Дебата по повод промоција на книгата

Што не знаеше Орвел

Пропаганда и новото лице на американската политика

Билјана Бејкова | Владимир Милчин | Климе Бабунски | Марјан Забрчанец | Роберто Беличанец | Сашо Ордановски | Александар Ивановски | Дамјан Здравев | Газменд Ајдини | Тања Милевска | Драган Антоновски

FOUNDATION OPEN SOCIETY INSTITUTE MACEDONIA
ФОНДАЦИЈА ИНСТИТУТ ОТВОРЕНО ОПШТЕСТВО МАКЕДОНИЈА

Фондацијата Институт отворено општество - Македонија (ФИООМ), во рамките на програмата *Книги за дебати за отвореното општество* ја објави книгата „Што не знаеше Орвел" збирка есеи од група автори кои ја третираат пропагандата, изврртувањето на вистина, пристрасноста, манипулацијата. Како основа за есеите на авторите е земено ремек-делото на Орвел „Политиката и англискиот јазик". Размислувајќи за Орвел, авторите фрлаат нова светлина врз моќта на политичарите и на медиумите и нивната улога во презентирањето на својата „вистина" на јавноста.

ФИООМ се одлучи преку дебата, на која ќе се проговори и за есеите, но и за состојбите во македонското општество на овие теми, да ја направи промоцијата на книгата.

Модератор на дебатата беше **Билјана Бејкова** од НВО Инфоцентар, а учествуваа: **Владимир Милчин**, ФИООМ; **Климе Бабунски**, Институт за социолошки и политичко-правни истражувања; **Марјан Забрчанец,** Младински образовен форум; **Роберто Беличанец,** Центар за развој на медиуми; **Сашо Ордановски,** ТВ Алсат – М; **Александар Ивановски,** психолог; **Дамјан Здравев**, иницијатива *Плоштад Слобода*; **Газменд Ајдини,** Здружение на новинари на Македонија; **Тања Милевска,** ТВ А1 и **Драган Антоновски** од ТВ Сител.

Во оваа публикација се вклучени дискусиите на сите учесници во дебатата и нивните текстови се авторизирани и лекторирани.

Издавач: Фондација Институт отворено општество - Македонија

За издавачот: Владимир Милчин

Уредник: Виолета Глигороска

Лектура: Анета Василевска – Љубецкиј

Дизајн и подготовка: www.koma.com.mk

Печат: Графички Центар - Скопје

Тираж: 1.500 примероци

Скопје, мај, 2010

ISBN 978-608-218-054-0

МОДЕРАТОР:

Би сакала да ви посакам добар ден и во името на домаќинот, Фондацијата Институт отворено општество Македонија да ви пожелам добре дојде на денешната дебата, која воедно е и промоција на книгата есеи насловена „Што не знаеше Орвел – пропагандата и новото лице на американската политика". Оваа книга во САД беше издадена во 2007 година, една година пред претседателските избори. И, обично, нејзините критичари ја препорачуваа како задолжителна литература пред граѓаните да одат да гласаат. Ние поминавме многу избори, гласавме, а ја дочекавме и книгата во 2009 година. Таа ни оддалеку не го исцрпува своето значење со изборите. Напротив. Таа е четиво што ни е секојдневно потребно за да нè поттикне да го анализираме и да го менуваме нашиот јавен простор и нашиот јавен глас. Во оваа насока еден од есеистите во книгата ќе истакне дека Орвел не е само писател. Тој не е водич. Бесмртни се дискусиите за тоа доколку беше Орвел наш современик што ќе пишуваше и дали ќе беше левичар или конзервативец. Тој, како и оваа книга, може и треба да биде инспирација за подлабоко продирање во ткивото на нашето општество, политика, новинарство и пропаганда. И затоа на почетокот би сакала да му дадам збор на издавачот, односно на извршниот директор на Фондацијата Институт отворено општество Македонија, Владимир Милчин, да ја претстави книгата што денеска ја промовираме. И, секако, да нè поведе низ неа и да ни каже што беше тоа што ја натера Фондацијата Институт отворено општество Македонија да се погрижи оваа книга да ја добиеме на македонски јазик.

ВЛАДИМИР МИЛЧИН:

Добар ден на сите. Ќе почнам со тоа што ќе ве информирам дека Фондацијата одлучи да отвори нова програма која се вика „Книги за дебати" сметајќи дека јавната дебата кај нас е прилично задушена и дека просторот за дебата станува сè потесен и потесен. Помал е интересот или помала е вербата во тоа дека со јавната дебата може да се постигне нешто, да се промени на подобро итн. Ова е првата книга од таа програма. Таа треба да поттикне дебата во општеството која нема да заврши со денешниов настан. Ние се обидовме да ја дистрибуираме книгата колку што е можно пошироко. Таа не е објавена за комерцијални цели. Значи, не е за продажба. За да ви биде појасна сликата за тоа какви книги ќе бидат објавувани во оваа програма, можам да ви кажам дека следната е „Историја на Македонија и Македонците" на професорот по историја на универзитетот во Торонто Ендрју Росос. А по неа следува книгата „Темната страна на револуцијата" од најпознатиот, најугледниот, најрелевантниот историчар на француската револуција Едмунд Берк – една книга, која се смета за исклучително страсно потсетување дека револуција без морал и револуција без слобода многу, многу брзо се претвора во контрареволуција.

Значи, да се вратам на денешниот повод. И, би сакал да почнам со тоа што ќе прочитам еден дел од белешката на уредникот Андраш Санто. И таа гласи вака: „Тоталитарната пропаганда од видот за кој гласно размислуваше Орвел во романот *1984* служи, главно, за да ги успокои владетелите, а не за да ги придобие поданиците. Модерната политичка комуникација од видот што го најавува Орвел во *Политиката и англискиот јазик*, тоа е славен неговиот есеј што првпат се појавува овде во превод на македонски, но која никогаш не ја виде целосно оформена, дејствува обратно. Таа е насочена кон крајниот корисник. Таа се потпикнува во јазикот, говорот и во културните модели. Нејзина цел не е да им заповеда на луѓето, туку да ги заведе. Таа не функционира преку надворешен притисок туку преку усвоено верување. Тоа е начинот на кој ги правиме работите во една напредната демократија со слободен пазар. А, тоа е и формата на измама од која најмногу треба да стравуваат жителите на отворените општества."

И, кога веќе беа споменати отворените општества, морам да потсетам и на тоа дека еден од текстовите во оваа книга е напишан од Џорџ Сорос – основачот на нашата Фондација и еден од најстрастните застапници на отвореното општество, кој неодамна, пред две недели, призна дека развојот на настаните во светот го принудил да ја редуцира својата формула за тоа што е отворено општество само на слободата јавно и критички да се размислува и говори, а при тоа да не се биде загрозен.

Мислам дека ние денес, и тоа најверојатно претставува дополнително оправдување на нашиот потег, живееме во земја во која тие што се дрзнуваат јавно и со име и со презиме да искажуваат критички мислења за тоа што го прави власта се изложени на етикетирање, уцени и на закани и навреди. Она што загрижува е фактот дека тоа се случува во медиуми што се целосно или делумно, легално или нелегално, финансирани од власта. Тоа се случува и на јавниот сервис. И тука веќе доаѓаме

до точката во која, навистина, правото на слободен говор, слободно изразување на сопственото мислење е загрозено, особено ако се има предвид дека добар дел од тие етикетирања и заплашувања се анонимни. Неодамна, на 22 октомври вечерта на веб-порталот „Окно“, чијшто уредник е Никола Гелевски, беше испратена порака насловена со „Ванчо Михајлов нот дед“. Не знам дали англискиот глагол „is“ недостига поради неписменост или со намера. Во пораката беше речено дека патриотизмот се состои во тоа да не се поставуваат премногу прашања. Дека тие што слободно и критички мислат треба да бидат излекувани од интелектуализмот. А, како да бидат излекувани? Така што ќе бидат испратени во кампови на принудна работа!

Значи, работите се далеку стигнати. И верувам дека размислувањето за нив во поширок контекст неминовно ќе нè одведе до тоа што го пишуваат авторите во оваа книга, која е, всушност, еден зборник, една антологија. Во неа можете да најдете и текстови што говорат за односот на политиката и на медиумите. За употребата и за злоупотребата на јазикот. За извртувањето на вистините. Имате еден многу карактеристичен, мислам и уверен сум, многу актуелен текст, кој е напишан од еден познат полски дисидент од времето на „Солидарност“, Константин Геберт во врска со лустрацијата што ја спроведуваа во Полска близнаците Качински итн. Ова е возбудлива и неопходна книга.

Можеби тоа што не сме денес во поголем број укажува на тоа дека скепсата за можностите на дебатата и кај нас се стигнати до точката која бескрајно мора да не загрижи.

И за да не должам, сакам да ви прочитам една вест од „Вечер - онлајн“. Гласи вака: *„Вечер“ – добитник на Гран-при. Веста е придружена со фотографија на која се претседателот на државата Ѓорге Иванов и заменичката на главниот уредник Ивона Талевска. Дневниот весник „Вечер“ е добитник на Гран-при за пишуван медиум, која ја доделува „Полио плус“. Според невладината организација, „Вечер“ несебично отстапил слободен простор за „Вулкан плус“ каде што во период од две години биле објавувани видувањата и дилемите и размислувањата за дискриминацијата кон лицата со хендикеп. Наградата ја примија главниот и одговорен уредник на „Вечер“ – Драган Павловиќ - Латас и заменичката – Ивона Талевска. Наградата ја врачи претседателот на Македонија – Ѓорге Иванов. „Вечер“ добива награда, тој е еден од добитниците за медиумска активност против дискриминацијата.*

Ако се потсетите кои и какви текстови се објавени последниве две години во тој весник за луѓето со хендикеп, луѓето со различна сексуална ориентација, за етничките малцинства како што се Ромите итн., просто не можете да врзете која е таа логика според која „Вечер“ ја добил оваа награда што ја доделува невладината организација „Полио плус“. И да не заборавам уште нешто. Наградата е доделена од проектот „Македонија без дискриминација“ – од програмата „Прогрес плус“ на Европската унија.

Мислам дека ова е одличен пример за тоа како работите можат да се извртат до ниво на цинизам, кој веќе тешко може да се голта.

МОДЕРАТОР:

Благодарам Владе за провокативниот вовед во нашата денешна дебата, која за своја инспирација и провокација ја има оваа книга. „Што не знаеше Орвел“ е литература што е препорачлива, да не речам задолжителна, за новинарите, за политичарите, интелектуалците, студентите, па и за пошироката јавност. Сега овој тираж од 500 примероци, веројатно, нема да ги задоволи сите потреби, но тоа не значи дека оваа книга нема да доживее и второ издание.

Во оваа пригода, би сакала им упатам честитки на сите што се погрижија денеска да ја имаме оваа книга во нашите раце. Особено би сакала да упатам честитки за одличниот превод и за прекрасниот јазик, која ја прави оваа книга привлечна и лесна за читање. Сите тие што ќе ја читаат книгата верувам дека ќе уживаат.

Но, да почнеме со дебатата зашто денес, во ерата на пропагандата и на манипулацијата во јавниот простор, во Македонија Орвел е сè уште исклучително многу актуелен.

ВЛАДИМИР МИЛЧИН:

... заборавив да кажам. Јас се надевам, и во Фондацијата се надеваме дека денешните искажувања можат да бидат или да се појават во облик на брошура или, уште подобро, ако стигнеме до книга, која значи актуализирање, односно сместување на прашањата покренати во оваа книга во македонскиот контекст.

МОДЕРАТОР:

Добро. Значи да знаете дека се снима .....

ВЛАДИМИР МИЛЧИН:

Се разбира, но со авторизација.

МОДЕРАТОР:

Да почнеме со нашите панел-дискутанти, кои се денеска тука: господинот Климе Бабунски од Институтот за социолошки и за политичко-правни истражувања, Марјан Забрчанец од Младинскиот образовен форум, Роберто Беличанец од Центарот за развој на медиуми, Александар Ивановски постдипломец за комуникации, Дамјан Здравев од „Плоштад слобода“, Газменд Ајдини од Центарот за развој на медиуми и Тања Милевска, која ни доаѓа од Брисел – дописничка од Брисел.

Дебатата ја конципиравме во три сегменти, што не значи дека тие се и единствените за кои ќе дискутираме. Ќе зборуваме за тоа што го прави Орвел актуелен во македонскиот општествен

контекст. Понатаму, за пропаганда, особено за кампањите на Владата. Исто така, ќе дискутираме за тоа колку тие кампањи значат и поткуп за медиумите. И, секако, за односот политика – медиуми, во насока на тоа дали постојат политички притисоци врз медиумите, новинарите и врз уредниците. До каде е цензурата? И имаме ли ние наша сопствена полиција и дали автоцензурата живее кај нас и во нас.
Би почнала со господинот Бабунски. Што е тоа што ве провоцира во оваа книга и како ја гледате од македонска перспектива.

