

УНИВЕРЗИТЕТ „СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЈ“
ПРАВЕН ФАКУЛТЕТ „ЈУСТИНИЈАН ПРВИ“ - СКОПЈЕ

UDK 34



ISSN 0583-5062

ГОДИШНИК

НА ПРАВНИОТ ФАКУЛТЕТ
„ЈУСТИНИЈАН ПРВИ“ ВО СКОПЈЕ

ANNUAIRE

DE LA FACULTÉ DE DROIT
„IUSTINIANUS PRIMUS“ DE SKOPJE

*ВО ЧЕСТ НА
ГАЛЕ ГАЛЕВ*

Скопје 2021



ТОМ
59

УНИВЕРЗИТЕТ „СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЈ“
ПРАВЕН ФАКУЛТЕТ „ЈУСТИНИЈАН ПРВИ“ - СКОПЈЕ

ГОДИШНИК

НА ПРАВНИОТ ФАКУЛТЕТ
„ЈУСТИНИЈАН ПРВИ“ ВО СКОПЈЕ

ANNUAIRE

DE LA FACULTÈ DE DROIT
„JUSTINIANUS PRIMUS“ DE SKOPJE



ВО ЧЕСТ НА
ПРОФ. Д-Р ГАЛЕ ГАЛЕВ

СКОПЈЕ, 2021

УНИВЕРЗИТЕТ „СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЈ“
ПРАВЕН ФАКУЛТЕТ „ЈУСТИНИЈАН ПРВИ“ - СКОПЈЕ

ГОДИШНИК
НА ПРАВНИОТ ФАКУЛТЕТ
„ЈУСТИНИЈАН ПРВИ“ ВО СКОПЈЕ

ГОДИШНИК

ТОМ 59

СКОПЈЕ
SKOPJE

2019

ANNUAIRE
DE LA FACULTÈ DE DROIT
„IUSTINIANUS PRIMUS“ DE SKOPJE

РЕДАКЦИСКИ ОДБОР

Уредник на Годишникот
проф. д-р Јадранка Дабовиќ Анастасовска

Уредувачки одбор на Годишникот во чест на проф. д-р Гале Галев, редовен професор
на Правниот факултет „Јустинијан Први“ во Скопје:

проф. д-р Арсен Јаневски (Република Северна Македонија)
проф. д-р Родна Живковска (Република Северна Македонија)
проф. д-р Слободан Перовиќ (Република Србија)
проф. д-р Марко Баретиќ (Република Хрватска)
проф. д-р Зоран Рашовиќ (Црна Гора)
проф. д-р Бранко Мораит (Босна и Херцеговина)
проф. д-р Владо Петров (Република Бугарија)

Секретар на Годишникот
проф. д-р Неда Здравева

Правен факултет „Јустинијан Први“ - Скопје
ул. Гоце Делчев 96 1000 Скопје, Република Северна Македонија

Лектура: Лилјана Јовановска

Печати: Стоби Трејд, ДООЕЛ
тираж: 100 примероци

проф. д-р Даниела Блажевска¹

ТИМСКАТА РАБОТА ВО МЕДИУМИТЕ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА (2011)

УДК: 070.422:005.64]:303.62(497.7)

316.774:005.64]:303.62(497.7)

1.04 Стручна научна статија

Резиме

Во итудой се иреиттавени резултатитте од иитражувањето, чија цел е да се осознае дали директоритте, главнитте и одговорни уредници и уредницитте иотиткнуваат тимска работа во масовнитте медиуми во Република Македонија. Во иитражувањето, како метод на ирибирање на иодаитоци се користит анкитен ирашалник. Ова е иримарен извор на иодаитоци. Соодветно на иредметит на иитражувањето, во иитражувањето се користит целен иримерок. Единица на иитражување се главнитте и одговорни уредници, уредницитте и новинаритте на националнитте ителевизи и ичатиенитте медиуми.

Клучни зборови: *итмска работа, медиуми, Република Македонија*

1. Вовед

Компанијата „Rubbermaid“ произведува околу 5.000 различни производи за домаќинство, канцеларија и рекреација. Магазинот „Fortune“ ја нарекува „учител на секојдневието и шампион во иновативност“ (Fortune цитиран во Bateman and Snell 1999: 18). Раководниот тим на компанијата верува дека нејзиниот успех првенствено се должи на работата во тимови.

