од предноста во искуството од еден век.“ (Бронте 161)

Нивната еднаквост се раскажува како еднаквост на прв поглед, слична со еднаквоста на Хиткиф и Кетрин во новелата на Емили, како и на Манфред и Астарте во драмата на Бајрон. Џејн го покажува тоа преку набљудувањето на присуството на Рочестер на забавата на Торнфилд: „Тој не им е ним она што ми е мене, помислив... Тој не е од нивни ранг. Верувам дека е од мојот, - Сигурна сум дека е така, - Јас го обожавам него, бидејќи го разбирам говорот на неговите движења и неговото однесување.“ (Бронте 211) Истите зборови за еднаквост и

поврзаност се повторуваат и за време на сцената со брачниот предлог на Рочестер: „мојата невеста е тука, вели тој, повторно ме носи кон него, бидејќи еднаквата со мене и таа што ми се допаѓа е тука. “ (Бронте 296)

Поточно, тоа што ни го нуди Шарлота во новелата „Џејн Ер“ се двете верзии на Бајроновски херој и истите тие се базирани врз Бајроновските модели. Не само Рочестер, туку и Џејн претставува, исто така, вистински Бајроновски херој. Таа е самодоволна и независна, но во исто време и ограничена од некои општествени правила. Или како што подвлекува Сузи Кембел: „Најпосле, Џејн е таа што претставува вистински Бајроновски херој во новелата. Во моментот на нејзината осаменост, изолираност, интензивно страдање и искушение, таа ја изразува својата индивидуалност, создава чувство за идентитет и прокламира слобода и независност.“ (Кемпбел 67) Рочестер ги препознава нејзините квалитети на Бајроновски херој и работи на тоа да ја ослободи неа од својот самоналожен затвор. Но, откако таа ќе одбие да му биде љубовница и откако нема да успеат да стапат во брак, Рочестер ѝ вели: „Џејн! Ќе ја слушнеш ли причината? – бидејќи ако не ја слушнеш, ќе бидам насилен.“ (Бронте 340) Дел од неа сака да биде со него, но таа е доволно разумна и донесува одлука со достоинство: „Јас се грижам за себеси. Колку поосамена и со помалку пријатели, толку поневоздржано и повеќе ќе се почитувам себеси.“ (Бронте 356)

Понатаму, во новелата, Џејн добива сè што сакала отсекогаш т.е. ја добива прибраноста која `и овозможува да ги тестира половите убедувања во нејзиното општество. По наследството што го добива и по повредите на Рочестер, Џејн станува фамилијарниот финансиер и нејзиниот сопруг станува зависен од неа. Овој пресврт претставува дури и ден денес ретка појава и покажува дека Џејн и нејзиниот творец Шарлота претставуваат навистина прототип на феминизмот.

ЗАКЛУЧОК

Во текот на Викторијанската ера, влијанието на Бајрон е манифестирано во делата на многу автори и уметници. Има многу примери за Бајроновски херои, какви што се оние отсликани од страна на Шарлота и Емили Бронте, кои биле фасцинирани од Бајроновскиот поетски капацитет и енергичен живот. Двете сестри биле маѓепсани од невозможноста на неговото постоење базирано врз потрагата по љубовта осудена на пораз. Може дури и да се каже дека литературната традиција на херојството во Британија практично изумира со Бајрон, но неколку значителни исклучоци сведочат и за неговото продолжување.

