

Лилјана СИЛЈАНОВСКА

АНАЛИЗА НА МЕДИУМСКАТА ПРАКТИКА ВО ФОРМИРАЊЕТО НА ЕВРОПСКИТЕ ВРЕДНОСТИ ВО МАКЕДОНИЈА

АПСТРАКТ

Едно од клучните прашања на патот на евроинтеграциските процеси на Македонија е до кој степен масовните медиуми ги рефлектираат фундаменталните принципи на ЕУ за да се наоѓаат во преференците на граѓаните на Македонија како европски вредности и тоа – мултикултурализам, толеранција, почитување на националниот идентитет, солидарност, единство и еднаквост (изразени преку демократијата, владеењето на правото и правдата, економскиот напредок и социјалната безбедност, непреченото движење на пазарот на стоки, услуги, капитал, интензивната размена на идеи, нови знаења и технологии, потребата за обезбедување траен мир и сигурност.

Модификацијата на системот на социо-културните вредности не се прави секогаш на линеарен начин, а конфликтот на вредности може да создава тензии кај единката, коишто претставуваат девијации на општиот систем на вредности. Преку анализата на медиумите ќе можат да се разоткријат факторите што го фаворизираат создавањето на овие вредности. Во таа насока се поставува прашањето за влијанието на медиумите врз надминувањето на предрасудите и стереотипите, кои дезинтегративно влијаат врз европеизацијата.

Општо е прифатен ставот дека интегрирањето во ЕУ не е возможно без јасна и квалитетна порака која претставува суштина на медиумската комуникација во еден демократски свет. Во таа смисла, европскиот манир претпоставува вид на комуникација што би требало да биде: слободна, транспарентна, објективна, аналитична, разновидна, овозможувајќи го изразувањето на плурализмот на интереси. За да ги промовираат европските вредности, медиумите се поставени пред задачата да се „европеизираат“, т.е. да изградат стандарди и критериуми засновани врз конзистентна медиумска политика и регулатива.

За евроатлантските процеси во Република Македонија постои општ концензус на власта, на политичката елита и на граѓаните. Апликацијата за членство во Европската унија, на 22 март 2004 година, за време на Ирското претседателство со Унијата, за Македонија

значи потврда на стратешката определба да се биде дел од Европската унија, но и подготвеност за напредување во реформите исполнувајќи ги Копенхагенските критериуми. Според анкетите реализирани во екот на кризата од 2001 година, дури 88 % од испитаниците го посакуваа членството на Македонија во ЕУ, тој процент во актуелниот миг, со поизградени и порационални ставови за значењето и за улогата на евроинтегративните процеси порасна и изнесува 95 %.

Општата анализа на резултатите од анкетите за македонското јавно мислење за актуелните односи со Европската унија (истражувањата на ИСППИ, Институтот за демократија, солидарност и цивилно општество, Евробалкан, Брима галуп) покажува дека, за разлика од многу други држави во кои соработката и односите со евроатлантските структури се чисто политичко или меѓународно прашање, кај нас тоа станува прашање на животна реалност. Таа реалност подразбира непречено движење на пазарот на стоки, услуги, капитал, но и интензивна размена на идеи, нови знаења и техничко-технолошки достигнувања. Приближувањето кон ЕУ подразбира и подобрување на работата на јавниот сектор, како и максимална гаранција на правата на секој граѓанин. Исполнувањето на овие стандарди не само што значи внатрешна стабилизација на државата, туку и можност за поголема мобилност на младите интелектуални потенцијали, со што гласот на граѓанинот во Македонија ќе биде подеднакво слушнат во Брисел, Стразбур, Париз или во Берлин.

Степенот, насоченоста, содржината и интензитетот на ставовите зависат претежно од три фактори: а) степенот на информираност на јавноста за вистинските односи и улогата на евроструктурите; б) степенот на општа медиумска објективност и непристрасност за актуелните односи со Европската унија; в) влијанието на социо-културните карактеристики на одделните општествени групи.

Начелно позитивниот став на македонската јавност кон Европската унија доби поголем интензитет во 2003 година. Актуелната политичка клима на евро-тренд во Македонија интензивно се рефлектирале и во медиумите. Таа клима особено беше подгреана со ратификувањето на Договорот за стабилизација и асоцијација во 2004 год. и пополнувањето на Евро-прашалникот во 2005 година. Овие процеси ја создадоа потребата од критична македонска јавност за одделни аспекти од евроинтегративните процеси. Станува збор за нов вид рационалност која ја произведе потребата од подобра информираност, непристрасност и објективност, поставувајќи ги на дневен ред и медиумските стандарди и практиките во македонскиот медиумски простор. Особено беше нагласен принципот на медиумска компетентност во со кој требаше да се постигне повисоко ниво

на реалистичност, поголем квалитет и содржајност во ставовите, во кој јасно ќе биде воочен позитивниот пристап и аналитичното согледување на можностите, начините и перспективите за евроинтегрирање на Македонија.