КЛИМЕ БАБУНСКИ:

Благодарам. Пред сè, благодарност што е одлучено да се преведе книгата. И добро е што се појавува сега. Би рекол, крајно време беше пред нас да имаме вакво четиво иако не би се направило проблем да беше и порано преведена. Но, со оглед на тоа дека далеку е Америка, треба време да стигне ехото. Сепак, е навреме.
Важно ли е да знаеме што е тоа што не го знаел Орвел? Може ли тоа да ни помогне нам?
Уредникот на ова издание порачува дека задачата на оваа книга е: „да ги поттикне политичарите да ги врзуваат своите зборови за фактите“ – вонредно амбициозна, всушност сизифовска задача. Како ќе биде постигната таквата цел и дали таквата цел е воопшто можна, ако целата книга е доказ дека политичарите немаат такви амбиции, односно политичарите се многу успешни кога со зборовите ги замаглуваат фактите? Тогаш, зошто би се менувале?
Следен елемент што треба да се проблематизира е повторно еден пасус од обраќањето на уредникот, каде што се посочува тоа што Орвел не го знаел, а тоа е: „како модерното потрошувачко општество ќе ја обликува пропагандата според сопствената форма“. Сеедно дали е намерно или ненамерно изврвтување, но, секако, е одличен пример на „орвелизам“: погрешниот израз создава погрешна слика за светот околу нас. Всушност, работите стојат обратно: општеството не ја обликува пропагандата, туку пропагандата го обликува модерното општество, и во тоа е проблемот!
За некои, поточно за поголемиот дел од јавноста ова не е проблем: тие се задоволни и убедени и од пропагандната политичка комуникација и од индустријата на забава дека бегството од критиката, од критичкото јавно истапување, бегството од слободата, е доволно за мирен и за среќен живот.
Пропагандната машинерија не ја создава ваквата среќа со задоволување на потребите, туку со создавање нови желби, за кои, подготвено, се нудат нови дози на забава, убедувања, ветувања, празни формулации…

На Македонско радио ќе слушнете „нашиот премиер“ или „нашиот претседател“, но нема да слушнете „нашата опозиција“. Исто така, во директен ТВ-пренос ќе дознаеме како и што работи Владата, но нема да можеме да имаме увид во записници од седници на Владата, а уште помалку да имаме пристап до договори, или анекси на овие договори, што Владата или министрите ги потпишале, на пример, Договорот за ОКТА.

Дали може книга што има ваква содржина, книга што има погрешен поднаслов да биде корисна за нас?
Дали, навистина, се работи само за „новото лице на американската политика“, или, можеби, гримасите и цртите на тоа „ново“ политичко лице, ако е воопшто ново, се присутни и на нашето политичко лице, па и на многу други политички лица? Какво е лицето на македонската политика, каква е политичката комуникација кај нас, дали и колку е активен критичкиот дискурс во македонската јавност, што ни кажуваат нашите медиуми?
Една од препораките на книгата е дека злоупотребата на политичкиот јазик ќе биде отстранета или барем намалена на минимум ако зборовите означуваат факти, а не вредности или чувства. Ако не ги знаеме фактите, не ја знаеме нашата околина и во неа не може слободно да се движиме, ниту да дејствуваме.
Во оваа смисла е корисна следнава паралела.
Лицето на американската политика: Авансираниот нобеловски миротворец, претседателот Обама, чиишто ветувања предизвикуваа невидена опиеност и кој од медиумите беше претставуван како спасител од неволјите што Буш им ги донесе на САД, сега бара Конгресот да усвои посебен акт за тајност на информациите од затворот во Гвантанамо.
Лицето на македонската политика: На Македонско радио ќе слушнете „нашиот премиер“ или „нашиот претседател“, но нема да слушнете „нашата опозиција“. Исто така, во директен ТВ-пренос ќе дознаеме како и што работи Владата, но нема да можеме да имаме увид во записници од седници на Владата, а уште помалку да имаме пристап до договори, или анекси на овие договори, што Владата или министрите ги потпишале, на пример, Договорот за ОКТА.
Несомнено, ваквите „лица“ не се близнаци, но сличноста е очигледна. Иако, кај двете лица има повеќе партии, комуникацискиот систем функционира едноцентрично. Таквите медиуми не се обременети со создавање јавност, нивна задача е да создадат публика, која ќе ја продадат. Тоа значи дека не постои слобода, која ќе биде ефикасно ограничување на моќта, па на овој начин се спречува, се сопира, секоја јавна дебата ако е надвор од дневниот ред на власта, односно ако е критична кон власта. Така и политиката станува бизнис со глобален заеднички именител: победа на следните избори, поголем рејтинг без оглед на цената и што помала одговорност во јавната размисла.
Во вакви услови политичката комуникација се кодира и се декодира како рекламна порака. Правилото е: не може да се види „раскошна русокоса“ покрај стар ’рѓосан автомобил! Исклучокот е можен, само ако русокосата е девојка на механичарот, кој прави чуда. Слично и „нашиот јунак“, „нашиот политичар“ секогаш ќе биде присутен таму каде што ќе се официјализира успехот. Претставува вистинска ерес тој да биде

доведен во врска, просторна или временска, со каков и да е неуспех.
Многу сум скептичен дека книгата ќе успее да ја оствари зададената задача, имено дека ќе ги поттикне политичарите да ги врзуваат своите зборови за фактите. Не верувам дека има политичари што се подготвени да бидат „предавници". Речиси е сигурно дека Обама ќе одлучи дека САД мораат да го засилат присуството во Авганистан. Кај нас, маглата околу спорот за името никако да се дигне. Од Глигоровото „ова ќе се среди за два месеца", па до Груевското „што и да направиме, колку и да сме добри, тие поради името ќе нѐ оценат негативно", недвосмислена е постојаноста во замаглување на фактите.
Тогаш, можна ли е промена? Да, можна е, но не затоа што ќе се сменат или се смениле политичарите, туку затоа што има медиуми, новинари, војници, граѓани, кои одбиваат послушност и се подготвени да бидат „предавници", подготвени се гласно да бидат против службеното „вјерују".
Во САД се дознава вистината за Ирак, кај нас станува видливо разграничувањето меѓу медиумите. Ваквата јавна дебата е нужна за да се гради свеста за доминацијата на манипулативната над когнитивната функција, да се гради свеста за нужноста од промената на ваквиот однос на силите. Ваквата задача ниту е „едноставна како боза", ниту е „лесна како пердув", но сигурно вреди да се заложиме за промена. Всушност, и успехот на манипулативната функција не е постигнат случајно, ниту, пак, е купен евтино. Ваква промена, претпоставува многу работа.

МОДЕРАТОР:

Благодарам.
Тоа што Орвел не можел да го знае, се вели во книгата, во триесеттите и во четириесеттите години беше дека тоталитаризмот и неговиот пропаганден апарат на крај ќе успеат да навлезат во внатрешната на душата на поединци. Најподложни на пропагандата се младите. Затоа би го замолила Марјан Забрчанец да ни каже што се случува со пропагандата на која се изложени младите. Дали тие можат и како можат да ја препознаат и да се заштитат од неа?

МАРЈАН ЗАБРЧАНЕЦ:

Благодарам Билјана. Благодарам и на Фондацијата за поканата. Ќе говорам од аспект на активист во „Младинскиот образовен форум", но и од комуникациски аспект за тоа како медиумите, јазикот на политичарите и симболите влијаат врз младите во ова општество, односно како ги потиснуваат, ги прават послушни и, да речеме, примерни во очите на власта.
Сосема е јасно дека извртената вистина, или ако сакате лагата, кон младите се пласира во огромна количина. Тоа е веројатно количина за која некој пресметал дека е доволна за да придонесе младите во следните неколку години да останат мирни, послушни и пасивни. Или, попластично кажано, тие што денес мирно стојат наредени пред студентски прашања, утре со наведнати глави да продолжат да висат пред шалтерите на државните институции.

Имам сомнеж дека, веројатно, постои некој прирачник за успешна пропаганда врз млади. Се обидов да размислам кои се клучните совети на тој прирачник. И сосема е веројатно дека тој прирачник, веројатно, воспоставува десет клучни услови за успешна пропаганда врз млади. Би сакал да ги наведам:
Сосема веројатно дека првиот услов е: Празни и нејасни министерски говори место учество на министрите во јавни дебати.
Вториот: Ладни и сиви домови на култура, а од друга страна, топли партиски штабови.
Број три: Турбофолкерски студентски забави, место библиотеки во студентските домови.
Четири: Веронаука место сексуално образование.
Услов за успешна пропаганда број пет: Студентски избори со два кандидата од иста партија. Место студентски парламент во кој студентите со хендикеп, студентите панкери, студентите од ВМРО, студентите од СДС и други ќе имаат еднаква можност да ги претставуваат своите идеи.
Шест: Поделени, сегрегирани и гетоизирани средношколци, место мултиетнички хепенинзи во училишните дворови.
Број седум: Црква на плоштад место рокенрол и техно-забави на плоштад.
Број осум: Агенција за темели на спортски сали место агенција за млади и за младински политики.
Девет: Повици за „смрт на Шиптарите и на педерите" место повици за почитување на туѓото и на различното.
И број десет: Националистички блогови со говор на омраза место динамични веб-страници на општините.
Треба да сме среќни што не се исполнети сите услови за совршено да функционира таа пропаганда. Но, функционира и е посолена со активноста на политичарите во медиумите и на кампањите. Посолена е со убаво спакувани лаги и со убаво спакувани извртени вистини преку овие алатки. Можеме да кажеме дека имаме среќа што подготвувачите на овие пропаганди и испраќачите на овие извртени вистини нѐ потцениле малку повеќе и заборавиле дека во тоа стадо овци има и по некоја црна овца, која препознава што се случува.
Затоа, би сакал да споделам мое мислење и мислење на мои истомисленици. Станува збор за еден вид анализа на тоа што се случуваше во 2009 година во врска со пораките што беа испратени кон млади и, воопшто, кон младинската популација. Издвоив три топ-лаги што пропаднаа во текот на 2009 година, односно што беа разоткриени.
Првата лага е на тема „етничките поделби кај средношколците во Струга". Се сеќавате дека во време на предизборието пред локалните избори беше актуелна поделбата на средношколците во Струга и тензиите што постоеја таму. Тогашниот министер за образование по долго заседавање во ноќта во Струга излезе со една убаво спакувана лага, која гласеше некако вака: Правиме сѐ за да ги изменаџираме проблемите со просторните капацитети. Значи, не стана збор за никаква етничка тензија. Не стана збор за никакво предизборие, за никакви местенки. Едноставно, тоа се спакува и се испрати во јавноста како просторен капацитет. Ден подоцна, истиот министер излезе со следна изјава и кажа: Ги решивме просторните капацитети, ги поделивме учениците во две згради. Но, заборави да ни каже дека тие две средни училишта во Струга беа последните

каде што средношколците не беа поделени во етнички смени и во етнички згради. Па, мораше и тоа да се заврши. Уште повеќе, следните денови, група од десетина средношколци од Струга собрале средства самостојно и отидоа во Скопје во „Холидеј ин“ да држат прес-конференција и да кажуваат дека не можат да учат со своите сограѓани, со младинците од истата општина.

Лага број два на тема „Образованието е моќ“. Слушнавме еден куп пораки колку е важно да се студира и колку е важно што повеќе млади да посетуваат високо образование. И колку е добро што се отвораат нови факултети место постојните да се приближат кон Болоња. Тука нема многу да коментирам. Само имам два факта што не ги смислив јас, туку се факти што покажуваат дека станува збор за уште едно извртување на вистината. Првиот говори дека на Машинскиот факултет во Виница за 120 слободни места се пријавиле само десет студенти. А, вториот говори дека на Правниот факултет во Велес 80 проценти од студентите се од Скопје, што малку ми се негира со тоа дека факултетите ќе бидат достапни за младите од помалите општини.

И третата лага. Можеби, не е лага. Можеби е празна порака, а е на тема „Ти си Македонија“. Се однесува на една кампања што сите нè покажуваше со прст и испраќаше една порака што за мене е само наслов без дополнителна аргументација. Се прашував многу пати, со многу луѓе дискутирав, што значи за нив и како ја разбираат пораката „Ти си Македонија“. Дали дека токму јас сум Македонија? Што не е точно. Македонија е и Јохан Тарчуловски, Македонија е и Владо Димов. Дали дека јас живеам во Македонија? Не знам. Се подразбира дека ние сме Македонија. Не е потребно некој со спотови и со билборди да комуницира со мене за да го сфатам тоа . Но, веројатно заборавија да ја измерат успешноста на кампањата. Кампањите постојат за да сменат јавно мислење, а јавното мислење се мери. Па, оттука можеме да измериме колку била успешна кампањата. Па, така, останува дилема колку од граѓаните од Македонија знаат во овој момент дека јас сум Македонија.

Една работа ги поврзува сите овие услови од тајниот прирачник за успешна пропаганда и овие три топ-лаги. А, тоа е еднонасочната комуникација. Мислам дека во 2009 година веќе треба и мора да се смета за зло еднонасочната комуникација, особено во време кога се залагаме за демократија, за отворено општество, кога секој трет збор на политичарите е „дијалог“ или „дебата“. Главни комуникациски алатки за убедување се билбордите и ТВ-спотовите – класични алатки на еднонасочна комуникација каде што не се остава простор да биде слушнато мислењето на другите. Еднонасочна комуникација во која те покажуваат со прст, а не дозволуваат да ги покажеш со прст. Еднонасочна комуникација во која поединецот е оставен сам на себе да размислува без да може да разговара во група. Комуникација во која е задушена јавната дебата на која толку многу се повикуваме.

И, конечно, за да стигнеме кај Орвел. Ако се прашаме што не знаел? Веројатно не ни помислувал дека во 2009 година на „фејсбук“ има 360.000 корисници од Македонија. И дека и покрај можностите и платформите што постојат за таа толку посакувана двонасочна комуникација и дискусија, сепак главните комуникациски алатки за убедување остануваат билбордите и ТВ-спотовите. Благодарам.

Главни комуникациски алатки за убедување се билбордите и ТВ-спотовите – класични алатки на еднонасочна комуникација каде што не се остава простор да биде слушнато мислењето на другите. Еднонасочна комуникација во која те покажуваат со прст, а не дозволуваат да ги покажеш со прст. Еднонасочна комуникација во која поединецот е оставен сам на себе да размислува без да може да разговара во група. Комуникација во која е задушена јавната дебата на која толку многу се повикуваме.

МОДЕРАТОР:

Благодарам Марјан.

Кај нас малку и тешко се дебатира. Затоа би сакала да го замолам Роберто Беличанец да проговори за злоупотребата на тоа што се стереотипи во формирање на политичката кампања и, воопшто, за создавањето на политичките кампањи во македонскиот простор.

РОБЕРТО БЕЛИЧАНЕЦ:

Во ова мое излагање ќе се обидам да одговорам на прашањата – како власта успева да ги хипнотизира масите до таа мера, што тие секојдневно заборавaат на тоа дека тоа што вчера беше вистина, денес е лага, а тоа што денес е вистина, утре ќе биде лага! Зошто политичката пропаганда на религиозната националистичка десница во Македонија е убиствено ефикасна и зошто граѓаните се претворија во хипнотизирана маса што рационалното размислување го оставила на полица во бања и заборавила да си го земе!

