

Т Р И Б И Н А

**РАДИО И ТЕЛЕВИЗИСКИТЕ ПРОГРАМИ И
КУЛТУРНИОТ ИДЕНТИТЕТ**

Скопје, мај 2001

Издава:

**СОВЕТ ЗА РАДИОДИФУЗИЈА
НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**

За издавачот:

д-р Љубомир Јакимовски, претседател на Советот

м-р Миљаим Фетаи, заменик на претседателот

академик Ташко Георгиевски, член

Олег Деметиенко, член

Марин Димески, член

Владимир Крстевски, член

м-р Марио Макрадули, член

Шабан Салиу, член

Милош Симоновски, член

Илинденска 9, 1000 Скопје

Тел. 129-084, 109-338, 109-339

Факс: 109-338

[http: www.srd.org.mk](http://www.srd.org.mk)

e-mail: sovetsrd.org.mk

**- поздравен говор на отворањето на Трибината
Дами и Господа, почитувани пријатели,**

1. Особено значаен сегмент во Законот за радиодифузната дејност со кој што се регулирани основните начела врз кои треба да се засновуваат програмите, е обврската на радиодифузните организации за зачувување и негување на националниот идентитет, јазичната култура и домашното творештво. На ова прашање Советот за радиодифузија континуирано му посветува големо внимание, набљудувајќи го во поврзаност со другите одредби за програмите, особено со вкупната програмска понуда, јазикот на којшто се емитуваат радиодифузните програми, употребата на литературниот јазик во програмите и уделот во сопствената продукција.

2. Во спроведувањето на овие одредби од Законот, Советот се раководи од тоа овие одредби да се интерпретираат и применуваат од аспект на следниве интенции: (1) да се обезбеди почитување на авторското право и сродните права; (2) (ре)емитувањето странски програми да се остварува поврзано со почитувањето на начелата за зачувување и негување на националниот идентитет, јазичната култура и домашното творештво. При ова, Советот тргнува од основната смисла на емитувањето, која што е утврдена како законски цензус на задолжителен обем на програма од сопствено производство и покривање настани од локалното подрачје на кое што дејствува радиодифузот.

3. Развојот на радиодифузијата во Македонија по 1990 година, што резултираше со појава на над 250 нови радио и телевизиски станици, всушност, имаше "стартна грешка": таа беше поистоветена со неавторизираното, поточно пиратско преземање-реемитување странска програма. Инерцијата на емитување неавторизирана програма, и тоа без елементарни уредувачки критериуми, претставува еден од најкрупните предизвици во работењето на Советот.

Мониторингот на Советот и анализите на програмите на одделни радиодифузери покажуваат дека кај одделен број концесионери се уште

не е доволно присутна свеста за пошироката културна мисија што тие ја вршат со емитувањето на нивните програми. Тие се уште емитуваат или преземаат големи блокови странски забавни програми и музика, раководејќи се притоа само од потребата да ја пополнат програмската шема со бесплатна програма и не размислувајќи подлабоко за културните аспекти на нивните програми и за потребите и интересите на својата публика. Во последно време, посебно изразена на телевизиите на локално ниво е појавата на одложено емитување музичко-забавни странски програми со низок квалитет. На ова, често реагираат оние дифузери кои се грижат да обезбедат повисок квалитет на своите програми и негување на културните традиции, како и на нелојалната конкуренција со рекламирањето на ЦД - ромови и други носачи на звук на продуценти надвор од Македонија.

4. Европскиот институт за медиуми во извонредната студија "Телевизија и култура" (Television and culture), тука е еден од авторите, г-ца Емануел Маше, дава компаративен преглед на регулациските решенија за доделувањето лиценци и програмската понуда. Станува збор за дефинирање на обврските поврзани со едукативната, културната и информативната мисија. За Македонија значење има и францускиот закон, со истакнувањето на "заштитата и афирмацијата на францускиот јазик и култура", и канадскиот, за максимално користење на "главните креативни и други ресурси на Канада", но и шведскиот, со квотите за оригинални драмски и уметнички национални дела од нордиските земји.

5. Законот за радиодифузната дејност го нормира и начелото за зачувување и негување на националниот идентитет, јазичната култура и домашното творештво. Меѓутоа, прашањето поврзано со културниот идентитет не е решено целосно. Затоа тој дел од Законот треба да се редизајнира во насока на: 1) јасно дефинирање на поимот оригинално сопствено и домашно

производство; 2) мерки за заштита на културниот идентитет и творештвото; 3) програмски цели на јавниот сервис во културата, едукацијата и забавата; 4) јазикот и културата на националните малцинства, односно локалната култура; 5) специфични мерки за културни програми во потесна смисла (јавен интерес, наследство итн.); 6) културно - програмскиот аутпут во дигиталната ера.

6. Јасното дефинирање на информативната, едукативната, културната и уметничката мисија во радиодифузијата, но и пошироко во аудиовизуелната сфера, има првостепено значење. Во Македонија во минатото, за жал, имаше премногу елементи и на културна имитација. Македонската музика, но и некои други културни производи и натаму се маргинализираат на сопствениот пазар, при што апсолутно се неприфатливи изговорите на сопствениците и на уредниците на радио и телевизиските програми дека наводно тоа го "бара" пазарот, уште помалку повикувањето на некои "навики" од времето на заедничкото културно живеење во поранешната југословенска држава, итн.