Во услови кога: демократијата, човековите права и слободи, толеранцијата, правичната застапеност, мултукултурализмот и посакуваната интеркултурна комуникација, европските стандарди, економските и социјалните приоритети, како и најчесто споменуваните реформи, стануваат секојдневни фрази во медиумските извештаи и во третирањето на теми од која било сфера на општеството, се наметнува потребата од ангажиран и, пред сè, аналитичен и критичен пристап во композицијата на медиумските содржини. Тоа подразбира остварување на принципот на *актуелност* во однос на изборот на содржините и *компијенентност* на гостите во јавните форуми, што подеднакво би се однесувало на функционерите и на граѓаните.

Ако медиумите имаат истражувачки пристап, тоа ќе создаде креативна и проактивна јавност која од пасивен консумент се трансформира во важен чинител во евроинтегративните процеси, нудејќи алтернативни решенија во реформите. Тогаш јавноста ќе влијае и врз промените на сопственото општествено и културно однесување, приближувајќи се кон европскиот нормативен и вредносен простор. Во спротивно, реална е опасноста од идеологизација на универзалните вредности, од вулгаризација на европските стандарди, од наездата на „квич цивилизацијата“, од доминацијата на „виртуелната реалност“ и некритичката јавност. Селективното презентирање на фактите кријат опасност од создавање нови стереотипи наместо вредности, што ќе проектира ретроградност во евроинтегративните процеси.

Оттаму, во актуелната евро-клима во Македонија се отвораат нови дилеми значајни за евроинтегративните процеси. До кој степен можеме да зборуваме за една активна граѓанска јавност, во смисла на филтрирање на информациите во функција на сопствените вредности? До кој степен теоријата на Лазарсфелд, според која луѓето ги одбираат медиумите и пораките во функција на нивното однесување, се верификува во Македонија? Оваа демонстрација ни изгледа потребна за да ја потврдиме или да ја отфрлиме улогата на медиумот како „одраз“ на општеството.

Создадената медиумска реалност во Македонија креирана од рефлексивната на општествениот амбиент и од стратегиските определби на државата за евроинтегративните процеси низ еден подолг искусствен период на креирање на европското јавно мислење (најинтензивен 2003-2005 година) очигледно ја наметна констатацијата дека непосредно по француското и холандското одбивање на Европскиот устав, во средината на 2005 год. (мај и јуни), Балканот би тре-

бало да биде местото на кое ќе се случи *референдумот* за кредибилитетот на Европската унија.

Медиумските прогнози за европеизација на Балканот, низ медиумското третирање околу контроверзите за проширувањето на Унијата, пред домашната и меѓународната јавност го канализираа европското јавно мислење низ неколку димензии на влијание. На домашната медиумска сцена тоа се манифестира како идеологија и како рационална, стратегиска определба за формирање на европски вредности (преку реформи во сите сегменти на општествено-политичкиот, економскиот и културниот живот). Европската јавност, пак, ова го доживеа како прагматична провокација на агендата за иднината на Европската унија. Медиумската експанзија на кампањата фразеологија дека Балканот ќе биде местото на кое Европската унија или ќе докаже дека преобразувачката моќ може да функционира во региони каде што државите се слаби и општествата поделени, или ќе потоне во безнадежност, ја подели и светската авност низ различните гледишта пласирани во влијателните европски и американски медиуми.

Угледниот лондонски „Економист“ го критикува односот на Европската унија, особено на големите држави, кон Балканот, кога танува збор за процесот на натамошното проширување и предупредува дека последните изјави на некои европски политичари може да о поттикнат засилувањето на локалните национализми и да го наметат интересот на регионот за приклучување кон Европа. (според списанието на МИА од Лондон пренесено во *Дневник*, 5 април 2006 година). „*Луѓето во Европската комисија се нервозни поради алканот кој се соочува со своите шест критични месеци во кои се определува иднината на Србија, Црна Гора и на Косово, а европските влади во регионот се под силен притисок на национализмот, кои постојано зборуваат дека Унијата можеби никогаш ма да го исполни ветувањето*“. Весникот открива дека не е точна тврдбата на француските политичари, пред сè, дека отпорот кон влезот на нови членки е резултат од неуспехот на референдумот за уставот во Франција и во Холандија. *Економист* се повикува на француска анализа која покажува дека само 3 % од оние што во Франција гласале против уставот на ЕУ го направиле тоа затоа што против проширувањето.