Истражувањата на бихевиористот Патрик Лохлин потврдиле дека резултатите на група луѓе кои работат заедно, се подобри дури и од резултатите кога на проблемите работи сам најдобриот поединец (Goldstajn, Martin and Čaldini 2010: 97).

¹ Вонреден професор, Правен факултет „Јустинијан Први“ - Скопје, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје

Извонредната тимска работа го зголемува групниот коефициент на интелигенција (Goleman 2008: 196).

Тимот се дефинира како „мала група луѓе со комплементарни вештини, заедничка цел/цели и заеднички пристап во работењето за којшто се заемно одговорни“ (Katzenback and Smith 1993 цитирани во Harshman, Schindler et al. 1999: 21).

Во својата студија „Развојните секвенци во малите групи“ од 1965 година, Такман (B.W. Tuckman) заклучил дека секој тим поминува низ четири фази:

1. фаза на формирање (forming);
2. бурна фаза (storming);
3. фаза на прилагодување (norming);
4. фаза на тимска работа (performing) (Harshman, Schindler et al. 1999:104).

Во првата фаза, кога тимот се формира и почнува да одржува состаноци, лидерот на тимот може да има позитивно влијание врз работата доколку: разјасни што треба да се работи, насочи како тимот да функционира и изгради добри односи во тимот.

Втората фаза е време кога на сцена стапуваат конфликтите. Се смета дека тоа е неизбежно и мора правилно да се насочат за да произлезе нешто продуктивно од нив.

Откако ќе ги преживее конфликтите, тимот созрева и сите ги прифаќаат заедничките правила за функционирање на тимот.

Во четвртата фаза, тимот блеска во целиот свој сјај и ги спроведува задачите како што било замислено.

Некои тимови се распаѓаат уште во првата фаза. Многу тимови не можат да го преживеат периодот на конфликти, кои ги разјадуваат однатре. Успешните тимови задолжително доаѓаат до четвртата фаза, кога навистина можат да се посветат на својата работа и да го вложат целиот креативен потенцијал.

Иако можеме да гледаме филмови за новинари самотници кои деноноќно истражуваат без да откријат детали од својата работа на други луѓе, искуството говори дека новинарството е тимска работа и за успех се потребни добри соиграчи.

Случајот Вотергејт, кој влезе во историјата како прв пример на истражувачко новинарство, го открија двајца новинари на Вашингтон пост, Боб Вудворт (Bob Woodward) и Карл Бернстајн (Carl Bernstein), следејќи едно правило: „Следи ги парите“. „Вашингтон пост“ и ден-денес практикува тимови од новинари (еден уредник и двајца новинари) да работат на одредена истражувачка приказна.

Освен соработката помеѓу новинарите, неизбежна е и добрата комуникација помеѓу нив и фотографот во печатените медиуми. Телевизијата, пак, е доказ за неизбежноста на тимската работа. Новинарот кој не е на иста

бранова должина со камерманот, тонецот, светло-мајсторот, режисерот, монтажерот, може само да сонува за добра емисија. Само во креативното заедништво се создава добар производ. Во спротивно, тој ќе остане само осамен јавач со добри идеи и лоши реализации.

Целта на овој труд е да истражиме дали има тимска работа во медиумите во Република Македонија (РМ).

2. Методолошки пристап

Трудот спаѓа во квантитативни истражувања. Како метод на прибирање на податоци се користи анкетен прашалник. Ова е примарен извор на податоци. Соодветно на предметот на истражувањето, во истражувањето ќе се користи целен примерок. Како критериум за селектирање на медиумите е користен рејтингот на гледаноста или читаноста на медиумот (низок/висок). Основна маса се членовите на менаџерските тимови и новинарите во селектираните медиуми во Република Македонија. Единица на истражување се главните и одговорни уредници, уредниците и новинарите на националните телевизии и печатените медиуми. Истражувањето е спроведено во пет масовни медиуми: две национални телевизии и три дневни весници.