Рочестер на „Џејн Ер“ е, секако, потомок на Готскиот негативец, исто како и Хитклиф на Емили Бронте.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Бронте, Емили. *Оркански височини*. Скопје: Нова Наша Книга, 2004.
2. Bronte, Charlotte. *Jane Eyre*. Halle, [..]. Print.
3. O'Neill, Judith. *Critics on Charlotte and Emily Bronte*. London: Allen and Unwin, 1971.
4. Cambpel, Susie. *Charlotte Brontë: Jane Eyre*. London, England: Viking Penguin, 1988.
5. Tytler, Graeme. "*'Nelly, I am Heathcliff!': the problem of 'identification' in Wuthering Heights."* The Midwest Quarterly 47. 2 (Wntr 2006) University of Wolverhampton.
6. Thorslev, Peter L. *The Byronic Hero: Types and Prototypes*. (Minneapolis,1962)
7. Lutz, Deborah. *The Dangerous Lover: Gothic Villains, Byronism, and the Nineteenth-century Seduction Narrative*. Columbus: Ohio State UP, 2006. Print.
8. Wilson, Romer. *Life And Private History Of Emily Jane Bronte*. New York: Kessinger Publishing, 2003.

удк 81'276.6

СОВРЕМЕНИТЕ ТЕНДЕНЦИИ ВО ЛИНГВИСТИКАТА НА СТРУЧНИТЕ ЈАЗИЦИ[86]

Д-р Јаготка Стрезовска

Универзитет „Св. Климент Охридски“ – Битола

Факултет за туризам и угостителство – Охрид, Р. Македонија

jagodastrezovska@yahoo.de

Д-р Билјана Ивановска,

Универзитет „Гоце Делчев“, - Штип

Филолошки факултет, Штип, Р. Македонија

biljanaivanovska2000@yahoo.com

АПСТРАКТ

Лингвистиката на стручните јазици е млада гранка на лингвистиката која се занимава со проучување на стручните јазици. Оваа наука ги истражува стручните јазици во дијахрона перспектива со што го следи нивниот развој и ја проучува современата состојба на лексичкиот фонд на стручните јазици. Како резултат на ваквите истражувања се добива севкупен преглед на јазичниот систем на одредени струки и области. Исто така задача на лингвистиката на стручните јазици е да ги открива и проучува законитостите за појавата, развојот и значењето на стручните јазици во општеството.

Клучни зборови: применета лингвистика, стручен јазик, терминологија, стручно лице, комуникативна компетенција

ЛИНГВИСТИКАТА И СТРУЧНИТЕ ЈАЗИЦИ

Со историските промени и диференцијацијата на човечкото работење се променува и се зголемува дометот на предметот на лингвистиката на стручните јазици, така што денес се нуди широко работно поле со сé понови и поактуелни прашања и проблеми. Со

[86] Прегледан научен труд

постојаното проширување и сé поголемата комплексност на својот предмет, лингвистиката на стручниот јазик дури ги надминува јазичните граници, се проширува диференцијацијата, начинот и методот на работа. Ако некогаш започнала како лексиколошко-терминолошка доминантна (стручнојазична) лингвистика, денес се зголеми бројот со нови лингвистички дисциплини – секако не на штета на терминологијата, посебно повеќејазичната, која сепак не ја има изгубено водечката улога. Овие два аспекти – изобилството на предметот и начинот на работа – е рефлекс на лингвистичките истражувања и ги опфаќа проблемите со двојазичната и повеќејазичната терминологија во стручниот јазик, претставен како хетероклитички стручен јазик; тенденцијата за интернационална терминологија со желба за побрзо приближување до светските стандарди, наставата по стручен странски јазик и др.

Денес е сé поголем бројот на интензивните истражувања на стручните јазици. Посебно треба да се истакнат некои центри за стручни јазици: „Универзитетот за економија“ во Виена и „Трговскиот факултет“ во Копенгхаген во кои се постигнува општ развој на лингвистиката, преку истражување на терминологијата, лексикографијата, едукацијата на возрасни по стручен јазик и сл.

Причините за научно истражување на феноменот стручен јазик се многубројни, од кои најважно е влијанието на стручниот јазик врз општиот јазик. Од друга страна денес постои зголемено интернационално преплетување - и тоа не само на економски план - што придонесува стручните лица да комуницираат на стручен јазик.