Под насловот „*Некои балкански земји би можеле да наидат на творени врски во Европската унија*“ Фајненшел Тајмс пишува за патот до западноевропскиот клуб е осигурен за Романија, Бугарија и за Хрватска, но дека постојат сериозни закани за европската иднина на Македонија, Албанија, Србија и Црна Гора и Босна и Херцеговина (*Дневник*, 8 април 2006 година) „*Иако четирите држави од*

зайадниот Балкан имаат вкупно околу 25 милиони жители, што е нешто повеќе од половина од вкупната популација на Полска, лидерите на државите, како Германија и Франција, јасно се пра-шуваат дали Европската унија веќе сѐанала доволно голема“ (Фајненшел Тајмс, цитирано според: Дневник, 8 април 2006 година).

МЕДИУМСКАТА КАМПАЊА ВО ФОРМИРАЊЕТО НА МАКЕДОНСКОТО ЈАВНО МИСЛЕЊЕ ЗА ЕВРОИНТЕГРАТИВНИТЕ ПРОЦЕСИ

Електронските медиуми и печатот, а пред сè телевизијата, низ снимени изјави на највисоката политичка елита, во деновите пред доставувањето на извештајот од Европската комисија за начинот и за темпото на интегрирањето во Европската унија (9 ноември 2005 година) интензивно во генералните најави и во „топ“-вестите ја информираа јавноста за дипломатската активност на Македонија во институциите на Европската унија.

Медиумското известување и пишување претежно од информативен карактер, опфаќајќи ги мислењата од домашните и од странските евро-дипломати, имаа цел да влијаат врз свеста на македонската јавност (чиј карактеристики се скептицизам и дефетизам во однос на она што го сработила власта), притоа создавајќи позитивно мислење кон реформските активности што ги реализира Владата.

Содржинската анализа на телевизиските извештаи главно во периодот на дипломатскиот дијалог на Македонија со Европската унија покажува дека тие претставуваат континуитет во општествената кампања на медиумите за европската приказна во евроинтегра-тивните процеси со еден поангажиран, поаналитичен однос кон престојните задачи на државата во приближувањето кон Унијата.

Телевизијата А1 преку изјава на Претседателот на државата Бранко Црвенковски, во ударниот термин на вестите во 19 часот (27 ноември 2005 год.) ја информира македонската јавност за потребата од забрзување на реформските процеси во државата и особено од имплементација на законодавната сфера од областа на владеењето на правото. Јавноста ја слушна и изјавата на вице-премиерката Шеке-ринска со покатегорично мото: „Ја ѝрифаќаме ѝораката дека член-ството се заслужува, а не се добива“. Според неа, Македонија не е против условите од ЕУ, туку не сака одлагање и доцнење на процесот. Таа ја оцени и како ригидна и тврда европската визна политика и побара Унијата да преземе активности за олеснување на визниот режим, зашто постои опасност македонските граѓани да не може никаде да отидат.

Наспроти неутралниот став на Јавниот национален сервис МТВ1 (државната телевизија), Сител во информативните програми (вестите) со новинарски став дава доза на скептицизам, дури и негативно мислење, во оценката на Европската комисија пренесувајќи ги детаљно реакциите на европските партнери од дијалогот со македонската влада во Брисел: *„Европската комисија нема намера да го оддоложи датумот за мислењето на Македонија, но не лицитира со рокови за доделување кандидатски статус, нишу пак за почешок на преговори за членство со Македонија“*.

Генералната оценка изразена преку ставот: *„Неофицијалните најави од Брисел се дека преговорите за членство ќе зависат од спроведувањето на наредните парламентарни избори, бидејќи не се доволни само измените во изборното законодавство, туку и како ќе се спроведат изборите.“* за Сител значеа порака за промена на оваа власт и дека ЕУ прецизните рокови за кандидатскиот статус би ги утврдила со новата власт, по парламентарните избори во 2006 година, (Сител, вести во 18 часот, 27 ноември 2005 год.).

Печатените медиуми, особено *Дневник* и *Ушрински весник* континуирано втората страница ја определеја за евроинтеграционите процеси влијаејќи на тој начин врз креирањето на јавното мислење.