Дел од причините за тоа лежи во енергијата што во моментов оваа политичка опција ја има во светски рамки, особено по нападите на кулите близначки во Њујорк. Светските искуства и методи на пропагирањето на национализмот стигнаа и до Македонија. Тој национализам речиси по правило се претставува како патриотизам и се врзува за еден светоглед, кој во центарот повторно го става Бог.

Старата формула - наша земја, наш народ, наш Бог, воскреснува пред нашите очи, а нејзините промотори се невидено агресивни.

Но, да почнеме со ред!

Публиката – масите – стереотипите

Деведесеттите години во Македонија создадоа огромна пауперизирана маса очајници. Речиси не постои семејство во Македонија што не остана погодено од крајно неуспешната транзиција. Неуспешна, затоа што денес, 18 години од крахот на еднопартискиот систем, крвната слика на македонската економија останува крајно лоша – околу 60 проценти од

БДП се контролирани или преку буџетот или преку јавните претпријатија или, пак, се под контрола на двата големи политички блока преку „приватни“ бизнисмени што имаат нераскиниливи врски со едната или со другата политичка структура. Вториот факт е дека во земјата има 300.000 и повеќе невработени и третиот факт е ниската просечна плата! Ова укажува дека Македонија е далеку од идеалот на пазарно стопанство. Ако врз тоа се додаде и крајно поразителниот резултат од евроинтеграциските процеси што на публиката ѝ беа презентирани како светло на крајот на тунелот (крахот во Букурешт како реално фијаско на тој процес) – се добива слика на едно крајно разочарано општество, кое во моментов е комплетно збунето околу сопствените стратегиски интереси и во голема мера заробеник на дневната политика.

Македонија, едноставно, е еден коктел на негативни чувства и на разочарување од демократијата како уредување. Беше само прашање на време кога некој ќе заигра на месијанската карта. Всушност, обиди за тоа имало и претходно, но постојната политичка структура на власт воведе неколку иновации, кои се покажаа како вистинска формула за манипулирање на масите, при тоа демонстрирајќи неверојатна доза на политички цинизам и опортунизам.

Како што реков, неуспешната транзиција ги збриша граѓаните и почна да создава маси! Таа транзиција го искова првиот стереотип на кој ќе се потпре пропагандната машинерија на власта, а тој, наједноставно опишан, гласи „СДСМ ја ограби државата“.

Вториот и третиот стереотип со кој неизмерно се манипулира е создаден во конфликтот од 2001 година. И на двете страни, постојано гласни беа актерите што Охридскиот рамковен договор или не го признаваа или, пак, тврдеа дека е надминат како модел за решавање на етничките тензии, кои, пак, во голема мера останаа како пеколен подарок од последните години на распадот на СФРЈ. Оваа артикулација на јавната сцена во себе содржи опасна теза дека победата во вооружениот судир е украдена од страна на меѓународниот фактор и дека кога-тогаш тој судир повторно ќе пламне! Овде треба да се има предвид дека огромно мнозинство Македонци албанскиот бунт го доживеа како лична навреда и имајќи го предвид колективното паметење на прогони и на крвави расплети на сите обиди да се создаде македонска држава, го почувствува тоа како обид за конечно ликвидирање на Македонија и како држава и на Македонците како народ. Овие стереотипи се сведуваат на „Странците ги поддржуваат Албанците, ние сме жртва и нас никој не нè сака, сите се против нас како што секогаш и биле од Берлинскиот конгрес, па наваму“. И вториот „Охридскиот договор е неправедна отстапка, која бевме принудени да ја направиме затоа што државата ја водеше структура што е предавничката“. Како и да е, во свеста на многу луѓе Охридскиот договор, сепак, беше прифатливо решение како цена што Македонија може да ја плати за да стигне до европските интеграции.

ВМРО денес од политичко движење е комплетно престроено во Пи-Ар организација. Со цврста командна структура, со организациски единици што чепкаат до ниво на месни заедници, штабови што се во постојан контакт со населението. Пренесувачи на пораки на персонално ниво, медиумски јуришници со академски титули, кои на целиот спин му даваат медиумски шмек и, што е уште поважно, медиумски производи што на прв поглед немаат никаква врска со политиката, туку со забава или со суеверие.

Крахот во Букурешт, всушност, место да го повреди кредибилитетот на Владата, уште повеќе го зацврсти. Во моментот кога цела Македонија загуби, главниот виновник за тоа, премиерот Груевски, всушност, се врати во Македонија како победник. Груевски по Букурешт е пророкот, Давид што не го победи Голијат, туку се подготвува за следниот судир, тој што цело време беше во право. Шпанската серија со спорот за името меѓу Македонија и Грција од самиот почеток беше користена во пропагандни цели за константно зацврстување на стереотипот“ нас никој не нè сака“ и „ние секогаш сме жртва на неправда“ и на крајот како единствен изговор за неуспешноста на Македонија во евроинтеграцискиот процес.

Од друга страна, пауперизираното население постојано е во потрага по виновници за сопствената состојба и имајќи го предвид високиот степен на корупција во државата, постојано гладно за внимание поради чувството на заборавеност и на невидливост („да не дошол некој да нè види“, „никому не му е грижа како се чувствувам“, „Абе јас да сум власт, за 24 часа ќе ги наполнам затворите“). Оваа состојба душа дала за манипулација и за раководење со помош на пропагандна техника. Таткото на современата пропаганда или ако повеќе така сакате – Пи-Ар, Едвард Бернеј, во своето дело „Пропаганда – како медиумите ви го обликуваат умот“ – вели „Пропагандата е неупотреблива за политичарите, освен ако немаат да кажат нешто што публиката на свесно или, пак, несвесно ниво сака да го чуе“.

Но, тој, исто така, вели – „За политичар во современото општество не е важно да знае како да ги задоволи потребите на публиката туку како да го изврти нејзиното мислење“. Ова Орвел го знаел! Очигледно, тоа го знае и спин-докторот или спин-докторите на власта!

Иновациите на ВМРО

Организацијата! Првиот императив за воопшто да може да водите ваков Пи-Ар, кој, во суштина, чепка во корените на идентитетот на нацијата, си игра со стереотипите како да се лего-коцки, за да имплантира вредности во општеството, кое тоа или ги немало или, пак, биле маргинални, е да воспоставите организациска шема што беспоговорно го следи спинот на врвот!

ВМРО денес од политичко движење е комплетно престроено во Пи-Ар организација. Со цврста командна структура, со организациски единици што чепкаат до ниво на месни заедници, штабови што се во постојан контакт со населението. Пренесувачи на пораки на персонално ниво, медиумски

јуришници со академски титули, кои на целиот спин му даваат медиумски шмек и, што е уште поважно, медиумски производи што на прв поглед немаат никаква врска со политиката, туку со забава или со суеверие. „Миленко лејт најт шоу“, „Јади бурек“ и „Гласот на народот“ се денес медиумските топоси преку кои владата комуницира со јавноста! Тоа се нашите „дебатни емисии“.
Таа организација, во суштина, ја среќаваме кај Орвел. Партијата од „1984“ е идеалниот модел кон кој се стреми денешното ВМРО. Самата структура на партијата во пониските слоеви се состои од обични луѓе кои сè што имаат ѝ должат на партијата, па затоа воопшто не им претставува проблем да ги напуштаат довчерашните вистини во име на денешните. Вистината за нив нема никаква вредност. Вистината, всушност, нема никаква вредност за секој што е соочен со морничавото македонско секојдневие и со секојдневната битка да се преживее. Затоа, еден новопечен колумнист, кој сосема случајно, еден ден се разбуди како десничар, ќе воскликне „Лебот, тоа е слободата!“. Секој нормален знае дека лебот, всушност, е невидливиот синџир на капитализмот, но во Македонија, нормалноста и така одамна е луксузна стока!
Инвенцијата на ВМРО е организација што е во целост подредена на пропагандните цели со точно утврден систем на проток на информации внатре и надвор. Успехот на ВМРО е одржувањето на дисциплината во партијата на незапаметено ниво. Освен еден екскурс на сега сменетиот министер за финансии во кој се појави критика кон политиката на власта, во изминатиот период, дури и од отпадниците од системот, вие не можете да чуете ништо! Ваквата организација е сон за секоја Пи-Ар компанија.
Втората иновација на ВМРО е избегнувањето на апсолутно секаква јавна дебата било со опозиција, било со стручна јавност. Тоа покажува невообичаена свест за сопствената слаба страна – непостоењето политика и непостоењето капацитет за спроведување на таа политика. Дебатата, всушност, претполага личен капацитет на инволвираните. Но, личниот капацитет со себе ја носи опасноста од амбиција и од разногласие и, во суштина, претставува опасност за уривање на организацијата што пред јавноста секогаш мора да биде монолитен блок со еднонасочна комуникација.
Третата иновација на ВМРО е употребата на органите на прогон и судството во функција на пропаганда. Тоа е модификација на познатиот двоец терор и пропаганда употребуван од страна на тоталитарните системи во 20 век. Модификација, затоа што теророт не е масовен туку селективен и го користи методот на т.н.. „Televised Justice“. Оваа варијанта не оди подлабоко од прикажување на спектакуларните апсења или, пак, објавувањето на поднесените кривични пријави во јавност. Апсолутно е небитна нивната оправданост или издржаност од правна гледна точка. Битна е нивната медиумска употребливост. Посебна варијанта на оваа иновација е употребата на даночните органи што се претворени во еден вид тајна полиција што спроведува специфичен вид фискален терор и се користи како ударна тупаница во подготвувањето на голем дел од случаите што потоа завршуваат на екраните.
Четвртата иновација има алхемиски димензии – тоа е постојаната активност – „работиме 24/7“. Публиката се држи во постојана напнатост со темпо на „решенија“ за одредени проблеми, кои создаваат впечаток дека власта е одговорна и секогаш апдејтирана со моментните предизвици како во светот, така и кај нас. На тоа ниво манипулацијата е речиси дневна. Речиси не постои состојба за која Владата не произведе решение. Тие решенија се, обично, крајна ступидарија, која, во суштина, личат на ситуација во која болен од леукемија третирате со аспирини – еве само два примера: На порастот на цената на бензините владата се спротивстави со две мерки – ги намали патарините и ја симна акцизата на хибридните возила (во Македонија во време на донесувањето на мерката се продаваше само едно такво возило – „тојота приус“, со цена од околу 24.000 евра), а во пакетот на антикризни мерки се намали еколошката такса за внесување стари фрижидери во земјава!
Последната иновација е претставување на партијата како идеолошки ентитет заснован на патриотизам, религиско–морални вредности и квазинеолиберална економија. Тоа е битно за да се претстави партијата како заедница на кохерентна идеолошка структура, која е позиционирана во политичкиот спектар како тотална опозиција на системот, кој ја произведе пауперизираната маса. ВМРО инсистира на теоријата на дисконтинуитет и тој дисконтинуитет не е тотален! Тој дисконтинуитет е временски лимитиран на транзициските години и на годините кога Македонија била во составот на СФРЈ. Паролата на тој дисконтинуитет е зборот „Преродба“. Тоа што тој збор, во суштина, значи е преминување и себеамнестирање на периодот што масите го сметаат како извор на своите секојдневни маки. Од друга страна, а од истите причини ВМРО инсистира на континуитет, континуитет со традицијата на оригиналното ВМРО и воопшто со традицијата како митско место на подоброто живеење. Проблемот со тој настап е што тоа што ВМРО, во суштина, го прави е фабрикување нов традиционализам. Оваа оксиморонска формула е суштината на прифатливоста на пропагандата. Таа формула овозможува од еден ист центар да се заговара веронаука во училиштата, црква на плоштадот, кампања против абортус, трето дете и нешто сосема спротивно – компјутеризација на училиштата, електронска влада и европски интеграции. Формулата на ВМРО е едноставна, ние сме мостот, ние сме и минатото и модерното во едно.

Убиство на реалноста

Власта успешно ги комбинира постојните предрасуди и стереотипи и со нив си игра како со лего-коцки. Таа многу добро знае дека телевизиското време истекува многу побрзо отколку реалното. Вие денес во Македонија може да бидете казнети, обвинети и воопшто вашиот живот да заврши во две минути на вести. Концептот на телевизиска правда ви го овозможува тоа. Инструментот е двонасочен – од една страна го повредувате противникот, од друга страна на масите им даваат да го почувствуваат мирисот на крв и да ги задоволат своите страсти за одмазда. Жртвите на овој концепт се внимателно избирани – поединечно и групно. Апсењата на луѓето што работат на патарина и полицајци што работат на гранични премини се особено интересни. Изборот тука е

правен по логиката на обичниот човек, прашајте се и сами колку пати ве изнервирало однесувањето на овие луѓе. Колку пати сте биле сведок на ситен поткуп или на пропуштање возила без патарина. Колку пати сте рекле, нема држава или во нормална држава ова не може да се случи. Колку пати сте помислиле дека ваквото однесување треба да се санкционира. Е, сега го добивте. Власта е исполнувач на вашите најстрашни желби.

Долга е камерата на ВМРО и таа кога-тогаш ќе ве сними! Судските резултати се апсолутно небитни, апсолутно нетелевизиски и, освен во ретки случаи, сосема ирелевантни од пропаганден аспект. Поважно е да се натовари јавна стигма отколку да се процесира одреден предмет. Во некои стари времиња тоа се викаше линч – денес тоа се вести!

На стереотипот за напуштеност на масите – Владата одговара на тој начин што испраќа министри по зафрлени села. Додека сите политички аналитичари тврдат дека на Антонио Милошоски местото му е на состаноците во Брисел, Груевски знае дека местото му е во Обршани! Таму тој е апостол, пратеник на таткото што ете, конечно, дојде да не види. Ефектот е нула ако тој се мери според мерилата на реалните интереси на државата. Но, ефектот е + бесконечност за спинот на власта, која се грижи за секој поединец.