7. Мониторингот на Советот и неговите комуниколошки, но и културолошки анализи укажуваат дека кризата на сопствената домашна продукција продолжува и се продлабочува. Тешкотиите во исполнувањето на цензусите за сопствено производство и програма од локалното подрачје, што е карактеристика за концесионерите не само од помалите градови, туку и за некои радио и телевизиски станици од Скопје, се последица на бавното ослободување од инерцијата за

реемитување странски програми и содржини без јасна програмска шема. Советот особено укажува на потребата од развој на програмски содржини со кои ќе се покриваат културните настани од животот во локалната средина. Така, всушност, речиси сите ја политизираат програмата. Во Скопје, на пример, од 16 до 24 часот, имаме еден густ појас на информативни програми. Во принцип, плурализмот подразбира зголемување на можностите за избор и конкуренција и кај информативните програми. Но, каде е границата до која информативната програма со претежно политички содржини ќе ја занемари или целосно ќе ја запостави културата, уметноста и науката.

Всушност, вистинскиот предизвик во Македонија е поттикнувањето на сопствената аудиовизуелна продукција. Во културната комуникација во Европа мора да се партиципира автентично, зашто во спротивно се заканува опасност од целосна маргинализација или нејзино претворање во полигон на културно влијание од соседните земји.

8. Рефератот на професор д-р Дона Колар-Панова во еден дел укажува дека поистоветувањето со програми од странство по јазична и културна основа, не е само своевидна културна гетоизираност, туку го руши и мултикултурализмот. Тоа е феноменот на т.н. "дијаспорични публикации". За нас во Македонија тоа е можеби и вистинската тема: културната гетоизација како вид, па можеби и предтекст на политичката гетоизација.

МЕДИУМИТЕ И КУЛТУРНИОТ ИДЕНТИТЕТ

Современата анализа на односот меѓу медиумите и културниот идентитет тргнува од повеќе различни теориски приоди. Според една теориска позиција, често нарекувана постмодернистичка, голем број различни културни текстови циркулираат на меѓународно ниво, што им овозможува на луѓето подготвено и на креативни начини да ги интегрираат во своите животи. Оттаму, се чини дека превладувачкото искуство на почетокот на дваесет и првиот век е културниот *bricolage*. А, пак, една друга теориска позиција, што ја застапуваат политичките економисти, посочува кон сеприсутното дејствување на мултинационалните и глобалните корпорации и на опасноста со која се соочуваат автохтоните култури, од инвазијата на западните културни индустрии. Некаде на средната се теориските приоди кои во преден план ја поставуваат врската меѓу глобалното и локалното и можноста за ревитализација на локалните идентитети. Во 1991 година, Анабел Сребрени-Мохамеди (Anabelle Srebreny-Mohammadi) укажуваше дека: "Културните граници не се врежани во камен туку поседуваат недофатливи поделби кои зависат од обележјата прифатени од страна на групите. Се чини јасно дека меѓу најжешките прашања на новиот век за кои ќе се води битка како на меѓународно така и на внатрешно ниво, со длабоки политички и економски последици нема да бидат крајот на историјата и губењето на субјектот, туку токму политиката на идентитетите и зачувувањето на културата" (Srebreny-Mohammadi 1991:135).

И еве не деценија подоцна, свртени кон истите тие прашања, токму како што предвиде Среберни.

Историски гледано, главна улога во имагинацијата на националните заедници одиграа медиумите и веројатно е вистина дека создавањето на современата култура и културен идентитет "не ќе беше можно без придонесот на печатените и подоцна електронските медиуми". (Morley and

Robins 1995) Стјуарт Хол (Stuart Hall, 1993:32) тврди дека не може да се рече дека Би-Би-Си (BBC) "едноставно го одразуваше сложениот состав на нацијата која постоела пред него", туку дека тој поскоро "беше инструмент и апарат, машина преку која нацијата се конституираше. Таа ја создаде нацијата на која ѝ се обраќаше..."

Истото може да се рече за повеќето национални медиуми. До неодамна, главни радиодифузни системи беа националните радиодифузни системи. И западноевропските и некогашните источноевропски системи, од моделите на јавните радиодифузни сервисии на Велика Британија и Западна Европа, до монополистичките национални и државни радиодифузни системи на некогашната Источна Европа, имаа голема контрола над прикажуваниот материјал добиен однадвор. Во почетокот радиото, а подоцна и телевизијата, беа инструменти со кои се градеше колективниот живот и култура на нацијата или, како што вели Педи Сканел (Paddy Scannell 1989:138) радиото и телевизијата "создадоа култура што му стана заедничка на целокупното население, и заедничкиот јавен живот од еден сосема нов вид." Оттука, можеме да тврдиме 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 САД, каде што комерцијалните електронски медиуми претставуваа норма, националните мрежи Еј-Би-Си (ABC), Си-Би-Ес (CBS) и Ен-Би-Си (NBC) беа користени за истата намена - фокусирање врз националните интереси и активности. Можеме да речеме дека електронските медиуми беа една од клучните институции преку кои публиката почна да мисли за себеси како за членови на националната заедница.