Од друга страна, официјален Брисел забрзано работеше на подготвување на мислењето за Македонија (до 9 ноември), истакнувајќи дека брзината на зачленувањето на Македонија во ЕУ ќе зависи од реформските процеси во државата. Ова е пораката што еврокомесарот за проширување Оли Рен ѝ ја пренел на вицепремиерката Радмила Шеќеринска. *„Комисијата навистина е посветена на изработка на квалитетно и објективно мислење за Македонија и од утре ќе финишира со неговата изработка. Рен повторува дека се очекуваат резултатите, дека процесот нишу почнува нишу завршува со мислењето и дека квалитетот и резултатите на нашите реформи ќе ја одредат брзината на нашето зачленување во Унијата“* – отворено ја пренесува пораката Шеќеринска, по средбата со Рен, (*Дневник*, 27 септември 2005 год.).

Дневник детаљно пишува за текот на разговорите на средбата, пренесувајќи го европското мислење за Македонија. *„Според Рен, пак, реформската агенда е тешка, но полесно се остварува ако европската персиктива за членство е јојасна“*. Од содржината на текстот се дознава дека тој ја пофалил макроекономската стабилност, но рекол дека се потребни уште реформи за заживување на економијата и на конкурентноста на македонското стопанство.

Европските политичари во македонските медиуми не сакаа да коментираат ништо повеќе за иднината на Македонија во евроинтег-

ративните процеси и во наредниот период особено внимаваат со изјавите. Следуваа умерени оценки дека позитивно се оценува она што е направено и дека посебно го ценат тоа што сме биле свесни дека сè уште не е доволно направено. Македонија, според нив, во наредниот период ќе мора да се концентрира на лобирање за да добие кандидатски статус во декември 2005 година. Тие најавуваа расправа за проширувањето на Унијата и посебно за Македонија, но не се сигурни дека е реално очекувањето статусот на кандидат да се добие во декември. Објаснувањето пред македонската јавност беше дека кај граѓаните на Унијата сега нема расположение за проширување, со нота на оптимизам дека климата ќе се подобри.

Во интерес на случувањата, во етапата пред оценките за Европрашалникот, пред македонската јавност постојано се даваа изјави на високите европски дипломати преку кои се одржуваше позитивната клима кон ЕУ интеграциите. Така, Алексис Брунс, поранешен висок претставник на ЕУ во Македонија, верува дека државата ќе ги вложи сите напори за да стане членка на ЕУ. *„Има уште многу домашна работа што треба да ја заврши Владата. Сите во Македонија, и политичарите и обичните луѓе, треба да ги направат потребните напори за Македонија да стане членка на ЕУ. Јас сум оптимист, напори сегаашно расположение во ЕУ, но треба да го направите она што треба. Треба да докажете дека сите направиле сериозни и импресивни напори.“* (Ујирински весник, 27 септември, 2005 год.).

Медиумите пренесуваа дека Европската комисија нема да се меша во разрешувањето на спорот со Грција за името на нашата држава, сместувајќи го ова прашање во доменот на билатералните односи меѓу двете држави. Но, и покрај очекувањата на дипломатите дека Грција ќе покаже конструктивност во трасирањето на европскиот пат на Македонија, политичката елита добива предупредување дека на Македонија во ЕУ ќе ѝ требаат сите држави кога ќе дојде до гласање, бидејќи одлуките за проширување со носат со апсолутно мнозинство. Во текстот *„Грција без поддршка“* (Време, 27 септември 2005 год.) се пренесуваат мислењата на дипломатските извори кои не очекуваат Грција да го искористи правото на вето, бидејќи нема да ја има поддршката од членките.

Порака со посебна вредност упатена до македонската јавност, а пред сè наменета за политичката елита, која најде третман во сите масовни медиуми во Македонија, беше пораката: *Европската унија нема да гледа низ ѝрсти за изборните нерегуларности*. Спроведувањето фер и демократски избори по европски модел стана главниот услов пред приближувањето на Македонија до Европската унија. Со тоа Европската унија сакаше да ја искаже нејзината сериозна загри-

женост од случувањата на претходните три изборни циклуса: претседателските избори, референдумот за децентрализација и локалните избори.

Во областа на почитување и владеење на правото како една од круцијалните **европски вредности**, Европската унија ја поздравила подготвеноста на Македонија за завршување на судските реформи, а со уставните измени Македонија ќе има целосно реформирано судство кое ќе биде имплементирано во практиката од почетокот на 2006 година.

Во интензивното медиумско известување, особено низ електронските медиуми (со слика и тон), од средбите меѓу претставниците на државниот врв на Македонија и Евро-претставниците, голем медиумски настан претставуваше посетата на македонската делегација на Велика Британија, инаку тогашен претседавач со ЕУ (крајот на 2005 год.). Изјавата на британскиот премиер Тони Блер за поддршката на Велика Британија во реформските процеси што ги прави државава, која можеа да ја следат граѓаните на Македонија преку специјалните известувачи, влијаеше да се зголеми оптимизмот на македонската јавност. Актуелизирањето на прашањето за олеснување на визниот режим во креирањето на европските вредности – непречената комуникација на граѓаните, а особено на младите со Европа, создава свест кај обичниот граѓанин за конкретно напредување наспроти чувството на декларативни изјави.