Власта успешно ги комбинира постојните предрасуди и стереотипи и со нив си игра како со лего-коцки. Таа многу добро знае дека телевизиското време истекува многу побрзо отколку реалното. Вие денес во Македонија може да бидете казнети, обвинети и воопшто вашиот живот да заврши во две минути на вести. Концептот на телевизиска правда ви го овозможува тоа. Инструментот е двонасочен – од една страна го повредувате противникот, од друга страна на масите им даваат да го почувствуваат мирисот на крв и да ги задоволат своите страсти за одмазда.

На крајот, само сакам да нагласам дека нашата портокалова револуција (која е злоупотреба на туѓи симболи) сè уште има многу енергија и допрва ќе гледаме примена на пропагандни техники на дневно ниво. Сè додека, навистина, не заборавиме сè што знаеме дека е реалност!

Исто би нагласил и дека сум пристрасен. Последен пат кога проверував – лажењето и манипулацијата во моралниот систем на човештвото сè уште беа зло. Секаков обид за непристрасност е соучесништво!

Толку.

МОДЕРАТОР:

Благодарам Роберто. Внесе многу поголема живописност во нашата дебата, која почна прилично депримирачки. И тоа што го кажа Роберто е депримирачки, но јазикот што го употреби почна и да нè забавува. Јас би направила една мала промена во дневниот ред од едноставна причина што Сашо Ордановски е тука со нас, а ќе мора да замине и би сакала да се вклучи во овој дел од дискусијата. Така што претпоставувам немате ништо против, и би му дала збор на Ордановски. Повелете.

САШО ОРДАНОВСКИ:

После одличниот говор на Роберто мислам дека темата е речиси „затворена“. Но, пред и јас да се осврнам на некои аспекти, сакам да кажам две работи. Прво, преводот на книгата навистина е извонреден. Многу ми е драго што конечно имаме таков превод на политички текст, бидејќи се работи за суптилен политички јазик на англиски. Во англискиот јазик финесите во вакви текстови се многу важни.

Второ, точно е дека е „Долга камерата на ВМРО...“, ама „Кој дигнал камера - од камера ќе умре!“. Во таа смисла, јас немам никакво сомневање како ќе заврши ова „камерманствово“.

Сепак, ова друштво што сме се собрале овде ми изгледа по малку тажно, бидејќи се прават одлични анализи, но тие ништо не влијаат врз стварноста. Знаете, јас секојдневно се занимавам со праксата и „технологијата“ на Орвеловите теории и идеи за јазикот, медиумите и политиката, па ја голтнав книгата за два дена. Во неа има неколку прекрасни есеи, како што има неколку просечни и неколку лоши. Но, она што Орвел не го знаел во своето време - не ја знаел телевизијата како медиум. И не знаел до каде таа манипулативна способност на телевизијата може да отиде во однос на односите во општеството.

Обично, кога со нова генерација студенти почнувам предавања за некоја област од новинарството или медиумите, првиот час секогаш е посветен на едно прашање: Со што треба да се занимава новинарството? Како што можете да претпоставите, 90% од одговорите се дека новинарството треба да се занимава со - **вистината**. Обично, на шега им велам на моите студенти по новинарство дека веднаш би ги пратил кај Ферид Мухиќ на Филозофски, бидејќи вистината е филозофски поим. Многу малку ќе се сетат дека новинарството, всушност, треба да се занимава со презентација и истражување на **фактите**, од кои потоа ќе произлезе вистината, а понекогаш и различните вистини. И она со што треба да се учи на факултетите за новинарство е, всушност, занимавањето со фактите.

Гледате, тоа е суштината на нашиот проблем. Мислам дека Груевски не лаже свесно. Искрено мислам дека човекот нема намера да лаже свесно, туку тој само се занимава со конструирање на својата вистина, без разлика, а често и наспроти фактите! Што се вели, дајте ми пет факти и

можам да ви направам пет различни вистини од истите пет факти. Во што е разликата? Разликата е - контекстот. Тоа – контекстуализирањето на фактите - е суштината со која се занимава новинарството. Како се конструира контекстот? Е, за тоа треба стручност, за тоа се потребни професионални новинарски стандарди. Оти, не е проблемот во фактите сами по себе, бидејќи ако фактите ви се погрешни, тогаш нема ништо од разговорот, тогаш лажете. Но, ако ви се точни фактите, сè уште не значи дека сте дошле до вистината, доколку тие факти, намерно или ненамерно, не знаете да ги контекстуализирате. Затоа, занимавањето со *фактите* и со *вистината* се различни, иако поврзани работи. Со тоа се занимава Груевски - со поинакво контекстуализирање на фактите.

Владеачкиот проект на ова ВМРО започна и пред 2006 година и тој проект не е случаен. Тоа е добро промислен проект, стратегиски поставен. Знам за некои луѓе кои, претпоставувам, го советуваа Груевски за остварување на тој проект. Вие не ги знаете, бидејќи не се од Македонија. Тоа се исклучително добро образовани луѓе, некои од нив учеле и на Харвард, но не се Американци. Тие се експерти за оваа област, за тоа како на различен начин да се контекстуализираат фактите. Тие разбираат една суштинска работа во занаетот на контекстуализирањето на фактите, а тоа е природата на производите, па макар тие да се и политички производи: имено, производите што се нудат на пазарот имаат *опипливи* (tangible) и *неопипливи* (intangible) карактеристики. Да ви поедноставам - со опипливите карактеристики на производите (значи, колку врати, тркала, коњски сили и кубни сантиметри има едно *бе-ем-ве*) се занимава маркетингот; но со неопипливите карактеристики на производите (односно, кои чувства ги предизвикува истото тоа *бе-ем-ве* во црвена металик боја кога ќе застане на семафор, со раката на возачот лежерно потпрена на симнатиот прозорец) се занимава PR-от, односно вештината за градење на односи со јавноста. Значи, фактите за тој производ се исти, но вистината за него, чувствата што тој производ ги предизвикува кај оние кои го набљудуваат или го конзумираат може да бидат сосема различни.

Гледате, мислам дека со тоа се занимава тимот за односи со јавност на Груевски, се труди да ни го продаде истиот производ, различно спакуван, за да предизвика поинакви чувства. Тоа значи со производство на една нарација која што е строго контролирана, во којашто нема случајности, којашто е до извесна мера и предвидлива, а на масите им се „продава" со еден агресивен популизмот. Но, како што е познато, популизмот медиумите ги користи не за *информирање* на јавноста, туку за *мобилизирање*. Тоа е суштински различно, бидејќи се однесува токму на контекстот и на тоа како ги моделирате фактите за да претставаат одредена вистина. Во таа смисла, севкупната јавна активност на Владата е во мобилизација на масите, односно гласачите. Моделот со којшто владеат е релативно едноставен, во некои теории се нарекува хигиемоистички модел на владеење, а се состои од два елементи, утврдувани уште пред ВМРО да победи на изборите во 2006 година. Трошењето на државниот буџет се во суштината на тие елементи: од една страна, големо вработување во државната администрација и големи програми за државни субвенции на цели сектори во економијата, со што голем дел од граѓаните ги правите зависни од приходите што им ги дава државата; и, од друга страна, големи пари кои се трошат за пропаганда на „новата стварност". Со примена на оваа формула за владеење ВМРО во секој момент обезбедува стотици илјади гласачи спремни да гласаат за оваа власт, бидејќи го држат народот и зависен и омамен. Затоа нема разговори со ММФ, бидејќи ММФ прво бара кратење на буџетот. Затоа е дуплиран државниот буџет од тој што го затекоа во 2006 година, иако ниту економијата ниту стандардот на народот не е дуплиран. Ама, им требаат пари за да ја одржуваат масата со која владеат.

Во 2006 година и во „Форум" и во „Транспарентност Македонија" точно ги детектиравме сите овие работи, цртавме мапи како тоа ќе изгледа. Точно знаевме кои конкретни интереси стојат зад „надежните млади технократи". Овој модел на владеење ќе опстане сè додека има пари да се „тркала", сè додека имаат доволно средства за држење на 200-300 илјади луѓе на државни плати и субвенции и додека имаат доволно пари за трошење во медиумите.

Во „Транспарентност Македонија" предвидовме уште за 2007 и 2008 година дека трошат 1-2% од буџетот за пропаганда. Тоа значи дека кога на македонскиот телевизиски рекламен пазар, кој чини околу 20-30 милиони евра годишно, ќе влезете со 5-6 милиони евра годишно со државни пари за пропаганда, правите таква интрузија, такво пореметување и деструкција на пазарот, што потоа не е тешко да завладеете со комерцијалните телевизии – или барем со оние на кои им давате милионски суми од државата. Значи, за овој метод на владеење треба само да бидете решени да не штедите од туѓите, јавни пари. И не штедат! Не штедат, бидејќи имате неколку клучни телевизии кои што добиваат милионски суми евра годишно, нешто директно, преку рекламни кампањи, а еден дел и индиректно, преку разно-разни бизниси на газдите на телевизиите. Ако на тоа ја пресметате и економската криза, во која и онака другите комерцијални приходи на телевизиите драстично опаѓаат, тогаш имате директно воспоставување на таа медимско-владина врска.

Методот на владеење е оној на Хуго Чавез – „Ало президенте!", директна комуникација со масите за нивна мобилизација. Со тоа што Хуго Чавез барем сам го води шоуто, сам го дига телефонот: „Ало, президенте, јас сум од таму и таму, кравите ми умреа", одма утре да му се испрати помош на човекот... Кај нас, пак, оној сирот заменик министер за социјала, не знам како се вика, штом ќе се појави некоја вечерна телевизиска сторија за седумчлено семејство кое живее во беда, уште идното сабајле го посетил семејството и во калта дава изјава дека до вечер владата ќе оддели не-снам-колку денари за помош на семејството. Човекот, практично, виси на закачалка и е најредовен гледач на телевизиските вести! Тоа е системот.

Како политичка последица од ваквиот начин на владеење, владата е опседната од својот рејтинг. Тоа се вика „Governing by the polls and not by the goals". Рејтинзите го снимаат „пулсот", успешноста на методологијата со која се владее,

создаваат зависност за нивно дневно следење. Еден мој пријател, кој работи во една од агенциите кои го мерат тој рејтинг на Груевски и на владеачката партија, се обидел таму некаде да им каже дека е беспредметно да се мери рејтинг два пати неделно, бидејќи од понеделник до петок ништо суштински не може да се смени ако ништо суштински не се случува во јавноста...

Но, има уште неколку аспекти кои се врзани за „играта“ помеѓу вистината и фактите. Имено, за мобилизирање на јавноста, „вистините“ сервирани од власта се поприфатливи од самите факти што се користат за сервирање на тие вистини. Во вештините за односи со јавност се вели дека „Фактите ја делат јавноста, вистините ја множат!“. Зошто? Затоа што фактите тераат на размислување. Фактите ја тераат јавноста самата да се определи, самата да изгради вистина врз основа на фактите. А јавноста е многу инертна, таа не сака да биде туркана да се определува, особено кога фактите се неповолни за стереотипите со кои живее јавноста. Таа сака да размислува црно-бело, да се вклучи во „третиот чин“ и веднаш да види кој изгубил, а кој победил, веднаш да разбере кој е добриот, а кој е лошиот. Во таа смисла за јавноста „изџваканите“ вистини се многу поприфатливи, отколку голите факти.

Во таков контекст „на сцената“ настапуваат владините експерти за односи со јавност. Вешто играат и скапо ги „џвакаат“ вистините за владеењето на Груевски, без разлика на тоа што го говорат фактите од тоа владеење: стандардот опаѓа, стопанството тоне, корупцијата се множи и по вертикала и по хоризонтала, а во пораст се само сиромаштијата, стравот, меѓународната изолираност на земјата и кривичните дела од секој вид. И рејтингот на Груевски!

Проблемот со ваквиот начин на владеење е што тој многу скапо чини, затоа што кога не ја менувате стварноста, туку само се обидувате да ги промените перцепциите на јавноста за истата таа стварност, тој потфат бара голема инвестиција во пропагандни цели. Со други зборови, кога не владеете демократски, кога не работите на остварување на стратегиските цели на нацијата и на државата, кога почнувате да крадете преку секоја мерка, пропагандниот трошок за „растегнувањето“ на преродбеничката прикаска насочена кон перцепциите на јавноста не доаѓа ефтино. Скапо чини да ја убедите јавноста дека е можно да уапсите 200 души на патарина заради корупција, но никој во раководните структури во власта, па дури ни во злужбата за наплата на патарини, за тоа да не понесе одговорност. Како е можно со недели да апсите цели автобуси корумпирани полицајци, а никој од раководството да не сноси одговорност? Сè е поскап пропагандниот напор СДСМ да биде прогласен дека е виновен за сите скандали и неуспеси на оваа власт. При тоа, таквиот напор не е скап само во смисла на потрошените државни пари, туку во смисла на сите ресурси – и човечки и политички и материјални...

Сето ова говори дека се работи за еден механизам на владеење со точно определени политички цели. Планот на ВМРО не подразбира интеграција на Македонија во ЕУ. За НАТО се беневалентни - ако влеземе, нема да ни пречи; ако не влеземе, и тоа не е страшно. Но, за Европска унија беа јасно против влегување, бидејќи сакаа прво да го завршат „идентитетскиот“ проект на вмроизирање на државата и прераспределба на општествениоит статус и богатство, при што поинтензивното инволвирање на контролните нивоа на ЕУ во една успешна евро-интегративна приказна ќе ги спречеше во таквите намери. Значи, за ЕУ имаа јасен план да го одложат нашето интегрирање. Од една страна, некој како Ивица Боцевски, без никаква релевантна политичка тежина, требаше да ја „замајува“ јавноста со наводните напори за евро-интегрирање на земјата и арогантно да ја брани политиката на Груевски, додека зад таквата фасада се довиваше процесот за општествено-политички преврат. Тој преврат се претвори во еден социјален инженеринг кој не ја опфаќа само растечката државна администрација, туку длабоко навлезе во цели други општествени слоеви коишто треба да се стават под контрола на партијата на Груевски: здравството, образованието, медиумите, бизнис-заедницата... Сè до последниот кревач на рампи по паркинзите! На пример, денеска веќе нема шанса да излезете на пазар и да направите каква било бизнис зделка, а на другата страна да не се појави државата како партнер во зделката! Или, погледајте го примерот со Машинскиот факултет во Виница: поевтино ќе беше, на државна сметка, да ги испратевме тие три-четири студенти од тој факултет да студираат во Италија, барем италијански ќе научеа и ќе се стекнеа со најдоброто болоњско образование, отколку оваа карикатура од студирање што за скапи пари се организира по македонската провинција.