Меѓутоа, сè поголемата глобализација до која дојде благодарение на сателитската телевизија и другите технички дострели и незапирливата

комерцијализација, предизвика драматични промени. Тие промени се случуваат во регулативната политика и технолошките сфери. Прво настанаа промените во регулативната сфера на Западна Европа. Медиумите веќе не им се обраќаат на граѓаните на националната заедница како на политички, туку повеќе како на економски ентитети, делови од потрошувачкиот пазар (види Robins and Webster 1990). Или, како што тврдат Морли и Робинс: "Главната цел на новите медиумски корпорации, кои денес се раководат со логиката на заработувачката и натпреварот, е да им ги пласираат своите производи на што е можно поголем број потрошувачи", а "на тој начин, аудиовизуелните географии се оддалечуваат од симболичните простори на националната култура и се престојуваат врз основа на по-"универзалните" принципи на меѓународната култура" (1995: 11). Најпознатата радиодифузна политика на Европската заедница е европската политика популарно нарекувана "Телевизија без граници" (Machet: 1999) која се залага за отворен етер и слободен проток на информации. Оваа политика ја одразува целта на политичарите и бирократите да изградат мерки што ќе ги "пренесат државните електронски медиуми на европско ниво" и "ќе дејствуваат како интегративна и хомогенизирана сила што произведува свест на информираната заедница за нејзината заедничка историја и традиции" (Davis and Levy, 1992: 476). Ваквото создавање "свест на информираната заедница" е од голема ако не и решавачка важност за создавањето на големиот единствен пазар што ќе ја зајакне европската индустриска и економска преродба. Со него се навестува и отворање глобален пазар на економска пропаганда. Од друга страна, демократските револуции што ја зафатија поранешна Источна Европа кон крајот на 1980-те и почетокот на 1990-те, и кои често се поврзуваат со слободниот проток на комуникации и распаѓањето на централизираните и често монополизираните медиумски системи, се вториот важен настан кој помага да се разбере односот меѓу медиумите и создавањето на културниот идентитет во Европа. Кога згаснаа државните медиуми во поранешните социјалистички земји, што поттикнуваа интегративна социјалистичка култура, "посебните национални култури побрзаа да го проценат и обноват своето културно наследство и да ги систематизираат сопствените вредности" (Švob Đokić 1997:86).

Поранешните државни медиуми најчесто ја преземаа улогата на национални медиуми и функционираа како инструмент во изградувањето

на нацијата, инструмент за културна еманципација и повторно откривање на сопствената култура. Ова е особено важно, затоа што во поранешните земји на социјализмот имаме два паралелни процеси: изградување национални медиуми со сите нивни функции и, истовремено, зголемена транснационализација, поради истовремената присутност и на процесите на технолошка промена и конвергенција. Тука е и дополнителниот процес на глобализација со своите локализирачки ефекти, што значи дека многу од земјите на поранешните социјалистички режими сега се соочуваат со борбата меѓу изградувањето на нацијата и гласовите на плурализмот и разновидноста што доаѓаат од многубројните малцински групи во овие национални држави.

Глобализацијата на медиумите ја поттикнува и корпоративската потрага по заработувачка на светско ниво, па Херберт Шилер (Herbert Schiller 1991: 20-1) ја согледува како "транснационална корпоративска културна доминација" во свет во кој "огромните компании се обидуваат да ја остварат историската цел на капитализмот, да се оствари профит и акумулација на капиталот во услови на постојано променлив пазар и геополитички околности коишто постојано се менуваат."

Во практиката, ние сме сведоци на создавањето нов медиумски поредок кој го карактеризираат нов вид услуги, нови системи на испорака (сателитска и кабелска тв, интернет) и конвергенција на медиумските системи и телекомуникациската индустрија.

Бидејќи глобалните корпорации обезбедуваат контрола над распределбата на програмите и системите на трансмисија "треба да се истакне и фактот дека американската културна доминација во голема мера и натаму претставува фундаментален дел на овој нов поредок" (Morley and Robins 1995: 165). Некои теоретичари, меѓу кои и Денис Меквеил (Denis McQuail), докажуваат дека "проблемот на потенцијална штета од транснационализираните медиуми можеби е преувеличена" (барем во Европа) "затоа што во случајот на Европа поголемиот дел од увезената култура доаѓа од културите со историска наклонетост кон европската култура, а медиумите прават релативно малку за да ги распространат вистински различните култури (1994: 116). Според Меквеил, субнационалните, регионалните и локалните култури во Европа сè уште се многу силни и отпорни и можат да ги поднесат различните културни искуства без заемно да се уништуваат. Меѓутоа, теоријата, истражувањата и политиката за односот меѓу медиумите и културниот идентитет

сé уште се во центарот на расправите за европскиот културен идентитет во контекстот на тековниот процес на економско и политичко обединување на Европа. Оттаму, она што го гледаме последнава деценија, а е анализирано во книгата Деценија на радиодифузната регулатива на Европската заедница на Емануел Маше (Emanuel Machet, *Decade of EU Broadcasting Regulation*, 1999), е силна европска аудиовизуелна политика што ја гради радиодифузната политика на ЕЗ, а која се карактеризира со стратегии и за интеграција и за партикуларизација. Во 1980-те, предноста му беше давана на создавањето голема аудиовизуелна индустрија што би била конкурентна на светскиот пазар, а остварувањето на европското единство се замислуваше "преку заеднички европски телевизиски канал и заедничко европско планирање на програмата." Ваквиот став се застапуваше за "интерактивните ефекти на европската култура и свест" (Collins 1992 10-14).