МЕДИУМСКОТО ИЗВЕСТУВАЊЕ ЗА МИСЛЕЊЕТО НА ЕВРОПСКАТА КОМИСИЈА ЗА КАНДИДАТСКИОТ СТАТУС НА МАКЕДОНИЈА

Информативните емисии (дневниците) на националните телевизии во ударните термини – генералната најава и првата застапеност на прилозите за мислењето на Европската комисија, како и отстапените три страници на дневните весници во Македонија, и покрај информативниот карактер на содржините, го одржуваа позитивниот амбиент во периодот на очекувањето на извештаите за Евро-прашалникот. Со доза на умереност, А1 прва ја пренесе веста што ја јави агенцијата Ројтерс за позитивното мислење на ЕК, поткрепена со разговор со вицепремиерката задолжена за евроинтеграциите во државата, Радмила Шеќеринска, која без прејудирање ја информираше јавноста за очекувањата од ЕК, но и за натамошните реформи што ѝ престојат на Македонија на патот кон Европската унија. Во создавањето на рационални ставови околу евроинтеграцијата, таа ја расветли дилемата која беше предмет на многу мани-

пулации во медиумите – дека мислењето на ЕК не содржи автоматско доделување на кандидатски статус, ниту дефинирање на терминот за отпочнување на преговори за членство. „Македонија очекува објективно мислење за своето барање за членство, но и предупредување од ЕК за критичниште шочки“ – дневните весници речиси идентично ја пренесуваат изјавата на Шеќеринска за словенечката новинска агенција СТА. Според неа, Владата се надева дека комисијата ќе им препорача на членките на ЕУ да ѝ доделат на Македонија кандидатски статус. Шеќеринска очекува позитивна оценка за почитувањето на човековите права и на правата на малцинствата и за спроведувањето на Охридскиот договор, а критика за судскиот систем.

Со покритичен став кон оценката за Македонија пишуваа дневните весници. Со наслов „Мислењето ќе не замисли“ (9 ноември 2005 год.) **Дневник** ја информира јавноста дека Европската комисија позитивно ќе го оцени македонското барање за членство во ЕУ, но продлабоченоста во информирањето ја достигнува и со најава на приоритетните активности кои Комисијата ќе ги даде како задолженија на Македонија во наредниот период. За Европската комисија најпроблематична е способноста на Македонија и на нејзината администрација да ги преземат обврските што ги носи членството во ЕУ, но и самите преговори.

Пренесувајќи го мислењето од дипломатски извори од Брисел, со цел да креираат една реална атмосфера во градењето граѓанска свест за евроинтеграциите, медиумите ги лоцираа проблематичните прашања врз чија основа во иднина Македонија и ЕУ ќе преговараат за членство, и тоа: од слободното движење на лица, производи, услуги и на капитал, преку политиката на конкурентност, земјоделството, транспортот, индустриската политика, образованието, човековата околина, заштитата на потрошувачите итн. Нивното исполнување како стандарди, всушност, значи и формирање на европските вредности кои ги споделуваат граѓаните на Европската унија. **Дневник** дури донесува свој став, поткрепувајќи го според негови извори, дека тоа е и најголемата пречка зошто Европската комисија во своето мислење нема да препорача да почнат преговорите за членство.

Медумската презентација на државниот и политичкиот врв во државата, низ емисии, трибини, изјави во деновите пред 9 ноември 2005 год., влијаеше и на оптимистичкиот став на граѓаните од оценката на Европската комисија. Општествената кампања во која големо влијание имаа медиумите поради третманот (временски, ударните термини на емитување, зачестеноста и просторот за евро-случајот) влијаеше на интензивирање на ставовите околу градењето на позитивното мислење од евроинтегративните актив-

ности. Во антрфиле насловено „Граѓаниите се ооптимистии“, Дневник (9 ноември 2005 год.) пренесува дека мнозинството македонски граѓани веруваат во позитивно мислење на прашалникот од Европската комисија, презентирајќи ги резултатите од електронската анкета на веб-страницата на Собранието кои покажуваат дека од вкупно 289 граѓани што одговориле, 259 се изјасниле дека веруваат во позитивен одговор. Негативен одговор очекуваат 21, сеедно им е на шест лица, а тројца не знаат какво ќе биде мислењето на ЕК. Пренесувањето на анкетите од државната власт, како дополнително на претходните снимени анкети на медиумите со граѓаните, ја канализираат јавноста во создавањето на позитивна атмосфера и мислење кое поцврсто го етаблираат нивниот став кон евроинтеграциите на Македонија.