Во таква ситуација, пропагандата има и дополнителна цел за остварување, да ја убеди јавноста дека растечките комунистички и социјал-демократски мерки по кои посега власта во владеењето се, всушност, идеолошки десно ориентирани. Погледајте го тој судир меѓу фактите и „прeџваканата“ вистина: Македонија ја има една од најголемите влади во Европа, со најголем број министерства и приклучна администрација, со државен буџет кој секоја година се дуплира за да ги задоволи сеприсутните комунистички манири на власта да владеат со секоја пора во општеството! Е, па, затоа „десничарските“ реклами на оваа власт мора да се од година в година сè поскапи, за да ја „покријат“ левичарската реалност во која живееме.

Но, кругот полека се затвора, за плаќање на сметките за ова неодговорно и штетно владеење има сè помалку пари.

МОДЕРАТОР:

Благодарам Сашо.
Продолжуваме со кампањите на Владата, тоа што го добиваме како наша порција преку медиумите, особено преку телевизиите.

АЛЕКСАНДАР ИВАНОВСКИ:

Благодарам. Јас ќе зборувам во ова излагање за еден спот од кампањите што почнаа да се емитуваат во текот на 2008 година, а кои и неодамна сè уште се емитуваа, не со толкав интензитет, се разбира. Имено, овие кампањи беа дел од мојата дипломска работа и дел од квалитативната анализа со наслов „Вредностите и пораките во владините спотови од 2008 година". Тогаш кога ја изработував дипломската немав можност да ја прочитам оваа книга, ја прочитав сега и открив, или сакам да верувам дека открив, дека и Орвел бил мој ментор за времето на работењето на дипломската.

Имам подготвено еден текст во кој е еден дел е од дипломската работа, па би преминал веднаш на читање.

Телевизијата веќе одамна е неизоставен дел од човековото функционирање, додека телевизорот и во „времето на компјутерот", сè уште го зазема централното место во домот. Ова ѝ придава на телевизијата не само огромна важност, туку и огромна одговорност за тоа како и во кој правец ќе се насочи аудиториумот.
Овде нема да зборувам за економскиот сектор, кој, навистина, ги користи сите можни средства за да придобие потрошувачи. Овде ќе прикажам само еден видеоспот, кој е изработен во една од владините кампањи во 2008 година. Спот, кој е производ од највисоката и најмеродавна институција во секоја држава и кој не би требало да се служи со „најозлогласените" форми на пропагандата.
Станува збор за видеоспот со Алберт Ајнштајн, кој е изработен во рамките на кампањата „Знаењето е сила, знаењето е моќ". За тие што сè уште се обидуваат да се сетат на него, во продолжение краток опис на истиот.
Во овој видеоспот е претставено училиште во периодот од 1880 до 1890 година. Наставникот го почнува часот со следнава реченица: „Сега ќе ви докажам, дека ако Бог постои, тогаш не е добар. Дали Бог создал сè што постои? Ако Бог создал сè, тогаш тој го создал и злото. Тоа значи дека Бог не е добар". Веднаш по ова го прекинува еден ученик и го прашува професорот „дали постои студено"? Одговорот што го доби од наставникот е следен: „Се разбира дека постои. Никогаш не сте почувствувале студ?" На ова ученикот вели дека „студот не постои. Според законите на физиката, тоа што го сметаме за студ е само недостиг од топлина". Потоа ученикот го прашува професорот „дали постои темнина"? Професорот одговара потврдно, а ученикот вели дека темнината е „само недостиг од светлина". Потоа ученикот додава дека „Злото не постои, исто како студот и темнината. Бог не го создал злото, тоа е само нешто што се случува каде што Бог сè уште не допрел". Додека ги изговара овие реченици наставникот ја наведнува главата, а кога ќе заврши, ученикот седнува и до него се испишува: „Алберт Ајнштајн (1879 – 1955)" На крајот од видеоспотот се појавува логото на кампањата за ОБРАЗОВАНИЕ, а под неа слоганот: „Знаењето е сила, знаењето е моќ".
Ова видео беше едно од вкупно десет спотови што беа предмет на мојата квалитативна анализа потребна за изработка на дипломската работа. Произлезе дека вредностите што се пласираат со овој спот се веќе содржани во поднасловот: „*Религијата* е знаење, исто така. Враќање на религијата во училиштата". Понатаму, не може а да не се забележи дека девојчињата во овој спот се јавуваат само во улога на декор, а главните ликови „ги толкуваат" малиот Ајнштајн и професорот. Со ова се промовира терминалната вредност *нерамноправност,* т.е. *полова нерамноправност...* Меѓутоа, тоа што е, можеби, најстрашно е фактот што не постојат докази дека дијалог воопшто се случил. Оваа интернет-шпекулација циркулирала без името на Ајнштајн и пред 2004 година, а оттогаш, па наваму (откако некој го напишал неговото име), циркулира како речиси идентична верзија прикажана на овој спот со таа разлика што во оригиналната приказна станува збор за студенти и за универзитетски професор. Исто така, не е можно младиот Ајнштајн да го презентирал овој аргумент. Во неговите автобиографски забелешки, тој изјавил дека иако неговото еврејско семејство не било религиозно, тој развил длабока религиозност како дете што е Евреин, но таа религиозност згаснала кога навршил 12 години. Тој вели дека развил скептичен став, кој никогаш не го напуштил. Тој направил поврзувања со Бог многупати и во многу околности, но, исто така, рекол дека не верува во некои од приказните во Библијата и дека не верува во „personal God".
Првото несовпаѓање меѓу овој спот и „оригиналната приказна" е главниот лик (Алберт Ајнштајн), а второто несовпаѓање е следново: во оригиналната приказна станува збор за студенти, а во ТВ-спотот се прикажани ученици што се најверојатно четврто одделение. Разбирливо, кога ќе се земат предвид околностите кога се појави т.е. во период кога требаше да се поткрепи веронауката и особено ако се земе предвид поднасловот на овој спот: „Религијата е знаење, исто така. Враќање на религијата во училиштата". Направени се само „мали адаптации", за видеоспотот да ја постигне целта, без разлика дали се пласираат вистини, т.е. накратко кажано ова е типичен пример на „целта го оправдува средството".
За крај би додал дека: верувам дека може да се има разбирање за луѓе, организации и институции што промовираат идеи во кои веруваат и кои се обидуваат да ги наметнат. Но, верувам дека не може да се има разбирање кога тие сакаат тоа да го постигнат по секоја цена и кога се служат со непроверени информации, полувистини или лаги.
Во овој случај, промовирање на религијата и враќањето на религијата во училиштата преку спотот со Ајнштајн, спот, чијашто приказна е непроверена и најверојатно лажна, е морално и етички неоправдано.

Благодарам.

МОДЕРАТОР:

Благодарам Александар.
Позастрашувачка перспектива од злоупотребата на јазикот е злоупотребата на информацијата. Значи, страшно е кога се злоупотребува јазикот, но уште пострашно е тоа што го имаме денеска, а тоа е злоупотреба на информацијата.

Мислам дека Дамјан Здравев има многу да каже на оваа тема поврзано со тоа што се случуваше на плоштадот.
Повелете.

ДАМЈАН ЗДРАВЕВ:

Благодрам. Да се придружам кон честитките за преводот. Навистина суперпревод, барем за мене. Јас ја прочитав книгава, уредно си фаќав белешки за да не бидам како некој од нашите политичари, кои критикуваат и промовираат книги што никогаш не ги прочитале.

Суперкнига, суперкоментари, суперbegin есеј, кој го прочитав сега првпат кога ја читав книгава. Деновиве, додека се подготвував за дебатата ја прелистував книгата и постојано некако се зборува за името, пак се навраќаме на онаа позната реторика, заложба, посветеност, треба да се затвори прашањето, одговорност, бла, бла... И празно е, нема никаква смисла. Можам вака да набројувам многу без да кажам ниедна конкретна работа. Не дека термините што тие ги употребуваат немаат значење, меѓутоа константноста и контекстот во кој се употребуваат ги прават едно нејасно и матно наше секојдневие. Ние тоа секојдневие го живееме, секој ден и токму во тоа секојдневие творците на јавниот дискус демонстрираат каква е моќта на реториката врз реалноста. Реториката што тие ја користат ја создава нашата реалност, односно ја создава нивната реалност, која сакаат да ја видат. Во овој есеј, Орвел, само на начин својствен за него ја коментира и го анализира јазикот и неговата употреба и злоупотреба. Но, кога се зборува за Орвел, мислам дека не може да се зборува само за ова дело. Веднаш помислуваме на целото негово милје и на целиот негов опус со другите дела.

Во контекст на денешнава дебата сакам малку да позборувам за известувањето на медиумите од оној протест од 28 март на плоштадот, и според тоа, цензурата и автоцензурата со која се соочуваме.

Имено, како еден од учесниците на тој протест и млад човек и активист што сака да учествува во јавните дискусии, многу често се среќавам или, можеби, јас имам таков впечаток, со тие изветвени изразни средства и недостиг од прецизност на кои ни укажува Орвел во својот есеј. Барем мене ми се чини ова логично бидејќи автор на нашиот јавен дискурс се партиските елити. Ова е една широка тема за која ние можеме да дискутираме многу време, но јас сум длабоко убеден во тоа дека партиите се тие што го диктираат темпото во нашето општество и околу нив се врти сè. Тие се најчесто застапени во медиумите и мислам дека од нив во целост зависи функционирањето на општеството. Секоја чест на исклучоците или на малите групи што функционираат надвор од тие кругови, меѓутоа главно партиите ни наметнуваат како да живееме.

За каква било промена кај нас е потребна политичка волја. За парногреење во студентските домови треба политичка волја, за реформа во судството треба политичка волја, за подобро здравство, пак, треба политичка волја. За сè треба политичка волја. Ако нема политичка волја кај нас, ми се чини за џабе е сè.

За нормални избори, исто така, треба политичка волја. Па, така, и за нормална јавна дебата во едно општество треба политичка волја. Ако ја немате таа политичка волја ќе се случи да ви дојдат млади момчиња без коса и со мускули и стари госпоѓи со икони и да ви ја прекинат јавната дебата, да ве нашлакаат, да ве натепаат, да ве испцујат и да ве навредуваат. Бидејќи партиските елити немаат аргументи и со тоа немаат кредибилитет и основа да учествуваат во тие јавни дебати, нив им е многу полесно да ги забранат тие јавни дебати. Со тоа да го забранат јавното артикулирање на ставови, што за мене е страшно. Така барем јас во последниве неколку години се изнагледав систематско и тоталитарно оневозможување на јавни дискусии и постојано заметкување на јавноста, дефокусирање на јавноста од суштинските проблеми, кои, всушност, ја докажуваат неспособноста на тие партиски елити.

Бидејќи партиските елити немаат аргументи и со тоа немаат кредибилитет и основа да учествуваат во тие јавни дебати, нив им е многу полесно да ги забранат тие јавни дебати. Со тоа да го забранат јавното артикулирање на ставови, што за мене е страшно. Така барем јас во последниве неколку години се изнагледав систематско и тоталитарно оневозможување на јавни дискусии и постојано заметкување на јавноста, дефокусирање на јавноста од суштинските проблеми, кои, всушност, ја докажуваат неспособноста на тие партиски елити.

„ЦРКВА - НЕ, ПЕДЕРИ – ДА“!

Ако ги погледнеме текстовите што се објавени во медиумите, веднаш по настаните од 28 март можеме да извлечеме неколку заклучоци. Но, пред да влезам во заклучоците, малку ќе се автоцензурирам и веднаш ќе кажам дека во ниеден момент не се обидувам да ги толкувам овие текстови или да зборувам за нивниот квалитет, само ќе се обидам на некој начин да ги пренесам аргументите.

На „А1“, првиот текст што се објавува на 28 околу 13 часот вели дека на скопскиот плоштад се случила масовна тепачка. Студентите од архитектонскиот факултет со сила беа спречени мирно да го изразат својот став. Јас се согласувам, ова е мое субјективно мислење бидејќи бев учесник на тие настани, тоа е моето видување на настаните. Од друга страна, на „Сител“ околу 13 часот, изворот им е МВР, вели дека инцидентот на плоштадот „Македонија“ дошло до судир меѓу две групи. Мислам дека понатаму ако ги погледнете овие текстови ќе видите дека медиумите кај нас сакаат да цитираат формални извори и тоа е супер, ама кога формалниот извор ви пласира

корумпирана вест, која е тенденциозна, тогаш и автоматски следењето и проследувањето на таа информација во медиумите излегува дека е неточна. И тогаш ни се медиумите виновни. Е не се виновни медиумите, виновно е Министерството бидејќи вели дека имало судир, кога апсолутно, сите тие што беа присутни или го видоа тој настан знаат дека не дојде до судир меѓу две групи, туку дека една група беше нападната од друга.

Само за илустрација, ако, исто така, на „А1" во 19 часот се зборува за пратеникот на ВМРО-ДПМНЕ и директор на Агенцијата за млади и спорт Ивица Георгиевски, кој повикувал на протест, и повторно веднаш почнуваат да се референцираат партиските извори, истото се случува и на „Сител". Меѓутоа на еден поинаков начин. Се цитира премиерот Груевски, за кој, патем речено, неговата изјава ми е најсимптоматична, а вели дека не знае што точно се случило на настанот, ама со сигурност знае дека тој протест го организирал Грчев и дека бил организиран од СДСМ и дека тоа го направила Соња Исмаил. Соња Исмаил не беше таму, прати некој мејл, ама таа им е виновна за сè.