Во исто време се јавуваа сé повеќе гласови што укажуваа на сé поголемото стандардизирање и хомогенизација на пазарите на медиумите во целиот свет. Како што тврди Теодор Левит (Theodore Levitt): "во нациите што го сочинуваат светот, глобалната корпорација не го бара она во што се слични... Таа постојано и на секој начин се обидува сé да стандардизира според еден глобален калап" (1983: 28). Меѓутоа, денес во истите тие глобални корпорации постои и свеста за потребата да се задоволат огромниот број лингвистички и културни разлики, па така сме сведоци на појавата на глобални медиуми со локален вкус, какви што се Ем-Ти-Ви (MTV) Индија, Си-Ен-Ен (CNN) на шпански итн. Во Европа во моментот се нагласува и потребата да се согледаат културните различности и да се зачуваат европските културни идентитети. Она што, всушност, се случува е еден процес на ускладување на аспирациите кон заедничка европска култура и конфорни национални, регионални и локални приврзаности. Во аудиовизуелната и комуникациска политика на ЕЗ се создава една нова политика на "културна Европа" (види Machet 1999). Но се чини дека едно нешто си останува исто. Во 1980-те, кога културната доминација на холивудската продукција покажуваше тенденција да го доведе во опасност опстанокот на европските културни индустрии, беа воведени квоти за не-европските програмски содржини, со цел да се заштити културната специфичност и интегритет на европската цивилизација. Според Морли и Робинс (1995: 19) ЕЗ досега не успеала да создаде соодветна политичка култура или база за европското граѓанство. Прашањата на

идентитетот и граѓанството станаа две посебни прашања, а реалната тековна опасност е дека во рамките на европскиот аудиовизуелен простор "компензациите на културната идентификација ќе станат доминантни во однос на политичките цели на дебатата за јавните комуникации".

Во меѓувреме, земјите од поранешната Источна Европа во својот стремеж да изградат демократски општества, но едновременно често градејќи ги своите нации, најчесто имаат недоволно регулирани медиумски простори во кои некогашниот државен радиодифузер станува јавен радиодифузер (како во случајот на Македонија). Значи, прашањата на националниот идентитет и граѓанството се неразделно поврзани. Меѓутоа, паралелниот развој на транснационалните електронски медиуми ги покренува истите прашања како и во Западна Европа и во земјите на ЕЗ, понекогаш поттикнувајќи ги истите протекционистички мерки во однос на домашните содржини како и во ЕЗ.

Покрај тоа, и земјите што претендираат да влезат во ЕЗ ја прифаќаат европската аудиовизуелна политика и се стремат да ја хармонизираат својата, со медиумската политика на Европа. Оттаму, на почетокот на 21-от век сé уште се водат расправи за дилемата предизвикана од политиката на квоти (Machet 1999: 36-38).

Во различните земји различно се уредува прашањето на квотите на трансмисијата. На пример, додека Германија и Велика Британија му се спротивставуваат на системот на квоти затоа што го сметаат за неделотворен, Франција, Белгија и Канада ја применуваат политиката што често се нарекува "интервенционистичка". Канада, на пример, ѝ даде силна поддршка на Европа во преговорите во ГАТТ за признавање на културните посебности. Општо земено, се смета дека со квотите се постигнати добри резултати во Канада. Во Франција, прашањата на културниот идентитет наоѓаат израз и во строгиот систем на квоти, додека во Белгија системот на лиценци ги зајакнува правно-дефинираните обврски на белгиската јазична заедница (Machet and Robillard 1998).

Можеме да запрашаме: зошто квоти? Дали се квотите едноставно обид на европските држави да се заштитат од сé поголемата американизација, или се нешто друго, на пример "желба да се репродуцира нацијата што одумрела и моралот и општествените извесности што исчезнале заедно со неа" (MacCabe 1988: 29).

Меѓутоа, истражувањето на Морли и Робинс (1995) ни покажува дека увозот од странство

добро котира на оние пазари каде што домашната телевизија не произведува сличен вид забава. Ова лесно може да се илустрира со состојбата во земјите каква што е Македонија, каде што има многу мала домашна продукција, па оттаму голем дел телевизиски програми се увезени; од друга страна, земјите со силни медиумски индустрии, какви што се Германија, Британија, Италија и Франција, имаат голема продукција на домашни програми, со што значително се намалува зависноста од увезените странски програми, без оглед дали се или не се воведени квоти.

Но да ја погледаме ситуацијата денес: вистински глобална децентрализирана мрежа на корпорации во која различните медиумски производи (печат, филм, телевизија, издаваштво, музика, итн.) се комбинираат за да се создадат глобални комуникациски империи, кои пак ја преземаат одговорноста за најголемиот дел од глобалниот проток на слики.

И покрај ова, а и покрај фактот дека технолошките и економските трансформации ги надминуваат уредувачките сили на националните држави, сè уште постои желба да "се искова лажно единство засновано врз избледени слики за тоа што е нацијата" (MacCabe 1988: 29). Како што сите ние добро знаеме, желбата за обединет национален идентитет не може туку така да исчезне.

А американската масовна култура сè уште се смета за извор на најголемиот дел од заканите за националните култури на Европа, додека културната доминација на Холивуд често се сфаќа како закана за самиот опстанок на европската филмска индустрија и телевизија.

Ова ги одразува дискурсите за културниот и медиумскиот империјализам коишто во моментот не се во мода.

Повторно за прашањата на културниот империјализам

Прашањата на културниот идентитет до неодамна беа опкружени со прашањата на културниот и медиумскиот империјализам, со различни степени на загриженост што произлегуваше од технолошкиот детерминизам; на пример, загриженоста поради влијанието на новите технологии, каква што е сателитската трансмисија. Оттаму, Ричард Колинс (Richard Collins 1988: 6) ни го свртува вниманието на тешкотиите при спроведувањето на контролата во однос на циркулацијата на електронските производи, предизвикана со технолошкиот напредок, особено со

појавата на сателитската телевизија; на сличен начин, и Филип Шлезингер (Philip Schlesinger 1986: 126) укажува дека сателитските програми се закануваат да ја поткопаат основата на мерките за контрола на националниот радиодифузен простор.