Македонските медиуми ја пренесоа и оценката на грчкиот весник „Елефтеропииија“, според кој еврокомесарот Оли Рен сака на Македонија да ѝ се даде статус на држава-кандидат за членство и да почне преговори, притоа внесувајќи свој сопствен суд дека ставот на Рен се судрува со позицијата на Франција, која поради претседателските избори во 2007 год. се залага за „замрзнување на проширувањето“. Елефтеропииија тврди дека, како резултат од тоа, Париз ќе побара Република Македонија да почека најмалку три години.

„Илјадаи сино-жолтии балони шиио полейшаа од Скопје за да ја љренесат благодарносиа за љредлоѓоит за сџаишус – кандидаит, беа доволно одмерен џесџи да се одбележи среќнаиа македонска среда во која Брисел џо џосџави европскиоит џаишоказ љред Македонија. Прејоракатиа од Европскаиа комисија на државава да ѝ се додели сџаишус кандидаит, но не и даишум за љреѓовори, бидејќи има ушџие мноѓу дефектии, беше џошкму џаќва – доволна за балони, но не и за оѓномей“. Вака генерално е оцената на македонските печатени и електронски медиуми за атмосферата во Македонија по веста од Брисел. Медумската реалност во рамките на информативната функција беше речиси унифицирана со фокусирање на содржината на пораката од Брисел. „Сџаишусоит кандидаит за членсџво во ЕУ, Македонија џреба да џо џошврди на самџоит на Унијаиа во срединаиа на декември. Сиџе анализи џроѓнозирааит дека џоа ќе се случи – е акцент на медиумските известувања. Но, во медиумската атмосфера, „agenda setting“ го градеа препораките и задачите што комесарот за проширување Оли Рен им ги подели на сите клучни креатори на македонската иднина, почнувајќи од државните челници, преку Парламентот, до партиите.

„Мислењето и прејоракитџе се базирааит врз објекџивна и аналиџична џроцена на Вашаиа земја. Од една сџирана, ние џо џодвлекуваме и џризнаваме џроѓресоит најравен во џолиџичкаиа

стабилност и демократскиот развој во 2001 година во создавање на функционална демократска и мултиетничка држава. Од друга страна е и акцентирање на недостатоците, како што се проблемите во судството, администрацијата или борбата против корупцијата – објасни комесарот Рен пред македонската јавност“ (од дневникот на Канал 5, 10 ноември 2005 год.).

Сепак, на медиумската слика пред и првично по мислењето од Брисел ѝ недостасуваше читање на меѓуредовите, особено во дневниот печат. Отсуството на аналитичкиот однос на медиумите го заменува саботниот колумнист на Дневник, во рубриката Форум, Димитар Мирчев, професор на Европскиот универзитет во Скопје: „Уште пред да стигне мислењето од Брисел во средата, со еден вагон шеширски рејторика и вокабулар се најави позитивната оценка и кандидатскиот стајус. Брисел, импресиониран од напредокот, државата го реafirмира својот лидерски стајус во регионот, билетој за Унијата само што не стигнал заедно со Оли Рен. Веќе во средата појладне – делириум. Честитки, вреќајки, бакнежи, единечни, тројни, двојни пресови, шампањско, микрофони вжештени до шопење.“ (Дневник, 12 ноември 2005 год.).

Медиумските анализи го поткрепуваат овој став. На 10 ноември, Ујирински весник во десната колона пишува дека првичната реакција на државниот врв била еуфорична: се зајворило ирашањето дали Македонија ќе биде членка на Унијата. Во левата колона пак: „Од денес, Македонија се соочува со реалноста и со нов силен историски предизвик“. Не била потребна еуфорија, бесмислен триумф, фалби и самозадоволство, туку позитивното мислење на Македонија ѝ наметнало стравично тежок товар и обврски. Политичките елити на Македонија имале епохална одговорност да создадат клима за непречена европеизација на државата, а граѓаните го пречекале мислењето од Брисел без еуфорија, но како да им недостасувало чувство на историчност и државност и на одговорност за сопственото однесување (анализа на содржината на текстовите на првата страница на Ујирински весник, 10 ноември 2005 год.).