Во продолжение следува примерокот:

Табела 1. Вкупно испитаници од пет медиуми

Позиција	Вкупно испитаници	Електронски Медиуми	Печатени медиуми
Главен и одговорен ¹ уредник	3		
Уредник	24	8 (33,3 %)	16 (66,7 %)
Новинар	60	31 (51,7 %)	29 (48,3 %)

Извор: *Истражување, 2011*

За главните и одговорни уредници и уредниците примерокот е сеопфатен, а, исто така, анкетните прашалници им беа поделени на сите новинари во медиумите. Главните и одговорни уредници пополнија два анкетни прашалника: оцена на директорот како поттикнувач на тимска работа и самооцена. Уредниците, исто така, пополнија два анкетни прашалника: оцена на главниот и одговорен уредник како поттикнувач на тимска работа и самооцена. Новинарите пополнија еден прашалник, во кој одговараа на одделни прашања

2 Двајца главни и одговорни уредници не ги пополнија анкетните прашалници.

за главниот и одговорен уредник и за уредникот како поттикнувачи на тимска работа.

Тимската работа во медиумите во Република Македонија беше истражувана преку следните прашања: дали постои тимска работа во медиумите, дали има дружење со колегите по истекот на работното време, дали директорот, главниот и одговорниот уредник и уредникот во медиумите во РМ поттикнуваат тимска работа, дали стимулираат дружење со колегите по завршувањето на работното време и дали организираат настани за градење тимови.

3. Резултати од истражувањето

Резултатите од истражувањето за тоа дали постои работа во тимови во медиумите во РМ, како и дали главните и одговорни уредници, уредниците и новинарите се дружат по истекот на работното време се претставени во табелите 1 и 2.

Табела 1. Одговори на прашањето дали постои тимска работа во медиумот, според позицијата на испитаникот

Позиција	Да (n/%)	Вкупно (n/%)
Главен уредник	3	3
Уредник	19 (79,2 %)	24 (100,0 %)
Новинар	36 (60,0 %)	60 (100,0 %)

Извор: Истражување, 2011

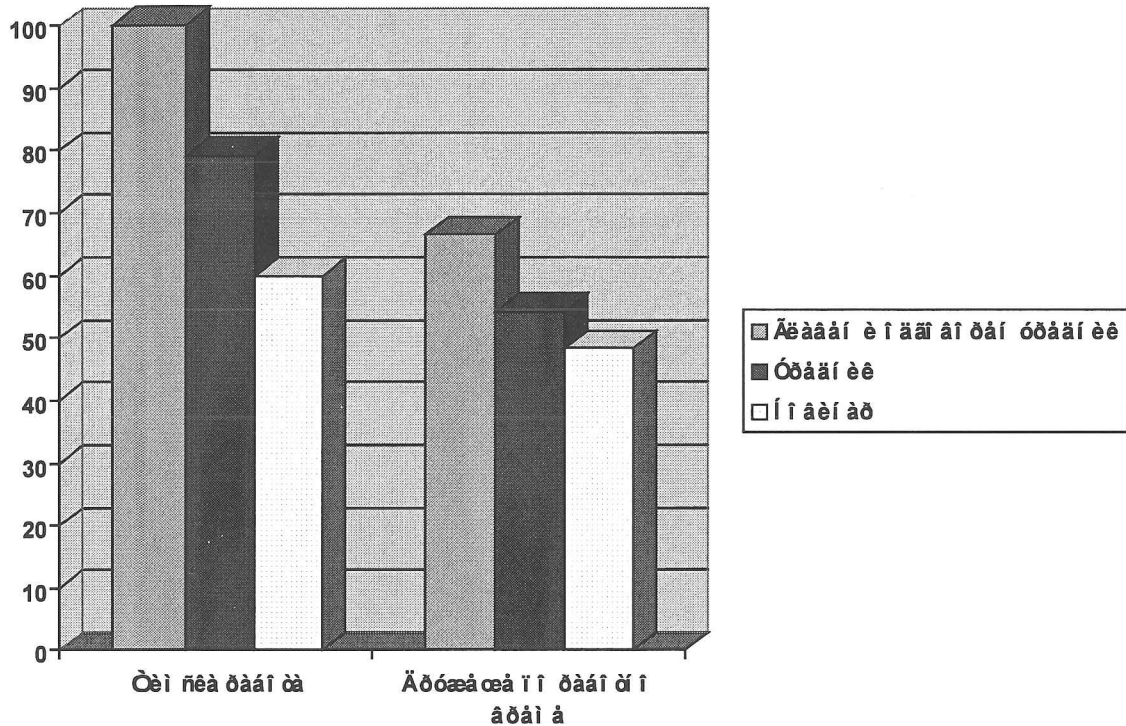
Табела 2. Одговори на прашањето дали се дружат со колегите по работно време