Меѓутоа, изразот "културен империјализам" навестува инвазија и елемент на присила (McQuail 1994: 113) а произлегува од едно влијателно движење на отпорот што го создадоа земјите во развој во својата борба да го сочуваат својот културен интегритет и политичка автономија - за кои беше согледано дека се доведени во опасност од страна на западниот културен и медиумски империјализам.

Па сепак, како што вели Џон Томлинсон, дури и денес "сè уште постои причина зошто културниот империјализам мора да биде сериозно сфатен како точка на гледање од која може да се согледува културната глобализација" (John Tomlinson 1997:175).

Според Томлинсон, ова се должи на фактот дека реалните прашања со кои се занимава културната политика покажуваат колку некои национални влади и натаму сериозно ја сфаќаат заканата од културниот империјализам. Поради тоа, Томлинсон се залага за асимилација на теориите за културната глобализација во теориите за културниот империјализам и ни дава три причини за ова (Ибид.: 175 - 180): прво, сеприсутноста на западните културни производи, односно дека постојат куп докази дека западниот културен вкус и практика стануваат глобални. Втората причина е долгата историја на западен империјализам и фактот дека она што го нарекувавме "земји од Третиот свет" се во "историска врска на политичка и економска потчинетост со земјите од развиениот запад, често поврзани со колонијалното минато" (Ibid.: 177) и третата причина за асимилирање на културната глобализација во културен империјализам е централната поставеност на капитализмот како културно влијание: "глобализацијата е во суштина напредната капиталистичка глобализација" (Lash and Urry 1994: 280).

Присутно е чувството дека "глобалниот капитализам е значаен не само поради својата економска моќ, туку и поради создавањето на нашето културно искуство" зашто го изградува дури и начинот на кој го сфаќаме нашето секојдневно живеење (Tomlinson 1997: 178).

Понатаму, во поддршка на своето тврдење Томлинсон ни нуди "три покани да ги разгледаме горенаведените прашања": "Погледнете зад очигледноста на глобалните културни производи"

(Ibid.: 180), "Секогаш пристапувајте ѝ на глобалната култура како на дијалектичка" и "Согледајте ја глобализацијата како децентрализиран сложен процес" (Ibid.: 185). Заклучокот до кој доаѓа Томлинсон е:

Прилично е очигледно дека глобализацијата не ја ветува техно-утопијата на Меклуановото глобално село, но не изгледа многу веројатно ни дека ќе произведе хомогенизирана дистопија, во која ќе доминираат истите моќници, а која се претскажува во тезите на културниот империјализам... Можеби единственото што можеме денес да го претскажеме е една неизвесна, нееднаква, но радикално отворена културна иднина (Ibid.: 190).

Томлинсон ги посочува границите на парадигмата за културниот империјализам затоа што културното влијание можеби нема да појде по оној вид линеарни патишта што го претскажува културниот империјализам. Ова се должи на тоа што процесот на глобализација е во суштина децентрализиран и произведува нови обрасци на предности и неповолности, обрасци што допрва почнуваме да ги препознаваме.

Транснационални медиуми, културна разновидност и глобална мултикултурализација

Бидејќи темата кон која денес го свртуваме нашето внимание се медиумите и културниот идентитет, мораме да си го поставиме прашањето: дали стравувањата на Мануел Кастел (наведени кај Морли и Робинс, 1995:31-2) дека "когезиенцијата на монополот врз пораките, што го држат во свои раце големите мрежи, и сè потесните кодови на локалната микрокултура околу парохијалните кабелски телевизии е реалност во која живееме, и дали е вистина дека живееме во ера на сè поголем приватизам, локализам и "културно племенско затворање" во електронското глобално село?" (Morley and Robins 1995: 32).

Во последно време се става акцент врз различноста, а не врз единството, акцент врз потребата за признавање на културните различности и, во рамките на Европската заедница, акцент врз сочувувањето на различните европски идентитети.

Покрај ова, потврдувањето на културната припадност внатре во мултикултурните политики на некои земји добива нова форма затоа што

прашањата на мултикултурализмот и одредбите за обезбедување на мултикултурноста се вадат од нивните национални рамки и се преместуваат во нов глобален контекст.

Понатаму, со отворањето на можностите малцинските публики да примаат програма директно од нивните "матични" земји, се изградуваат нови транснационални заедници и транснационални дијаспорични публики.

На пример, во Македонија - и покрај политиката на обезбедување "програми на јазиците на националностите" за малцинската публика на вториот канал на националната телевизија - прелиминарните истражувања покажуваат дека малцинската публика ги претпочита програмите што ги добиваат од албанската, турската или српската сателитска телевизија; веднаш по нив се програмите на комерцијалните (приватни) телевизиски станици кои емитуваат програми на јазикот на даденото малцинство и главно реемитуваат снимки од програмите на "матичната земја".

Ситуацијата е слична во поголемиот дел од Европа. На пример, турското малцинство во Германија главно ги следи програмите од турската сателитска телевизија, додека индиската заедница во Велика Британија изгради многу силна индиска телевизиска индустрија. Индиските програми произведени во Британија циркулираат во индиските заедници насекаде низ светот заедно со програмите произведени во Индија.