Неизбежен составен дел на овие случувања е големата терминолошка експанзија, која главно слабо може да се контролира: бранот на новитетите во една струка носат мноштво специјализирани стручни термини, неретко и цели терминолошки системи.

Овој модерен правец во јазичното истражување тежнее стручните јазици да можат порационално и повеќе да ги задоволат потребите во определена стопанска или нестопанска гранка, и истовремено да можат да се совладаат, за да се разберат и најдат примена во праксата. Исто така стручните јазици претставуваат важен извор за добивање на најактуелните научни и стручни информации.

СТРУЧНИОТ ЈАЗИК – ПОИМ И ДЕФИНИЦИЈА

Бидејќи се работи за прилично нова област во лингвистиката најпрво е неопходно да се осветли поимот ’стручен јазик’. Денес владеат многу различни мислења во однос на:

- дефинирањето и поимот на стручен јазик,
- критериумите за раслојување на стручните јазици еден од друг,
- принципите на внатрешната диференцијација која тесно е поврзана со различните стручни комуникации на еден стручен јазик.

Да се даде точна дефиниција за поимот 'стручен јазик', која ќе ги задоволи сите критериуми е многу сложено. При проучувањето на стручните јазици во очи паѓа големиот број различни називи и термини. Самиот термин, не само кај нас, туку и во другите јазици е предмет на научна дискусија[87]. Во англискиот јазик најчесто се користи терминот 'јазик за специјални или специфични цели', 'јазик во струка', 'јазик во функција на струката' или 'бизнис јазик'. Во италијанскиот јазик[88] постојат исто така различни називи. Во германскиот јазик, германскиот термин *Fachsprache* 'стручен јазик' е најсоодветен и најточен.

Вистинскиот стручен јазик секогаш е поврзан за стручњакот, затоа што бара целосна јасност на поимите и изразите. Според тоа стручниот јазик претставува систем од сите јазични средства кои се користат во комуникацијата која се однесува на дадена струка во кругот на самите стручни лица, во кругот на стручни лица од дадена област и претставници од други струки, но исто така и стручни лица и лаици.

Во нашите истражувања на стручните јазици се укажува на еден многу важен момент во стручниот јазик - имено стручниот јазик е средство за изразување и разбирање на стручњаците, коишто располагаат со одредена структура на мисли. Со оваа проблематика на стручниот јазик и неговото дефинирање поконкретно се занимава лингвистот Шифко[89] кој стручниот јазик го дефинира од следниве три аспекти:

1. Стручниот јазик е познат инструмент, кој му е наменет на еден поголем или помал ограничен круг специјалисти (стручни и јазични: прагматски критериум),
2. Стручниот јазик е релативно мал дел од стварноста (во споредба со универзалниот инструмент на општиот јазик: реферницијален критериум)

[87] Language/English of science (and technology), scientific languages, language for specific purposes, restricted language, special-subject language.
[88] '*lingue speciali/specialistici', 'linguaggi speciali/specialistici', 'microlingue', 'lingue settoriali'*
[89] Schifko, P: *Fachsprache und Terminologie in Geschichte und Gegenwart* (Forum für Fachsprachen-Forschung 14). Tübingen: Narr, 1992, 295-301

3. Стручниот јазик овозможува прецизна и истовремено економична комуникација. Економична комуникација значи дека се зема предвид времето и енергијата. Според лингвистот Шифко стручниот јазик исто така е прагматичен, пред сé семантичен, тоа значи внесените знаковни структури и нивната функција се според дадени критериуми.