Дневник веќе ја прогласува Македонија за кандидат. Македонија кандидат! Вака стои во големиот наслов на првата страница (наместо прашалник, ставиле извечник). Весникот Време, со нешто понеутрален, но со најава за позитивен став за следните очекувања, ја објавува веста од ЕК: Македонија пред кандидатски стајус, со наднаслов кој ги одредува димензиите на напредокот и обврските измерени од Европската комисија. Медиумската приказна на Ујирински весник (исто така од 10 ноември 2005 год.) е најавена со големи златни букви како Одлука која го најавува и самиот наслов „Македонија на мајата на Европа“.

простор на страницата, како и компаративни анализи во регионите во државава, освен изнесените факти од Студијата на Светска банка и Заводот за статистика, одделува и презентира *Време*. Презентирањето на фактите во медиумите ја отсликува социјалната положба на Македонија во моментот кога евроинтеграциите претставуваат не само нејзина стратегија туку и национален консензус.

Изнесувајќи ги фактите во колумната „*На маргините на Бриселскиот извештај*“ (Дневник, 12 ноември 2005 год.), Мирчев ги објаснува социо-економските белези на Македонија како лидер на регионот загатнати во самиот наднаслов. Притоа, прави и компаративни анализи: „*Во последниве две години, Албанија, Романија, Хрватска, Босна и Херцеговина и Бугарија имаат раст од 5-7 насто на годишно ниво*“. (исто, 12 ноември 2005 год.) Комплетирајќи ја сликата со само пред еден месец објавениот извештај на Заводот за статистика, во неговата анализа укажува дека надворешнотрговскиот дефицит се искачил на рекордно ниво и се доближува до милијарда долари. „*Вистина е дека за пет месеци сме се појравиле на лисајата на држави со поволна бизнис-клима. Сега сме на 77 место во светот, но пак на претпоследно во Европa. А што ни користи подобрената бизнис клима кога има нема никакви ефекти на странски инвеститори: пак сме на последното место од транзитивските држави, со 35 долари по жител. За споредба, Хрватска има десет пати повеќе инвеститори, Бугарија пет пати повеќе итн.*“ (исто, 12 ноември 2005 год.).

Потенцирајќи го проблемот со корупцијата, според кој Транспаренси интернешнел повторно ја зацврсти Македонија на 103 место во светот според раширеноста на корупцијата, авторот на текстот укажува дека не се работи само за анкети со перцепции на граѓаните колку во државава има корупција, туку за реални индикатори, а во структурата на санкционираниот криминал корупцијата учествува незначително. Тоа, според него, подразбира дека државата или не ја спречува или не ја гони корупцијата.

Излезите од ваквата состојба на Македонија, Мирчев ѝ ги презентира на јавноста на еден нов начин, па наместо концентрација на промени преку измени и адаптација на законодавството со европското, тој препорачува да се работи на примената на законите и стратегиите во негување на развојната политика доколку таа не се применува или не дава резултати, или пак во контекст на промена на носителите на таквите политики.

Она што е во контекст на истражувањето за европските стандарди и вредности кои за нас значат реализација на копенхагенските критериуми, или „аки комунотер“ (**acquis** – регулатива донесена од страна на Европската унија која важи за државите-членки на

Унијата), Мирчев ги дефинира како виртуелни, теоретски, фикциски стандарди, а на државата ѝ треба поставување на реални цели: „(...) на ѝр. до 2007 година да ја пресџиѓнеме Бугарија со брушшо-производош; а до 2008 година да ја пресџиѓнеме Романија или Хрвајска со џисменосџа или здравсџивенасџа зашџиџија; или до 2010 година да ја намалиме невработџеносџа на ниво на унѓарскаџа или словачкаџа“. Условот за тоа тој го бара во промените на менталитетот, што, како многу важно подрачје на прашања, недостасуваше во прашалникот на Европската унија: „(...) да џочнеме самџиџе од себе, да џочнеме со борба самџиџе џроџив себе. Не владаџа џроџив оџозиџијаџа, џуку владаџа џроџив себе, не џарџиџе џроџив друџиџе џарџиџи, џуку џроџив себе, не еџникумиџе џроџив друџиџе, џуку џроџив себе. Не борба џроџив инџересџе на друџиџе, џуку борба џроџив своџиџе инџереси“.

ЗАКЛУЧОК

Неспорен е фактот дека медиумите преку континуираното известување за случувањата на релација Македонија – ЕУ ја оформија когнитивната димензија за евроинтегративните процеси. Специјализираните емисии за Европската унија („Еврозум“, „Надворешни погледи“), стандардизирани страници и рубрики во дневните весници (Евро-рама), поводните контактни емисии (дебати), организирањето на трибини за ЕУ, несомнено дека влијаат врз степенот, насоченоста, содржината и врз интензитетот на ставовите за евроинтегративните процеси, односно врз формирањето на европското јавно мислење.