Последиците од таквите нови транснационални обрасци на потрошувачка на медиумите се особено значајни поради тоа што тие дејствуваат за драматично трансформирање на самото значење на мултикултурното прашање, па "Прашањето на мултикултурализмот сега станува водечко прашање, и тоа на глобално ниво. Денес мултикултурно значи светско, над границите на националната држава." (Robins, Conford and Aksoy, 1997: 23).

Меѓутоа, секогаш постои опасност од културна гетоизација. Оваа можност за културна гетоизација во светлината на глобализацијата на културата би требало да биде добра појдовна точка за нашата дискусија за улогата на мас-медиумите и политиката на медиумите во формирањето на културните идентитети. Со ова го завршувам мојот вовед и ве повикувам да ги споделите вашите согледувања на оваа тема.

Литература:

Collins, R. (1988) 'National culture: a contradiction of terms', Paper presented to the International Television Studies Conference, London, 20-22 July.

Collins, R. (1992) 'Unity in diversity: the European single market in broadcasting and audiovisual, 1982-1992', Paper presented to the PICT National Conference.

Davis, H. and Levy, C. (1992) 'The regulation and deregulation of television: a British/West European comparison', *Economy and Society*, 21(4).

Hall, S. (1993) 'Which public, whose service?' in W. Stevenson (ed.) *All Our Futures: The Changing Role and Purpose of the BBC*, British Film Institute: London.

Lash, S. and Urry, J. (1994) *Economies of Signs and Space*, Sage: London.

Lewitt, T. (1983) *The Marketing Imagination*, Collier-Macmillan: London.

McQuail, D. (1994) *Mass Communication Theory: An Introduction*, third edition, Sage: London.

MacCabe, C. (1988) 'Those golden years', *Marxism Today*, 32(4).

Machet, E. (1999) *A Decade of EU Broadcasting Regulation: The Directive "Television without Frontiers"*, Mediafact, EIM: Dusseldorf.

Machet, E. and Robillard, S. (1998) *Television and Culture, Policies and Regulations in Europe*, EIM: Dusseldorf.

Morley, D. and Robins, K. (1995) *Spaces of Identity: Global media, electronic landscapes and cultural boundaries*, Routledge: London.

Robins, K. and Webster, F. (1990) 'Broadcasting politics: communications and consumption' in M. Alvarado and J. O. Thompson (eds) *The Media reader*, British Film Institute: London.

Robins, K. Cornford, J. and Aksoy, A (1997) 'Overview: From Cultural Rights to Cultural Responsibilities' in K. Robins (ed.) *Programming for People: From Cultural Rights to Cultural Responsibilities*, Report to UN World Television Forum, RAI, CURDS & EBU: New York, pp.11-46.

Scannell, P. (1989) 'Public service broadcasting and modern public life', *Media, Culture and Society*, 11(2):135-66.

Schiller, H. (1991) 'Not yet the post-imperialist era', *Critical Studies in Mass Communication*, 8:13-28.

Schlesinger, P. (1986) 'Any chance of fabricating Eurofiction', *Media, Culture and Society*, 8.

Sreberny-Mohammadi, A. (1991) 'The Global and the Local in International Communications' in J. Curran and M. Gurevitch (eds) *Mass Media and Society*, Routledge: London, pp118-138.

[Švob-Đokic, N. (1997) 'Cultural Identity in the Perspective of Transition and Democracy' in N. Švob-Đokic (ed.) *The Cultural Identity in Central Europe*, Culturelink, joint publication series No 1, Institute for International Relations, Europe House Zagreb: Zagreb, pp. 77-88.

Tomlinson, J. (1997) 'Cultural Globalization and Cultural Imperialism' in A. Mohammadi (ed.) *International Communication and Globalization*, Sage: London, pp.170-190.

КУЛТУРНИОТ ИДЕНТИТЕТ КАКО ОСНОВА НА КУЛТУРНАТА ПОЛИТИКА

Совршено е јасно дека совремието повторно ги соочува општествените науки со флуидниот и комплексен дискурс поврзан со културниот идентитет, не само од гледна точка на неговото промислување како апстрактен концепт, туку, пред се, како жив, незаобиколен и сложен антрополошки и општествен феномен. Современата општествена теорија се однесува кон општествената пракса низ ракурсот на културата, легитимирајќи ги на тој начин основните симболички и комуникациски реалности и конструкции на човештвото поставено во расколот на нови, но и на историски наследени и до екстрими доведени контроверзи. Некои социолози (како на пример Хантингтон) иднината на конфликтите ја препознава токму во културата, а не, да речеме, во политиката или во економијата. Ако не сакаме дословно да го разбереме или безрезервно да го прифатиме овој став, можеме, сепак, да претпоставиме дека културата секако сестрано го определува човековото постоење и во тој контекст може да се препознае како најдраматичната причина за човечката акција. Иновативноста и манипулативноста на вредносните системи коишто базично ја определуваат структурата на културата, така, се препознаваат како генератори на смислата и ориентацијата во човековото постоење. Антропоцентричноста на реалната димензија на овој општествен феномен истовремено е фактор што го дефинира како посебен ентитет во севкупната стварност, значи претпоставува предност во однос на другиот свет, но и негов хендикеп. Хендикепот произлегува оттаму што означеното и означувачот кај културата имаат еден ист извор: сложената и поливалентна колективна меморија и практика на човекот, хиерархиски подредена и раскината во желбата за надминување на јазот помеѓу редот и хаосот, духовното и материјалното, конечното и вечното. Тензијата што така се создава од културата, кореспондира