Носител на информациите кај стручните јазици е стручната терминологија. На ова следи високиот степен на употербата на термини, но стручниот термин не може сам по себе да оствари јазична целина, па според тоа е потребна комбинација меѓу општата лексика и стручната терминологија и може да се заклучи:

- Стручните јазици претставуваат дел од целокупниот систем на општиот јазик.
- Постојат различни стручни јазици, затоа што постојат различни стручни области.
- Стручните јазици се разликуваат еден од друг.
- Стручниот јазикот претставува медиум меѓу струката, науката и светот.
- Комуникативниот т.е. функционалниот аспект повторно ја предочува претпоставката, дека не само што еден стручен јазик не може да се ограничи од другите стручни јазици, туку во самиот стручен јазик може да се диференцираат различни комуникативни рамништа.
- Стручниот јазик е инструмент, кој му е наменет на еден поголем или помал круг специјалисти и стручно компетентни лица, за да можат да се разбираат за стручните работи со други стручни лица од истата струка, па и со претставници од други дисциплини.
- Стручниот јазик е релативно мал дел од стварноста (во споредба со универзалниот инструмент на општиот јазик:
- Стручниот јазик овозможува прецизна и истовремено економична комуникација
- Сручниот јазик претставува комплексно подрачје од јазичната употреба
- Стручниот јазик има свои обележја во различни стручни комуникативни ситуации и покажува внатрешна диференцијација,

ЗНАЧЕЊЕТО НА СТРУКИТЕ ВО ОПШТЕСТВОТО И УЛОГАТА И ЗАДАЧАТА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО НА СТРУЧНИОТ ЈАЗИК

Со зголеменото значење на струките во даденото општество улогата и задачата на истражувањето на стручниот јазик значајно се прошири во:

- Документацијата за стручното знаење во банките со податоци, стручната лексика и стручните книги.
- Стручната интерна организација преку соопштување, воведување, упатување.
- Едукација на стручни лица во самата струка и на стручните училишта.
- Пренесување на стручното знаење, доколку е потребно за комуникација во стручните ситуации (на пр. купување и продавање на авионски билет, резервација на соба, изработка на проспект, објаснување на начинот на приготвување на одредено јадење, итн.).
- Превод за меѓународна размена на стручните информации.
- Стручниот јазик добива сé поизразена улога во самиот стандарден јазик, затоа што стручната литература станува сé пообемна и навлегува во животот на обичниот човек. Затоа и се јавува сé поголема потреба од проучување на јазичните карактеристики на стручниот јазик како на мајчиниот, така и на стручниот јазик како странски јазик.

Промените во јазикот се одвиваат како со промените во стопанската дејност и работење, така и со промените во слободното време и рекреацијата на индивидуата и други влијанија со кои индивидуата е во постојан контакт. Прагматичката функција на јазикот е попримарна во стручните јазици во споредба со јазичните промени. Истражувањата од стручните јазици во денешно време покажаа голем број јазични, социокултурни и психолошки фактори кои го условуваат создавањето и егзистенцијата на стручните јазици и комуникативната компетенција на стручното лице.

ЗАКЛУЧОК

Денес не постои сомневање дека новите придобивки од науката и стопанството влијаат врз стручните јазици. Влијанието на научно-техничките стручни јазици во синтаксичката и лексичката област доведува до квалитетна промена на општиот јазик, така што стручните јазици имаат придонес не само на полето на стручниот јазик, туку и во многу други сродни дисциплини, како и во општиот јазик.

Стручните јазици претставуваат значаен сегмент во лингвистичкото проучување, и тоа особено во лексикологијата, а истражувањата се фокусираат на определени полиња кои наоѓаат примена во наставата по стручен странски јазик, преведувањето, објавувањето на научна и стручна литература.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Weiss** A./Wieden W: *Multilinguale und Representation von Fachwissen.* In: Fachsprache-Kontrastiv, Romanistischer Verlag, Bonn, 1994, 186.
2. **Reiß,** K. / Vermeer, H.J.*: Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. Linguistische Arbeiten, Tübingen 1984, 96-101.
3. **Roelcke**, Thorsten: *Fachsprachen,* Erich Schmidt Verlag, Berlin, 1999, S. 113
4. **Rosemarie,** Buhlmann / **Anneliese** Fearns: *Handbuch des Fachsprachenunterrichts*, Langenscheidt, Berlin, 1991, 14.