Позиција	Да (n / %)	Вкупно (n / %)
Главен уредник	2	3
Уредник	13 (54,2 %)	24 (100,0 %)
Новинар	29 (48,3 %)	60 (100,0 %)

Извор: Истражување, 2011

Слика 1. Компаративен приказ на одговорите за тимска работа во медиумите и дружење со колегите по завршувањето на работното време

Извор: Истражување, 2011



Од испитаниците, сите главни и одговорни уредници одговориле дека постои тимска работа во нивниот медиум. Со нив се согласуваат и поголемиот дел од уредниците и новинарите: 19 уредници или 79,2 % и 36 новинари или 60,0 % од испитаниците.

Според истражувањето, двајца главни и одговорни уредници на медиуми со висок рејтинг одговориле дека се дружат со колегите по завршувањето на работното време. По исполнувањето на работните обврски, со колегите се дружат 13 уредници или 54,2 % и 29 новинари или 48,3 % од испитаниците.

Овие резултати покажуваат позитивна тенденција во медиумите во РМ: тимска работа и дружба вон работните активности.

3.1. Директорот како поттикнувач на тимска работа

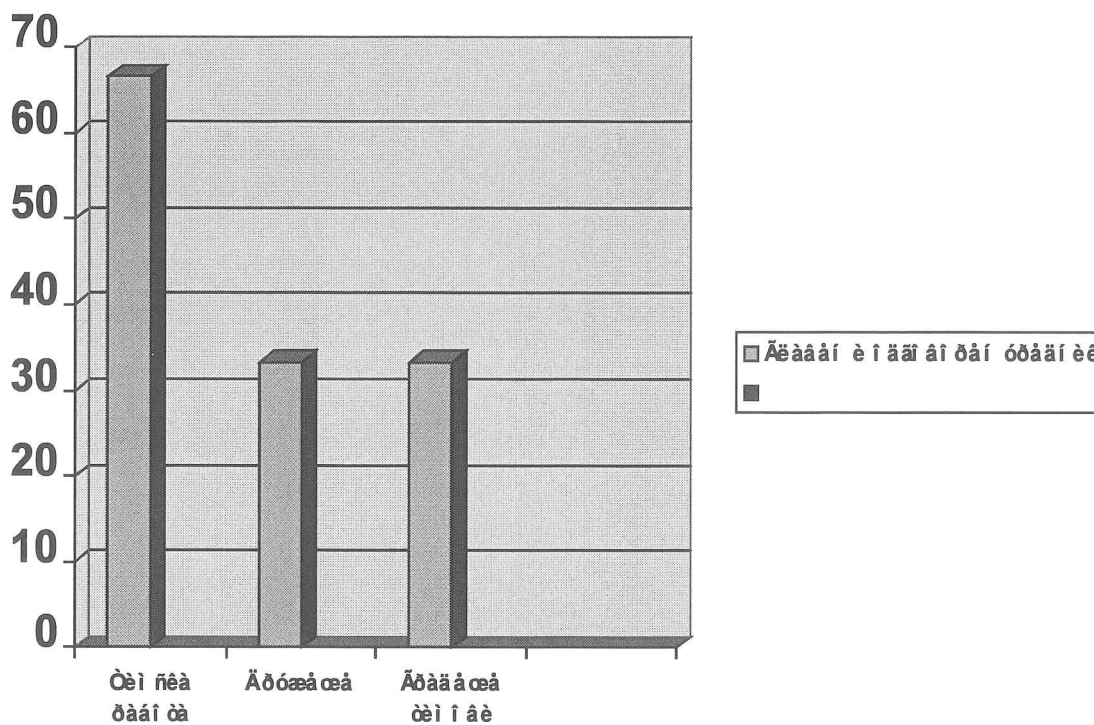
Табела 3. Одговори на главниот и одговорен уредник на прашањата за улогата на директорот во градењето тимови во медиумот

Тимска работа	Да
1. Охрабрува тимска работа.	2
2. Стимулира дружење на вработените по истекот на работното време.	1
3. Организира настани за градење тимови.	1

Извор: Истражување, 2011

Слика 2. Улогата на директорот во градењето тимови

Извор: Истражување, 2011



На прашањето дали директорот охрабрува тимска работа, двајца главни и одговорни уредници одговориле потврдно.