За да се надоврзам на оваа компарација ќе земам и неколку печатени медиуми. Инаку, некаде истата ситуација е во споредбата на „Канал 5" и на „Телма". Првично се пласираат информации за веста, а веќе во вечерниот термин се цитираат и во фокусот доаѓаат партиите бидејќи тие се кај нас релевантните извори на информации.

Во „Утрински" има напис што се случило, инцидент меѓу две групи на плоштадот „Македонија", се наведуваат организаторите итн. И потоа доаѓаме до мојот омилен извор на информации во последно време, неодамнешниот добитник на награда за толеранција, тоа е дневниот весник „Вечер", и со сиот ризик дека ќе си забележам со нивниот главен уредник, кого искрено многу го ценам и почитувам, морам да ви прочитам неколку наслови од првата анализа и од првиот текст што беше објавен во Вечер. Значи, насловот е нормално „Хаос и немири - Бранко се враќа". Вториот поднаслов што го имаме е „Опасна злоупотреба на студенти и на верници. Како Соња Исмаил, Владе Милчин и Јован Деспотовски станаа студенти од Архитектонскиот факултет". Потоа оди следниот наднаслов, кој е најголем хит „Соња Исмаил - Црква не, педери да". И потоа, нормално, се навраќаме повторно на партиските извори. Кога го цитираат Фрчкоски има една многу интересна конструкција, која што вели „... една од најинтересните изјави на овој настан доаѓа од човекот, кандидат за претседател на СДСМ, чијшто шеф на изборен штаб се вика Ѓунер Исмаил, а чијашто ќерка е Соња Исмаил, организатор на протестите против црквата, а не е студент од Архитектонскиот факултет". И по овој фин вовед, кој ни кажува сè, доаѓа изјавата на Фрчкоски која и не е толку важна за моето излагање.

Пак ќе повторам, не коментирам, туку само се обидувам да ги пренесам аргументите како се презентирани во медиумите. Мојот прв заклучок од ова е дека насилството добро се продава и тоа не е тренд само кај нас, тоа е светски тренд, значи медиумите сакаат секс и насилство. За момент кога ги читате вестите ќе помислите дека сме успеале да им го одземеме приматот на партиите, дека граѓаните, индивидуално или здружени, успеале да им го одземат приматот на партиите и успеале да им одземат малку, ама тоа малку е ептен малку, затоа што се 10 реда или 10-15 секунди. Како што неколку пати кажав, тие, партиите се единствените извори што се цитираат и се официјални извори, затоа се толку често употребувани како извор на информации од медиумите. По тоа кратко одземање на приматот, фокусот веднаш се враќа на нив и веднаш се јавуваат со реакции и соопштенија и ја почнуваат онаа нивната, ти беше - не беше, јас сум виновен- ти си виновен. И така одиме до недоглед.

Тоа што не смееме да го заборавиме е дека ние зборуваме за артикулирање политички став. Дека таму се случи изразување политички став. Во конкретниов случај, власта и тоа преку премиерот и неговата јавна порака дека не знае точно што се случило, ама точно знае кој е организаторот на протестот, го врши тоа дефокусирање на јавноста од суштинскиот проблем што го видовме таму, а тоа е систематско и насилно спречување јавно изразување став и јавен собир, што се фундаментални права загарантирани не само со нашиот Устав туку и со милион други конвенции. Политички став постои и надвор од политичките партии, и тука ние прекинавме да ја правиме разликата, односно прекинавме да ја правиме затоа што така ни беше наложено. Постојано се пласира таа теза. Веднаш се почнува со партиско етикетирање, кое дејствува на асоцијативните мрежи за што, всушност, во оваа книга зборува и Дру Вестемн. На граѓанките и на граѓаните кога и да им споменете партии и политика веднаш тоа ги асоцира на нечесност, тие се алергични на сè што содржи збор политика или нешто што ги асоцира на политика. Политиката кај нас асоцира, главно, на негативни вредности, и граѓаните, според тоа, се или индиферентни или уплашени и се согласувам со тоа што говореше Марјан, партиските елити токму тоа и го сакаат. Ним им треба апатија, неактивност и заспани граѓани што ќе си седат дома пред своите телевизори. Тие успешно ја наметнаа тезата дека сите што имаат политички став се поврзани со партиите и со тоа се расипани лажговци, кои мислат само на сопствените интереси, секоја чест на исклучоците.

Сигурен сум дека ќе се согласите со мене дека постои една таква негаторска атмосфера, дека сите што размислуваат поинаку од моментното мнозинство се изедначуваат со државните непријатели, внатрешни, а и надворешни, што всушност е одлика на едно малку поинакво уредување за кое зборува Орвел не само во есејот туку е, генерално, тема на неговите дела. Се ловат вештерки, се генерира став и несигурност, а тоа предизвикува апатија и така тој систем функционира беспрекорно.

Виктор Наваски во својот есеј вели вака „...предизвик е да се убеди јавноста повторно да ѝ се врати на политиката како активен учесник и да го намали пасивното седење пред дискусиите што ги водат експертите, а ги транскрибираат новинарите, кои заедно со сите други во комуникацискиот бизнис би требало да продолжат со национална и интернационална конверзација, која ќе окупира, ќе ја моделира и, во крајна линија, ќе ја дефинира јавната сфера.

Кај нас, стравот од етикетирањето и јавната хајка неизбежно ја поттикнува цензурата или, можеби, само јас имам таков впечаток. Меѓутоа, според моите лични убедувања и искуствата од моите пријатели, кај нас оваа хајка е успешна и генерира автоцензура. Соросиди, комуњари, предавници, атеисти, антихристи, педери, и мојата омилена наркоанархолевичарска авангарда, се термини и кованици што се преземени од партиите и пласирани преку медиумите. На почеток ви е интересно, станува напорно и на крај почнувате да бегате, не само од етикетите туку и од околностите и од искажаните зборови што ве поврзуваат со нив. И тоа е автоцензура. Видовме по известувањето на медиумите дека на некои од зборовите што ние ги искажавме бегаа и медиумите. Дали само се цензурираа за да не ги наречат како што нè нарекуваат нас, или, пак, некој сметаше дека нашите ставови во јавниот простор не се достојни за медиумскиот простор. Всушност, кај нас веќе е и јавна тајна дека во одредени медиуми постои цензура од сопствениците. Тоа постојано се повторува и постојано го гледаме и се соочуваме со тоа. Економската состојба во државата наметнува одредени поведенија. Целото општество е подлежно на корупција. Медиумите и новинарите се голем дел од нашето општество. Не дека тоа е во ред, меѓутоа во случај кога Владата троши толкава сума на пари, за што зборуваше господинот Ордановски, не е ни чудно дека дел од медиумите ќе ѝ бидат наклонети. Повторно ќе кажам, наклонети се, има одредена поврзаност, и не дека тоа е случај само кај нас. Се случува тоа секаде, меѓутоа мислам дека во нашава ситуација тоа се доведува до екстремност. Покажува отсуство на елементарна професионалност и покажува отсуство на етика. Меѓутоа, меѓу егзистенцијата и етиката, новинарите баш и немаат некој многу голем избор. И затоа мора да разбереме зошто се случува тоа кај нас. Тука веднаш сакам да појаснам дека ова не важи за сите новинари и за сите медиуми, не е константна и конзистентна состојба, меѓутоа циклично се повторува со падови и со подеми.

Кај нас, стравот од етикетирањето и јавната хајка неизбежно ја поттикнува цензурата или, можеби, само јас имам таков впечаток. Меѓутоа, според моите лични убедувања и искуствата од моите пријатели, кај нас оваа хајка е успешна и генерира автоцензура. Соросиди, комуњари, предавници, атеисти, антихристи, педери, и мојата омилена наркоанархолевичарска авангарда, се термини и кованици што се преземени од партиите и пласирани преку медиумите. На почеток ви е интересно, станува напорно и на крај почнувате да бегате, не само од етикетите туку и од околностите и од искажаните зборови што ве поврзуваат со нив. И тоа е автоцензура.

Примерите што ние ги знаеме дополнително даваат една орвелијанска нота на нашево општество. И на крајот на краиштата сите ние се обидуваме да направиме разумен компромис со себе и со автоцензурата. Притоа на сите ни е јасно дека причините на манипулацијата отсекогаш постоеле и ќе постојат. Меѓутоа, барем јас сметам дека наше е внимателно да следиме и да се обидеме реториката да не ни ја проголта реалноста, таа во која живееме.

Благодарам.

МОДЕРАТОР:

Благодарам Дамјан. Сега ќе го замолам Газменд Ејдини да каже како тој размислува во контекст на Орвел и на неговата актуелност во македонското општество и посебно на тоа како го гледа и дали го гледа Орвел во политиката на албанскиот политички блок и воопшто во медиумите на албански јазик во Македонија.

ГАЗМЕНД АЈДИНИ:

Кога бев замолен да зборувам за политиката и за медиумите на албански јазик, помислив што е разликата меѓу политиката и медиумите или може да се каже пропагандата и медиумите на македонски и на албански јазик – прво што ми падна на памет беше една песна на ексју-пеачот Ѓорѓе Балашевиќ – за еден петел – во која тој вели во оригинал констатира „..принцип је исти све су остало нијансе“. Така што јас не би правел голема разлика за ова прашање меѓу медиумите на македонски и на албански јазик – разликите со во нијанси, а нијансите се квантитативни. Квантитативни во смисла на помали, затоа што таргетот на таа политичка порака или пропаганда – албанскиот дел на популација – се покриваше и со медиумите на македонски јазик – поради непостоење на јазичната бариера кај нив, во смисла на следење на медиумите на македонски јазик. Има трендови на менување на таа ситуација, а тоа го направи телевизијата „Алсат-М“ со својата билингвална програма.

Јас ќе се обидам ова прашање да го допрам од два аспекта: присуството на политиката и на политичката пропаганда во медиумите и подложноста на медиумите во Македонија на таа пропаганда - односно влијание врз нив.

Пред извесно време, овде во Скопје, на ниво на новинарската фела, на една дебата, беше отворено прашањето на саморегулација во медиумите, гостин беше и професорот Роберт Пинкер – член на комисијата за жалби против печатот во Белика Британија. По нашата дискусија, тој констатираше, дека ние сега ги поминуваме истите проблеми како и медиумите во Велика Британија во 90-ите години на минатиот век. Читајќи ја книгава се потсетив на ова затоа што констатациите за менување на трендовите што се случувале во САД, па и во европа во 90-тите години сега се случуваат кај нас.

Само една констатација во книгата и сè е јасно. Во овој помо-период на медиумите, како што се нарекува во книгата, „постмодерниот период“, „во

политиката за кандидатот сега е поважно да има препознатливо име и пари за да ги купи големите медуими, отколку да има идеи (а за медиумите) во вестите, апсолутно е суштински да се имаат високи рејтинзи, но да се има висок степен на точност е незадолжително". – за жал, ова е денес реалната слика - медиумите повеќе се шоубизнис отколку барање на вистината и пренесување информации.

За потврда на ова теза може да се даде примерот на медиумскиот проект на групацијата „ВЕВЕ груп", нивниот пилот-проект беше телевизија „Алсат" во Тирана, програма што зрачеше и на сателит – во програмската шема на оваа телевизија беше предвидено да има вести на секој час и документарна програма .

Ваквиот формат на програма се покажа како неатрактивен за публиката и неуспешен (според истражувањата на гледаност во Албанија и пошироко) затоа што само пренесуваше информации а немаше „шоу„. Виа-а-ви ова „ВЕВЕ груп" во Македонија почна еден друг медиумски проект наречен „Алсат-М", кој беше од општ формат со информативна, но и со забавна програма и, што е најважно, со сопствена продукција – резултатот беше дијаметрално спротивен. Брз влез во медиумскиот пазар, со висок рејтинг и гледаност.

Овој помо-феномен нашите политичари го сфатија буквално, па многу почесто ги гледаме во некои емисии (ако го исклучиме МРТВ) од недефиниран жанр, со наслови на некои производи од бели печива или емисии на кои се зборува за вонземјани, отколку во класични разговорни емисии или интервјуа.

Некој ќе рече, да, но тоа го прави и Обама, да , господа, но Обама во такви емисии зборува за тоа колку долго време е Црнец, а не за суштински прашања како што е дефинирање на граничната линија на државата.

Но, да се вратам на првиот аспект што го споменав, а тоа е присуството на политиката и на политичкото влијание во медиумите.

На почеток кратко новинарски:

- има ли политика и политичко влијание во медиумите? – има , и тоа многу
- зошто? = поради големото влијание на медиумите врз јавното мислење
- каде? – секаде од вестите до забавната програма поради тоа што го споменав погоре
- како? - на незамисливо голем број начини – многу се креативни, морам да признам
- кога? – отсекогаш, а особено во последниот период
- кој? - сите, а особено државните политички институции

сега по ред:

Политичко влијание врз медиумите кај нас има и тоа не е ниту ново, а ниту моја констатација, тоа го констатирале сите истражувања во врска со слободното информирање на странски институти – вклучувајќи и неколку извештај на Европската комисија за напредокот на Македонија. Иако некој мисли дека сме на 35. место во светот според слободата на медиумите.

Ваквото влијание и притисок не е нов феномен во медиумската сфера, но мора да се признае дека во последно време станува сѐ поагресивно и поприсутно. Сето ова е поради тоа што медиумите во Македонија (но не само овде), се главни творци на јавното мислење и главна алатка во Пи-Ар и во пропагандата за пренесување на саканата информација или порака. А, од друга страна, медиумите кај нас сѐ уште добро котираат кога се работи за доверба кај публиката .

Ова добро го сфати власта, па затоа „нападна со сето оружје".

Од притисоци до пари, или притисоци преку пари.

Од притисоци до пари, или притисоци преку пари.

Јас многу пати имам кажано дека минатите влади во Македонија (особено во 90-тите години) ги користеа добрите односи со главните најголемите домашни субјекти што се рекламираат (адвертајзери), па преку нив вршеа притисок врз уредувачката политика на медиумите, сега веќе нема потреба за тоа, кај нас владата е втор по големина субјект што се рекламира во медиумскиот пазар. Морам да кажам дека ни во Америка не е лесно да имаш критичен поглед кон твоите главни субјекти што се рекламираат (финансиери). Ризов.