со нејзината основна функција на "репресивна толеранција" (Herbert Markuze): да се почитува посебноста на одделни егзистенционални системи, но само во оние рамки во кои тие се вклопуваат во општиот етаблиран систем. Таа ги консумира сите елементи на општествената акција, но ги подредува, ги усмерува, па и ги ограничува низ организацијата и концентрацијата кон фокусот на една обележена рамковна целина. Овие обележани рамковни целини ги претставуваат различните културни факти произлезени од различните животни искуствени контексти што директно не водат кон проблемот на културниот идентитет, но овој е невозможно да се разбере, видовме, без определувањето на културата. Во таа смисла, тука ќе се повикаме на Рејмонд Вилијамс и неговиот обид да го воспостави во синтетичко аналитички облик критериумот за современото дефинирање на културата, имајќи ги предвид сите аспекти на нејзиното суштествување и сите димензии на нејзиното значење.

Следејќи ја мислата на Вилијамс во неколку негови еминентни дела (Културата, Клучни зборови, Култура и општество) може да се согледаат неколку категории на значења што тој ги констатира во историскиот след на концептуализацијата на феноменот, а што ги смета референтни за реалната природа на нејзиниот општествен хабитус: како процес на интелектуален развој, вклучувајќи го и духовниот и естетскиот, во нивната општост; како начин на живот, обележен со заеднички дух споделен од еден народ или од припадниците на едно време; човековата активност од интелектуална, а особено од уметничка провениенција и нејзините производи; како означувачки систем за разбирање на општествената структура. Евидентна е тенденцијата културата да биде претставена како од антрополошки така и од социолошки аспект, како во духовната така и во материјалната димензија на

нејзината природа, односно како тоталитет на животот што е во постојана референца со меѓучовечката комуникација и нејзините постигнати резултати (како структури и институции).

Во контекст на разбирањето на културата во нејзината сеопфатност и сестраност е и ставот на Дени Куш: "Не постојат, следствено, од една страна "чисти" а од друга страна "мешани" култури. Сите, според универзалниот факт на културните контакти, се со некој степен на различност мешани култури, создадени од континуитет и дисконтинуитет ... Создавање склоност за разликување на културите, сметајќи ги како одделени ентитети, може да има методолошка полезност и имаше извесна хеуристичка вредност во историјата на етнологијата за промислување на културните разлики" (Denys Cuche, "La notion de culture dans les sciences sociales", La Découverte, Paris, 1996, p.66). Со оглед на се поблиската комуникација помеѓу културите, поставени се разбира во внатрешноста на еден даден општествен контекст, неможе да се говори за вистински дисконтинуитет помеѓу нив. Дури и тогаш кога ги нагласуваат своите разлики за подобро да се афирмираат и да се разликуваат меѓусебно, културите неможат да се сосема туѓи една на друга.

Меѓутоа, идејата за различноста е токму онаа којашто е поврзана за културниот идентитет, феномен сложен и повеќезначен колку и самата култура што на некој начин ја операционализира. Двата поими се еноормно актуелни во современата наука, до таа мера што некои теоретичари од областа на општествените науки ги третираат како помодни. Така и кризите на културата се третираат како кризи на идентитетот.

Останува отворено прашањето дали ваквите реактуелизација на културниот идентитет денес е последица на: "губењето на здивот" на процесот на егзистирањето на нација-држава; протезирањето на концептот на наднационалната политика; и, некаква флуидна форма на отворањето на вратите кон економската (и секаква друга) глобализација. Во основа станува збор за понатамошното развивање на проблематиката, отворена во седумдесеттите години, вдахновена од идејата за различностите помеѓу културите. Од неа се развија разновидни идеолошки становишта чии екстремни резултати од една страна тргнаа во правецот на мултикултурализмот, а од друга во правец на нагласена потреба од заштита на посебностите и различностите заради останување во рамките на својата сопствена култура (Denys Cuche, 1996).

Поширокиот контекст во кој, логично и кон-

секвентно, се вклопува културниот идентитет, како негова најбитна составна компонента, е општествениот идентитет. Меѓутоа, главни носители на идентитетот се поединците што ја остваруваат својата меѓусебна комуникација согласно нивниот општествен статус и општествената улога. Така, општествениот идентитет на поединецот, настанат под влијание на неговата разнородна интеракција со своето поблиско и подалечно социјално опкружување е всушност прашање на припадноста кон различни општествени групи и категории определени со: полот, возраста, класата, нацијата и тн.

Општествениот идентитет не се однесува, се разбира, само на поединците, туку и на општествените групи, подредувајќи ги на одреден начин во општествениот систем. Тука општествениот идентитет го спроведува принципот на вклучување или исклучување на припадниците на некоја група според различни обележја со помош на кои тие се разликуваат од припадниците на некоја друга група. Културниот идентитет, во овој контекст, можеме да го согледаме како начин на категоризација во правец на "ние и тие", базиран врз културните разлики. Со други зборови "културниот идентитет е самосвеста на припадниците на една група која историски настанува и се развива во зависност од критериумите кои таа група ги воспоставува во односите со другите општествени групи" ("Kulturna prava", (група автори), Beogradski centar za ljudska prava, Beograd 1999, str.22.). Определеното самосвесно и оригинално постоење на поединецот во тој контекст не смее да биде исклучено со оглед на тоа што веќе нагласивме дека е тој вистинскиот креатор и носител на општествениот однос. Во секој случај ова не наведува на сознанието (познато на антропологијата и на социологијата) дека културниот идентитет не е потреба од нов концепт врзана за нашето време, туку ноторен факт на историјата на културата и на културната динамика.