Само еден главен и одговорен уредник вели дека директорот стимулира

дружење на вработените по работното време, како и дека организира настани за градење тимови.

Од настаните кои се важни за градење тимови, еден испитаник одговорил дека директорот организира забави за одредени празници и прослави за годишнината на медиумот.

3.2. Главниот и одговорен уредник како поттикнувач на тимска работа

Табела 4. Одговори на прашањата за улогата на главниот и одговорен уредник во градењето тимови во медиумот, според позицијата на испитаникот

Тимска работа	Позиција	Вкупно (n, %)
1. Главниот и одговорен уредник охрабрува тимска работа.	ГУ	3
	У	21 (87,5 %)
	Н	45 (75,0 %)
2. Главниот и одговорен уредник стимулира дружење со колегите по истекот на работното време.	ГУ	1
	У	13 (54,2 %)
	Н	21 (35,0 %)
3. Главниот и одговорен уредник организира настани за градење тимови.	ГУ	1
	У	6 (25,0%)
	Н	18 (30,0%)

Извор: Истражување, 2011

Сите главни и одговорни уредници велат дека охрабруваат тимска работа. Само еден од нив мисли дека стимулира дружење со колегите по завршувањето на работното време. Еден главен и одговорен уредник одговорил

дека организира забави за одредени празници.

Според истражувањето, мнозинството од испитаниците, 21 уредник или 87,5 % и 45 новинари или 75,0 % одговориле дека главниот и одговорен уредник охрабрува тимска работа.

Помал дел од нив смета дека главниот и одговорен уредник стимулира дружење со колегите по завршувањето на работното време: 13 уредници или 54,2 % и 21 новинар или 35,0 %.

Најмал процент од испитаниците одговориле дека главниот и одговорен уредник организира настани за градење тимови: само 6 уредници или 25,0 % и 18 новинари или 30,0 % од испитаниците.

Истражувањето покажува дека кога станува збор за градење тимови, главните и одговорни уредници најчесто организираат прослава на годишнината на медиумот и забави за одредени празници.

Резултатите се следни:

- Седум уредници и 8 новинари одговориле дека главниот и одговорен уредник организира прослава на годишнината на медиумот.
- Пет уредници и 10 новинари одговориле дека главниот и одговорен уредник организира забави за одредени настани.
- Еден уредник и двајца новинари велат дека главниот и одговорен уредник организира семинари надвор од градот.
- Еден уредник ја избрал опцијата „спортски натпревари“.
- Еден новинар вели дека главниот и одговорен уредник организира екскурзии надвор од градот.

3.3. Уредникот како поттикнувач на тимска работа

Табела 5. Одговори на прашањата за улогата на уредникот во градењето тимови во медиумот, според позицијата на испитаникот

Тимска работа	Позиција	Да (n, %)
1. Уредникот охрабрува тимска работа.	У	22 (100,0 %)
	Н	51 (85,0 %)

Д. Блажевска; Тимската работа во медиумите во Република Македонија

2. Уредникот стимулира дружење со колегите по истекот на работното време.	У	11 (50,0 %)
	Н	26 (43,3 %)
3. Уредникот организира настани за градење тимови.	У	5 (22,7 %)
	Н	11 (18,3 %)

Извор: Истражување, 2011

Истражувањето покажува дека сите испитани уредници (22) сметаат дека охрабруваат тимска работа. Тоа мислење го делат и најголемиот дел од новинарите: 51 новинар или 85,0 % од испитаниците.

Половина од уредниците (11) и 26 новинари (43,3 %) сметаат дека уредникот стимулира дружење со колегите по завршувањето на работното време.