Но овој начин на влијание (финансискиот) морам да кажам дека доби и друга димензија, а тоа е пропагандистичка. Ова го велам поради пораките што се праќаат преку тие реклами, а што е пропагирање на активностите на Владата.

Да, дефинитивно сакам секое дете во училиште да има компјутер, но не сакам ниедна влада да се фали себеси, со мои пари, за нешто што направила со мои пари.

Овој начин на влијание, во комбинација со Дамокловиот меч над новинарите во Македонија – кривичните дела клевета и навреда се еднакви со самоцензура. Најлошиот вирус на новинарството, поради неговото тешко дијагностицирање, за разлика од цензурата.

Само да споменам, повеќе од 160 кривични пријави за новинари во врска со кривичните дела клевета и навреда, (најголем дел од политичари – особено од власта), десетици илјади евра казни и отштета, судски пресуди против новинари за пренесена информација од прес-конференција итн. – и на крај можноста за затворска казна, која е сѐ уште присутна во нашето кривично законодавство.

Очигледно, ако нешто сѐ уште се вреднува во Македонија, тоа е честа и угледот, ама само на политичарите.

На крај, значи, во ова наше опкружување е тешко да стигнеш до вистината и неа да ѝ ја пренесеш на јавноста. А, ако одолееш на сите предизвици и ја извршиш ова главна новинарска задача, постои голема опасност да те прогласат за предавник . Нешто што им се случи на моите колешки-дописнички од Брисел.

МОДЕРАТОР:

Благодарам Гзменд, добар вовед за стрпливата Тања, затоа што е единствената дама и ги ислуша сите. На какви притисоци сте изложени вие? Треба ли патриотски да известувате и што значи тоа?

ТАЊА МИЛЕВСКА:

Речиси две години Македонија флертува со авторитаризмот и со ограничувањето на граѓанските слободи. Букурешкиот пораз и бегањето од решение за спорот со името беше одличен повод да се побара „мобилизација околу државните интереси“.

Уставот на Република Македонија во член 54 предвидува дека во воена или вонредна состојба, слободите и правата на граѓаните на државата можат да бидат ограничени. Несомнено власта смета(-ше?) дека спорот за името е еднакво на вонредна состојба, или барем дека треба да се создаде атмосфера на вонредна состојба, а новинарите во оваа историска борба треба да одиграат „патриотска улога“.

Како новинар, и особено како дописник од Брисел, чијашто првенствена улога е да ја информира јавноста за сите аспекти на евроатлантските интеграции, овој невиден притисок беше особено силен.

Во време кога беа актуелни расправиите со Уставниот суд и со веронауката, една колешка го праша еврокомесарот Оли Рен на прес-конференција дали Европската комисија има став во врска со ова прашање. Комесарот, кој инаку работи со осум земји секојдневно, не беше запознат со тоа прецизно прашање во тој момент.

Кратко потоа, до нас пристигна глас за негодувањето на македонскиот министер, кој ја обвини колешката дека поради неа и нејзините прашања, ЕК ќе дознае за негативните работи што се случуваат во Македонија... Па, зар сериозно во Владата мислат дека Рен нема други извори на информации освен новинарите? Зар мислат дека работата на ЕК е толку паушална?

Не стивнаа патриотските сугестии на Владата ни пред објавувањето на годишниот извештај на Европската комисија во октомври. Редовно, македонските дипломати и владини претставници контактираа со нас за да нѐ замолат да не објавуваме, цитирам, „ништо негативно пред извештајот, за да не добијат Грците идеја како да издејствуваат негативен заклучок“ (!) Конкретно, тој притисок беше највидлив кога излезе скандалот со енциклопедијата на МАНУ. Нашите дипломати трчаа од канцеларија во канцеларија да гаснат пожари. А, од нас јасно побараа да ја одбегнуваме темата во нашите извештаи, да не вртиме телефони, да не се распрашуваме дали енциклопедијата ќе влезе во извештајот....

Слична беше ситуација и кога избувна скандалот со ЕВН...

И да не ги набројувам тука сите барања на Владата до новинарите и, во случајов, до нас дописниците...

Во едно (не)славно интервју дадено за МИА во јуни 2008 година, премиерот Груевски директно ги нападна дописничките од Брисел за „сензационализам, поттикнат од партиска природа, а затскриен зад изразот анонимни извори од Брисел“ и дека се „дополнително мотивирани од соседот за да го напаѓаат ширејќи дезинформации“. Згора на тоа, во истото интервју, Груевски ги повикува новинарите да се ставаат во служба на државата и да бидат патриоти.

Се разбира, дописничките во Брисел не добија извинување, и покрај остра та осуда што дојде и од домашното Здружение на новинари на Македонија и од Меѓународната федерација на новинари, каде што беа ужаснати од изјавите на премиер, да потсетиме, на земја-кандидат за членство во ЕУ и во НАТО.

Еден ден по осудите, премиерот се задоволи со соопштение во кое им се извини само на одредени новинари и медиуми, оставајќи ги обвинувањата за предавство да лебдат... за не дај Боже, пак да нѐ затребаат, можеби?

Кој и да биде исходот од преговорите, 2010 година ќе биде историска година за Македонија, и потенцијално опасна за рејтингот на сите јавни личности. Ако Владата продолжи да резонира како досега, мораме отсега да се подготвиме за нови етикетирања како предавници и платеници. Ќе мора да се бараат виновници во целиот процес. Допрва ќе се бара од новинарите да известуваат патриотски.

Дека конзервативната Влада на Груевски нема големо разбирање за улогата на медиумите во демократско општество не загрижува толку колку што загрижуваат реакциите на граѓаните. Читајќи ги коментарите на веб-страниците и форумите по ова интервју, шокирана бев, пред сѐ од огромната поддршката на граѓаните за тезите на премиерот. И тоа не само во врска со допсиничките, туку, генерално, за новинарството во нашата земја.

Повеќе од очигледно е дека народот не нѐ доживува како „на негова страна“.

За тоа се, сигурно, виновни многубројните новинари, кои не ја извршуваат професионално оваа работа, и ја срамат професија. Но, сите ние новинарите имаме свој дел од вината за катастрофалната состојба во која се наоѓа овој, инаку, благороден занает.

Прво и основно, не можеме да чекаме и да се потпираме на извештаите на Европската комисија, кои го критикуваат недостигот од слобода на изразување, а притоа ништо да не преземаме. Или упорно да објавуваме истражувања и ранг-листи во кои Македонија се наоѓа на дното, како единствен аргумент пред притисоците на власта. Новинарите не можат да продолжат да се жалат на притисоците, а притоа да не работат на реформирање на здружението на новинари.

Сите лоши оцени за слободата на медиумите се во голем дел прво наша сопствена вина.

Новинарите не можат да ги заштитат граѓаните ако не умеат прво да се заштитат самите себе. Оттука, нека не нѐ зачудува недовербата на народот кон нас.

Здружението на новинари на Македонија е слаба и неефикасна организација.
Промените мораат прво од таму да дојдат. Само потоа ќе бидеме во состојба да се одбраниме од притисоците и да ја заслужиме народната поддршка.
Одамна веќе, Меѓународната федерација на новинари, каде што членува ЗНМ; ја повикува Македонија да го реформира здружението.
Како во сите демократски земји што се грижат за основните права и слободи, Здружението на новинари мора да стане рамноправен соговорник во социјалниот дијалог за одбраната на правата на своите членови. Нешто слично на синдикат, кој ќе биде во состојба да се бори за повисоки плати, поголемо достоинство на професијата, побезбедни работни места, помалку тужби, повеќе почит кон професионалните стандарди. Само така новинарите ќе можат да станат отпорни на неизбежните притисоци од Владата, од газдите, од бизнис-елитата, од владините и од невладините организации.
Судејќи според последните случувања на релација Скопје-Атина-Брисел, можеме лесно да заклучиме дека спорот за името допрва ќе станува жешка тема.
Притисокот што ќе доаѓа од Брисел месециве ќе биде поголем и од тој пред букурешкиот самит. Допрва ќе мораат владите на Папандреу и на Груевски да се зафаќаат за најтешките прашања. Ќе се преговара за ново име, за идентитетот, веројатно ќе се распишува референдум.
Кој и да биде исходот од преговорите, 2010 година ќе биде историска година за Македонија, и потенцијално опасна за рејтингот на сите јавни личности. Ако Владата продолжи да резонира како досега, мораме отсега да се подготвиме за нови етикетирања како предавници и платеници. Ќе мора да се бараат виновници во целиот процес. Допрва ќе се бара од новинарите да известуваат патриотски.
Во книгата „Што не знаеше Орвел“ американската новинарка со иранско потекло, Фарназ Фасихи, се осврнува токму на тешкотиите на известувањето во конкретна воена состојба, споредувајќи ги теоријата научена во универзитетските времиња и реалноста на ирачкиот терен. Што е поважно кога ќе треба да известувате во воената зона? Моралната одговорност или новинарската објективност?
Повикувањето на моралната одговорност на новинарот за да се доведе самиот до автоцензура е методот што го користат и нашите власти во оваа наша вонредна состојба - „Борба за уставното име“.
Се модификуваше реториката, се воведоа изрази како „проблемот што го има Грција со нашето уставно име“, како што се говори во провладините медиуми.
Јасно е што се бара од нас. Но, ние нема да го прифатиме тоа. Како дописници од Брисел (особено со оглед на тоа дека две од трите дописнички работат за германската фирма ВАЦ), ние сме релативно „заштитени“ од заканите и од притисоците на Владата. Груевски почувствува на сопствена кожа колкава бура може да се крене од Брисел, од новинарските здруженија, невладините организации, па дури и од европските институции ако отиде предалеку. Брисел знае колку е витална улогата на медиумите во развојот на демократијата.
Но, што правиме со сите други новинари во Македонија, кои се изложени на истите притисоци, закани и тужби? Што правиме со младите новинари, кои од срце влегоа во новинарството и на кои по неколкумесечно искуство им беа згазени сите идеали?
На ум ми е случајот со еден млад амбициозен новинар, кој неодамна страдаше двапати по ред во рок од неколку месеци од двајца газди. Кој ќе го заштити него и другите млади надежни новинари во Македонија?
Европската комисија не треба и не смее да биде таа од кого ќе бараме помош.
Не можеме ниту да сметаме на меѓународните новинарски здруженија за секој наш проблем.
Брисел има обичај да им порачува на владите во Македонија „помогнете си себеси за да ви помогнеме“. Овој мудар совет треба да биде мантра за секој од нас. Како новинари сме должни и пред себе и пред јавноста да си помогнеме себеси, што поскоро.

МОДЕРАТОР:

Завршивме со панелистите, допревме многу теми што ги начнаа Орвел, есеистите, но и тоа што го живееме секојдневно. Би сакала да прашам, дали некој од вас би сакал да се вклучи во дискусијата. Има ли кај нас цензура или само цензурата функционира?

ДРАГАН АНТОНОВСКИ:

Добро, кога веќе ме праша, внимателно го слушав сето ова што беше кажано и не е ништо ново. Значи ние во последни години само констатираме проблем и толку. Помалку или повеќе тие што се занимаваат го знаат тоа дека тоа е така и не ја откривме Америка на оваа средба. Се потврдува и една друга работа како што се случува и со моите емисии, овдека си зборуваме самите. Значи ја нема другата страна. Погледнете кој остана и кој кому објаснува овде, кој не го знае ова што го кажувате, така што, дефинитивно, ние немаме, нема дебата. Тоа е одговор, веројатно, го има во книгава, не успеав да прочитам, нешто на брзина неколку страници, значи не е ништо ново.
Е сега, тоа што се случува во медиумите, веројатно тоа малкумина го знаат, зашто никој од вас овде што сте не сте директно вклучени во медиумите. Вие ги гледате од страна и си претпоставувате што е ова и како е ова и веројатно вината се насочува таму.
Тоа што го дискутираше околу тоа како известувале „А1“ како „Сител“, најмногу зависи од тоа колку реклами влегуваат во кој медиум, мислам на владини реклами.Ако елементарни работи се да речеме да ги цитираш институциите, се обидувам да го најдам каде е проблемот, а манипулираат токму институциите, тогаш што им останува на медиумите. Значи имаме сериозни проблеми. Нареден проблем е блокираност, пристапот, или едноставно не можеш да дојдеш до информација. Имав јас една ситуација со министерот за образование, прашуваме

зошто ги нема бесплатните учебници, тој вели не е сега тоа тема, јас инсиситирам ја правиме темата за учебниците, тој се јавува и и' се заканува на новинарката. Вели, "Со кое право го отвораш сега тоа, кога тоа е тематски прес?" Значи, се извртеа сериозно работите во новинарството, прво селектираат цензурираат институциите, потоа дали има цензура или нема цензура јас ќе ви кажам со што се соочувам јас на работа. Се обидувам да го работам тоа како што знам, и ги прашувам другите новинари што работат, за елементарно пакување на прилог или изработка на тема. Тие велат, еден ден работат „за мене", другиот ден работат „за другиот уредник" или за третиот и четвртиот.... Како што тие им бараат, а не стандадно исто за сите. И сега тие се објективни, велат тебе ти е лесно, ќе дојдеш еднаш во неделата, ќе направиме прилог и веќе не доаѓаш, ќе дојдеш по пет дена во телевизија. Тие четири дена додека тебе те нема нас маме ни ебаваат.
Втора работа велат, мене ми е полесно да направам прилог за другите затоа што тезите се напишани, прочитај го, оди си, насмевка. Ти вели, остај што тие ќе нè караат, утредента и ти велиш, а зошто и ова не го прашавте и друго и трето, какви што се стандарди, и на крај тој ти вика полесно ми е мене да работам со другите отколку со тебе по некакви статндарди 3 извора и истражувања., куп работа.
Па барајте го тука одговорот дали има или нема цензура. Така што има сериозни проблеми во медиумите, кои мислам дека дури не можете ни да претпоставите што сè се случува, до ситуација да речеме кога за нарачан прилог кога на хонорарец му беше понудено текст да го прочита, тој одби и доби отказ.,остсана без работа на улица. До тоа сакам да дојдам. Јас се согласувам со тебе дека ние имаме сериозни проблеми, прво институционално , второ квалитетот на работата на новинарите, потоа неорганизираноста на ЗНМ, без оглед што тие се оградуваат, можеле или не.
Има сериозни проблеми околу ова што го кажа Тања, има сериозни проблеми со обученост на новинарите, тие се оставени сами на себе, со мала спремност да се спротистават на притисоците и во крајна линија најчесто ќе го одберат тоа што му е наједноставно. Пропагандата е сериозно силна, опозиција нема и новинарот си вика не сакам да си имам проблеми. А има најразличен тип закани. Е сега, не случајно го прашав Сашо, ќе трае, колку ќе трае. Мислам дека поентата е како да се преживее периодов, затоа што само по себе констатациите и луѓето од улицата што не знаат кој е Орвел или што е книгава јасно им е дека не е се нешто така како што се кажува од телевизиите. Да не ги потценуваме дека тие се само овци што можеш да ги лажеш и водиш. Меѓутоа, веројатно и тие немаат избор. Веројатно цензурата е цел пакет и не може да ја гледате само во власта, само во новинарот, само во медиумот. Во овој момент во Македонија нема опозиција. И тоа е сериозен проблем. Опозицијата, така како што работеше СДСМ, тие се научени медиумите да им одработат, а тие да си дојдат на власт. Е сега имате проблем кога медиумите се покриени, нема дебата има страв, така што малку е покомплексен проблемот од тоа што се обидуваме да го извлечеме.