Но, рационалноста и, пред сѐ, разумноста во ставовите во градењето на евро-свеста, особено во формирањето на новиот систем на вредности, зависи од степенот на информираноста на јавноста за вистинските односи и улогата на евро-структурите, како и од степенот на општата медиумска објективност и непристрасност за актуелните односи со Европската унија.

Актуелната констелација на односите и случувањата на интеграцијата на Македонија во ЕУ ја наметнува потребата од реализирање на општествената, интегративна функција на медиумите, преку создавање на критичка македонска јавност за одделни аспекти од остварувањето на евроинтегративните процеси. Медиумите, во тие рамки, треба да покажат поангажиран однос кон изборот и третирањето на медиумските содржини, што би претставувало пред сѐ иницирање на отворени прашања што не се наметнати од дневна или позициско-опозициска политика, туку теми кои ќе ги криеираат

новите вредности и кои континуирано ќе бараат насоки за решавање на поставените цели.

Вредностите како: толеранцијата, солидарноста, почитувањето на основните човекови права, културниот идентитет, принципите на еднаквост, регионалната хармонија и социјалната кохезија треба да претставуваат детерминанти и на европската конструкција во медиумската реалност.

Во новата реалност, може да се каже дека електронските медиуми денес имаат двојна улога: да ѝ служат на политичката јавна сфера на националната држава и да се фокус за националната и културната идентификација.

Во трката за гледаност, медиумите не би требало да ја обезличуваат и унифицираат програмската понуда, туку преку осмислена уредувачка политика, особено националните телевизии, пред сè јавниот радиодифузен сервис МТВ, треба да се грижат за интегритетот на личноста, преку разновидни, квалитетни програмски понуди и повисоки програмски стандарди. Особено во тоа големо влијание треба да имаат сателитските програми на МТВ и А1, каде што наместо репризни изданија, програмската понуда треба да биде составена претежно со дела од културно-образовен и документарен карактер кои ќе ја претставуваат Македонија во различниот и специфичен европски медиумски простор.

Во практиката сме сведоци на создавање нов медиумски поредок, кого го карактеризираат нов вид услуги, нови системи на испорака (сателитска и кабловски ТВ и интернет) и конвергенција на медиумските системи и телекомуникациската индустрија. Најпознатата радиодифузна политика на Европската заедница, европската политика, популарно нарекувана „Телевизија без граници“ се залага за отворен простор и за слободен проток на информации што ќе ги пренесат националните електронски медиуми на европско ниво и ќе дејствуваат како интегративна хомогенизирана сила што произведува свест на информирана заедница за нејзината историја и традиции.

Република Македонија, како држава кандидат за членство во Европската унија, ја прифаќа европската аудиовизуелна политика и се стреми да ја хармонизира својата со медиумската политика на Европа. Слободата на изразување како основно право на граѓанинот е загарантирана со повелбата на ООН, Европската конвенција за човекови права. Во рамките на Советот на Европа и Европската унија донесени се повеќе акти (конвенции, директиви, препораки) кои се однесуваат на регулацијата на радиодифузната дејност чие имплементирање во националното законодавство беше обврска за Македонија во новиот закон за радиодифузија (2005 год.). Обврската за хармонизација на домашната радиодифузна регулатива произле-

гува и од Спогодбата за стабилизација и асоцијација и од Пактот за стабилност на Југоисточна Европа за прекуграничната телевизија со Протоколот, како и од Директивата „Телевизија без граници“. Наведените два документи претставуваат и основа за радиодифузната регулатива во европските држави, со што се хармонизира национално-то законодавство на државите на Советот на Европа и Европската унија.

Реформите на Македонија во медиумската сфера во процесите на евероинтеграција треба да се движат кон: демократизација на организациската поставеност, поголема независност на уредувачката политика и отстранување на влијанието на бизнис-олигархиите и политичките влијанија; стандардизација на квалитетот и разновидност на програмските содржини кои треба да ги промовираат заедничките вредности на различните етнички заедници и на други општествени групи и активно придонесување за вреднување и промовирање на рановидностите на националното и европското културно наследство.

SUMMARY

One of the key questions towards the processes of Euro-Integration of R. of Macedonia is the one dealing with the levels of mass media reflecting the fundamental principles of EU, which are to be found within the preferences of the Macedonian citizens in terms of European values, like – Multiculturalism, tolerancy, respecting of national identity, solidarity, unity and equality (expressed through the democracy, power of law and justice, economic development and social security), the uninterrupted flow of the market goods, favours, capital, the intense exchange of ideas, new knowledge and technologies, the need to ensure everlasting peace and security.