Мал дел од испитаниците одговориле дека уредникот организира настани за градење тимови. Само 5 уредници и 11 новинари одговориле потврдно на ова прашање.

Според истражувањето, уредниците најчесто организираат забави за одредени празници. Вака одговориле 5 уредници и 8 новинари.

Потоа следуваат следниве резултати:

- Седум новинари сметаат дека уредникот организира прослава на годишнината на медиумот, но ниеден уредник не го потврдил тоа.
- Еден уредник и двајца новинари велат дека уредникот организира семинари надвор од градот.
- Еден уредник одговорил дека организира екскурзии.
- Еден уредник вели дека организира прослава за јубилеи на објавени весници.

4. Заклучок

Резултатите од истражувањето покажуваат дека постои задоволителен процент на тимска работа во медиумите, како и дружење со колегите по завршувањето на работното време. Сепак, истражувањето покажува и слабост на менаџерскиот тим во организирање настани за градење тимови. Овие настани се речиси занемарени.

Тренд во работата на организациите е да се развива секторот за човечки ресурси, кој обрнува големо внимание на организирањето настани за градење тимови, посета на семинари на тивки места, каде што луѓето ќе ги усовршуваат

своите вештини, подобро ќе се запознаат и ќе ги подобрат меѓусебните односи.

Дружењето со колегите по истекот на работното време, како неформална комуникација, е многу важно за зацврстување на добрите меѓучовечки односи, за воспоставување пријателски врски, што би требало да придонесе новинарите и уредниците да се гледаат како луѓе, соработници и пријатели, а не како конкуренција.

Кохезивноста на тимот може да се зацврсти преку организирање на настани за дружење на вработените во медиумите. Важно е да се стимулира соработката и по завршувањето на работното време, затоа што таа може да придонесе за поврзување и подобрување на комуникацијата.

Главниот и одговорен уредник или уредникот можат да организираат: прослава на годишнина на медиумот, забави за одредени празници, посета на спортски натпревари, посета на културни манифестации, семинари надвор од градот, екскурзии надвор од градот.

Инвестирањето во обуки за вработените, кои би се одржале на некое убаво место, може да даде повеќекратни плодови: усовршување на знаењето и вештините на новинарите, градење поцврсти врски во тимот, како и намалување на нивото на стрес кај вработените. Релаксацијата на вработените е исклучително важна, особено ако се земе предвид дека новинарството е многу стресна професија.

Луѓето се најважниот и најскапиот ресурс во организацијата и вложувањето во вработените секогаш дава резултати.

Користена литература

- Bateman, T. S. and Snell, S. A. (1999) *Management (Building Competitive Advantage)*, 4th ed., USA: Irwin McGraw- Hill.
- Davis, K. (1981) *Human Behavior at Work, Organizational Behavior*, USA: McGraw-Hill.
- Goleman, D. (2008a) *Emocionalna inteligencija u poslu*, prev. G. Vujasinović, Zagreb: Mozaik knjiga.
- Goldstajn, N. Dž., Martin, S. Dž. i Čaldini, R. B. (2010) *Da! 50 tajni ubeđivanja*, prev. M. Bižić, Beograd: Mono i Manjana.
- Harshman, C.L., Schindler, J.M. et al. (1999) *Team Leader Training*, New York: McGraw Hill.
- Јовановић Божинов, М., Кулић Ж. и Цветковски, Т. (2008) *Основи управљања људским ресурсима*, Београд: Мегатренд универзитет.
- Vecchio, R. P. (2006) *Organizational Behavior (Core Concepts)*, 6th ed., Ohio: Thomson South-Western.

Prof. Dr. Daniela Blazevska

Associate Professor, Iustinianus Primus Law Faculty, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje

Summary

This paper presents the results of our research, undertaken with the aim to investigate whether the executive managers, the editors in chief and the editors of the mass-media in the Republic of Macedonia encourage teamwork in the media.

During the research, the questionnaire as a method of data collection was applied. This is the primary data source. In accordance with the subject of our interest, we used the purpose sample. Our research unit consisted of the editors in chief, the editors and the journalists in the national televisions and the print media.

Kew words: *teamwork, media, Republic of Macedonia*