МОДЕРАТОР:

Благодарам Драган. Владе сака да се вклучи, повели.

ВЛАДИМИР МИЛЧИН:

Да, има една работа околу која не можеме да се согласиме, зашто на прашањето кога се обидуваме да бараме алиби во тоа, па кој сè денес не е новинар, веднаш можам да спротивставам друго прашање, па кој сè денес не е министер. Па, тоа не го земаме како некој факт што ги оправдува сите искривувања на светот во кој живееме. Мислам дека ние сме во еден период во кој прашањето како да се преживее е недоволно. Тоа води директно во опортунизам и конформизам. Ако сме фокусирани на тоа како да преживееме, прашање е, не сме ние прв народ и не е ова прва држава што е соочена со ваква работа и мислам дека ниту една држава не излегла на крај со вакво зло ако доминантното прашање било како да се преживее. Ништо не би се случило во модернава историја ако сето се водело на тема како да се преживее, не би паднал ни берлинскиот ѕид ако тие што го урива мислеа како да преживеат. Според тоа, мислам дека ние сме соочени со многу сериозен предизвик на кој веќе, времето во кое живееме, а потоа и историјата, нема да ни даде оправдување доколку се обидуваме само да преживееме. Така што не сум сигурен дека не е само за новинарите, тамам работа.
Колку професори има универзитетот во Скопје? Купишта, стотици. Имате добар дел, таму исто ќе ги чуете, извини ама јас морам да преживеам. Зошто молчиш на тоа дека држиш предавања во халата на бившана „Благој Ѓорев", фабриката за масло? Па, морам да преживеам.
И тоа ви станува еден вид алиби, кое е бескрајно. Тогаш и оваа власт и следната тоталитарна власт ќе живее без проблем, апсолутно, тоа ќе ни биде судбина, и на крај ќе мора да си признаеме ние, можеби не ние можеби следните генерации дека тоа сме си го заслужиле и толку.

МОДЕРАТОР:

Благодарам Владе.

ДРАГАН АНТОНОВСКИ:

Само да додадам. Не беше поентата да преживееме или не знам што. Поентата беше во сосема нешто друго. Мислам дека констатацијата и само само констатирање состојби, мислам дека сме сите изморени од тоа. Од тој аспект мислев. Акција ,но мораме да ја лоцираме вината на вистинско место, не само кај новинарите. Еве јас тргнав првин практично како се работи, од себе, што имаме ние, што е притисокот на Владата,

што е пропагандата, што е ЗНМ, кои се системите на притисок. Мислам дека до колку сме за излез од лавиринтот стратегијата треба да се гради по тој ред. Не би го работел ова и би се откажал уште утре ако барам алиби и се плашам затоа што пари може да се заработат и од некоја друга професија. Во тој контекст мислев...

МОДЕРАТОР:

Благодарам Драган.
Дали би сакал некој друг да се вклучи?

Роберто повели.

РОБЕРТО БЕЛИЧАНЕЦ:

А пропо непостоењето дебата, тоа е констатација што сè повеќе и повеќе ќе ја слушаме, а сè повеќе и повеќе ќе бидеме убедувани дека простор за дебата нема и ако овој дигиталниот вир по блоговиве и по „фејсбуциве" се следи добро, многу брзо се гледа која ќе биди следната приказна што ќе биде исфрлена во јавност. И сега една од поновите приказни дека дебатата е невозможна. Тоа е едно органистичко толкување на општеството, дека ова општество е поделено на таков начин, мнозинството е патриотско, силно и добро и тоа шиба напред и нема тоа што да дискутира со другата страна, која воопшто не разбира што е ова, што не ги разбира тие вредности на овие уметнициве што многу ги боли за Македонија. Ова сето се сведува на, јас се смеев пред 10 години кога читав во „Ферл трибјун" и сега го гледам тука на едно интервју на еден загрепски скинхедс, кој што претепал црнец во Загреб, и го прашуваат добро бре мајсторе зошто го нашиба човеков? „Па не може ти црнец разумјет хрватску културу, па то ти је".
И мислам сега ќе се соочуваме со еден таков муабет. Досега одбивањето беше онака дисквалификување на опозицијата, сега ќе се оди на дисквалификување на сè што произлегува надвор од тој светоглед на црква, народ и на држава. Мислам допрва ќе го гледаме тоа. Дебатата нема да се отвори. Значи, овој систем на пропагандно дејствување нема да биде турнат со дебата. Овој систем или ќе се исцрпи онака, како што предвидуваше Сашо, кога ќе му истечат парите или ќе мора да се соочи со жестока контрапропаганда. За жал, ќе мора оружјето што го одбрале сами да го осетат на своја глава. Сега за сега, од другата страна нема сила што може да одговори на тоа на таков начин затоа што, знаете, многу е блуткаво кога ќе се соочите со изборот што го имате во разградувањето на тој систем, да го употребите тоа орудие што го презирате. Меѓутоа, мое мислење е дека ние допрва ќе гледаме една таква разврска. Надежите за дебата во ова општество се закопани. И уште една работа само да кажам. На крајот приказната се сведува на тоа дека на едната страна имате вистински Македонци, на другата страна имате странски платеници, и колку е тоа плитко кога ќе ги прашате што е разлика меѓу странски и домашни платеници, немаат одговор на тоа.
Не, не, пасошот го имаме сите, не е тоа проблем. Затоа е таа еднонасочна комуникација и таа нема да престане, таа само ќе се засилува.
Медиумите, од друга страна, нема да ја отворат дебатата, посебно не оваа констелација на новинарски момент во Македонија, која како релевантен извор на информации ги третира партиските штабови и не заминува зад тоа. Значи проблемот е кога ја обработувате темата што не заминувате зад тоа. Тоа прекрасно беше изманипулирано, тој систем и во случајот „Плоштад слобода" и во настаните во Струга.
Наеднаш ви се појавува шумарот во целата ситуација, ви дели заушки и вели и вие сте виновни и вие сте виновни, а на јавноста ѝ вели таму некои будали се затепале со други будали. И сосема се маскира целата приказна.

МОДЕРАТОР:

Благодарам Роберто. Дали би сакал некој друг да се вклучи или полека да ја заокружуваме денешната дебата? Повели Дамјан.

ДАМЈАН ЗДРАВЕВ:

Многу кратко за тоа што го рече Роберто за медиумите и за дебатата.
Јас, пак, мислам дека има медиуми што се обидуваат да отворат дебата ама луѓето што зборуваат... Пред некој ден гледав, кај Борјан Јовановски, гледав тројца претставници на политички партии, на ДПМНЕ, на СДСМ и на ДУИ ама ништо не беше кажано, апсолутно, апсолутно ништо.
Празната реторика за која зборуваме ние беше тоа. Конкретни прашања, новинарот им викаше ве молам, поставувам конкретни прашања, барам конкретни одговори, и го повторуваше тоа, и го повторуваше, и на прашањето за името од условно речено двете страни едната беше дека ние посветено работиме на зачувување на нашите национални интереси и дека тоа е нашата стратегија, која не можеме да ја објавиме поради тоа што е стратегија, а другиот беше дека имаат апсолутна власт и дека одговорноста е нивна и дека тие ќе си седат, во принцип, со скрстени раце, како што и тој си седеше со скрстени раце. И тука нема дискусија воопшто.
Може Драган во неговата емисија да им се обраќа и да ги моли и да ги тепа да кажат нешто ама тие нема да кажат и ќе молчат затоа што така им одговара.
Кој ќе појде да ја објасни економската политика во „Јанко јади бурек" и ќе рече со следниве зборови: Замислете вика, сега сме во економска криза.
И сега една ваква Влада ориентирана кон економски успеси се наоѓа во моменти кога е економска криза. Тоа е среќа за Македонија. Замислете Бранко Црвенкоски да беше на власт, кај ќе бевме сега. И имате таму 400 пораки браво.

МОДЕРАТОР:

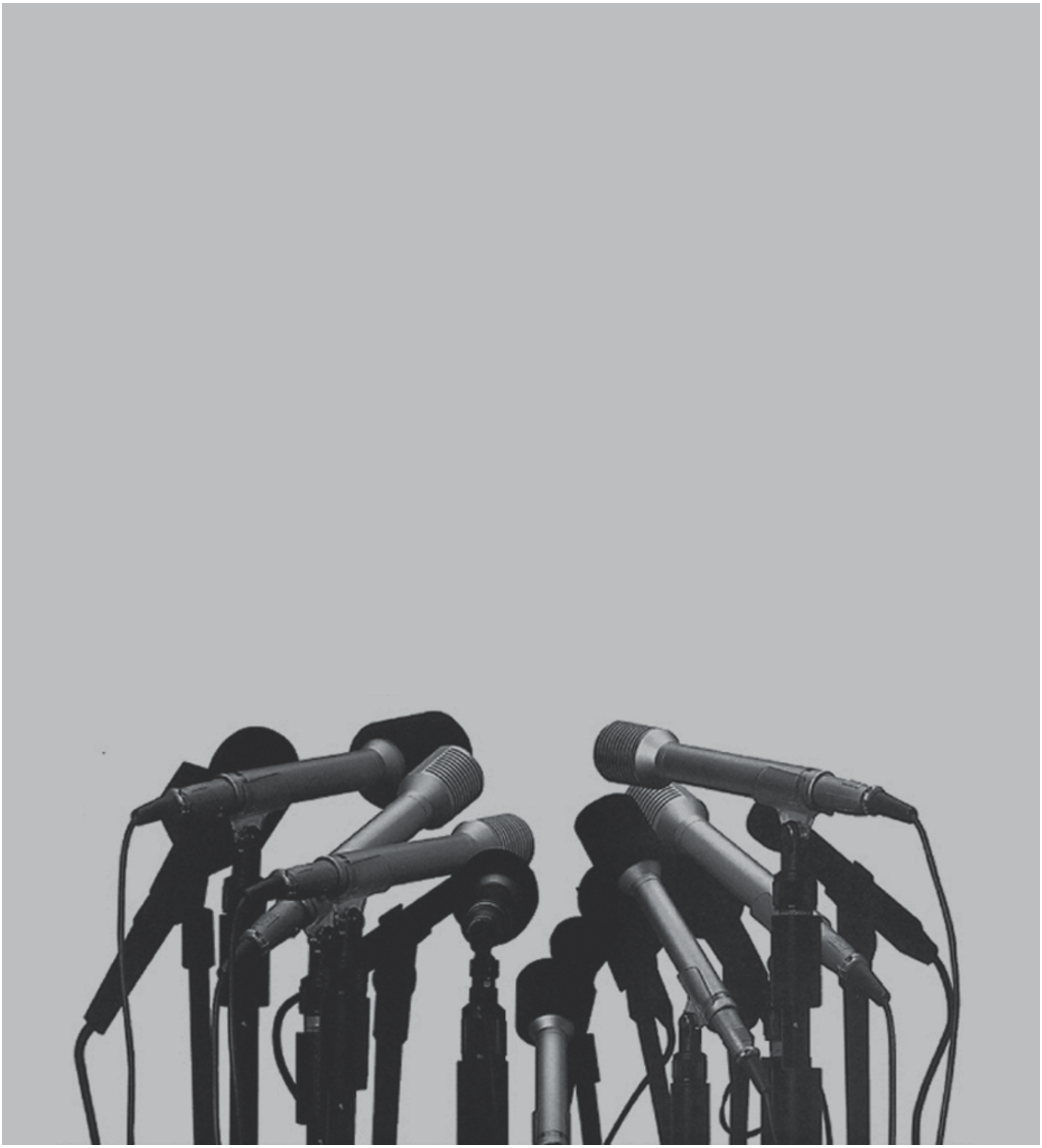
Повели Тања.

ТАЊА МИЛЕВСКА:

Мислам дека власта совршено си ја работи својата работа. Значи, да се разбереме, не е тука работа да ја критикуваме. Треба малку повеќе самокритика, барем ние како новинари, не зборувам за, не знам, не се мешам во невладиниот сектор, нам како на новинари навистина ни треба една поголема доза на самокритика.

МОДЕРАТОР:

Почитувани гости, ви благодарам за учеството на денешната дебата..



FOUNDATION ФОНДАЦИЈА
OPEN ИНСТИТУТ
SOCIETY ОТВОРЕНО
INSTITUTE ОПШТЕСТВО
MACEDONIA МАКЕДОНИЈА