За докрај да се разбере проблемот на културниот идентитет неопходно е да се истражи функцијата на идентификаторот, односно релацијата помеѓу идентитетот и идентификаторот. Според Ервинг Гофман културниот идентитет овозможува во контактот помеѓу општествените групи тие да се: самоодредуваат; да ги дефинираат другите групи; и, да го воспостават односот кон нив. (E. Goffman, "Stigma: Notes of the Management of Spoiled Identity", Penguin, London, 1970). Можноста овие елементи на односот да бидат остварени е токму идентификаторот кој во случајот на културниот идентитет треба да ги истакне, пред се,

различностите помеѓу општествените групи. Културните идентификатори најчесто се однесуваат на: јазикот, верувањата, обичаите, уметноста и воопшто на фактите што заокружуваат еден модел на вредносен систем.

Проблемот врзан за оваа димензија на функционирањето на културниот идентитет произлегува од фактот што поединците, па и цели општествени групи, согласно својата општествена положба им припаѓаат често на различни поткултури, каде што идентификаторите на одделните културни идентитети можат да бидат во колизија едни со други. Исто така "идентификаторите претставуваат основа за настанување на стереотипи - поедноставени и вредносно обоени претстави - што општествените групи ги воспоставуваат како за себе така и за другите општествени групи" ("Kulturna Prava", 1999).

Според Фредерик Барт она што раздвојува две етно-културни групи не е, во основа, културната различност затоа што еден колективитет може сосема успешно да функционира во услови на културен плуралитет. Сепарацијата, "границата", всушност настанува тогаш кога постои волја за диференцијација, при што културните факти се користат како маркери на специфичноста и посебноста на еден идентитет (Frederik Bart, Etnicke grupe i njihove granice, во: Filip Putinja, Zoslin Stref-Fenar, Teorije o etnicitetu, Biblioteka XX vek, Beograd, 1997).

На ова рамниште се отвора основниот проблем, а тоа е проблемот на начинот и степенот на комуникацијата помеѓу културните идентитети, односно можната супремација на еден во однос на друг или други културни идентитети. Тука влегуваат во игра повторно културните поделби и различности што директно зависат од општествените (не)еднакости, односно од принципот на распределбата на општествената моќ. А, трансферот или манифестацијата на таа моќ мошне често ги (зло)употребува токму културните факти и институции. Така, Џордан и Ведон констатираат: "Релативната доминација на разни групи врз некои други групи е делумно потпомогната и репродуцирана преку постапките и производите на културните институции. Тука ги имаме на ум јазикот, семејството, образовниот систем, медиумите, законите и религиозните организации" (Glen Xordan i Kris Vedon, "Kulturna politika", Templum, Skopje, 1999-2000). Всушност, во ваква констелација, културниот идентитет на општествените групи (и поединците) е димензија на манипулација во правец на заштита на нивните интереси во еден определен општествен систем.

На извесен начин овде директно навлегуваме

во подрачјето на културната политика и нејзината улога на репродукција на центрите на општествената моќ, бидејќи, "се во општествениот и културниот живот во основа е поврзано со моќта. Моќта е во центарот на културната политика. Таа е интегрален дел на културата. Сите означувачки дејствија - односно сите практики што имаат некакво значење - вклучуваат и односи на моќ...Релациите на моќ, родени во некоја конкретна означувачка практика, можат да бидат во состојба на рамнотежа но во нив најчесто има односи на доминација и субординација" (Xordan i Vedon, 1999-2000, str.23).

Демократскиот културен развој, се чини, е основниот предизвик со кој се соочуваат современите општества. Иако предизвикот е глобален, тој се манифестира на различни начини во зависност од локалните, социјалните и политичките услови. Кај општествата во развој круцијалните прашања на идентитетот се поврзани со историјата, борбата за еманципација од колонизаторските култури, судир на системите на традиционалните вредности со оние на современото. Во тие рамки се случува креацијата на нивната културна политика. Развиените индустриски земји се соочуваат со слични, но и со напдно различни предизвици. Нивната културна политика е, на пример, насочена кон демократизацијата на високата култура или надминување на јазот помеѓу високата и популарната култура, создавањето (или заштитата) на вредностите на граѓанското општество. Ова ги соочува сите земји во светот со неколку фундаментални точки на размислување и дејствување: како да се надмине алармантната алиенација произлезена од модернизацијата; како да се оживее и заштити релевантната културна традиција; како да се олесни комуникацијата и соработката помеѓу различните култури; како да се реанимира животот во заедницата; како да се заштитат човековите права, и тн. Идеологијата на поддршката и развојот на една демократска културна политика, во таа смисла, тргнува од поставувањето на две основни цели: да се поддржуваат средствата за културна продукција и нивното ширење; да се поддржуваат средствата за културна партиципација.

Имајќи го предвид фактот дека светот денес се соочува со империјалната логика на големите сили, со културниот империјализам којшто ја унифицира, артифициелно ја хомогенизира и техницистички ја транспонира улогата на разнородните културни идентитети тешко е да се поверува во хипокризијата на логиката на политиката на културната демократија.

Постмодернизмот се обиде да ја релаксира оваа нова реминисценција на моќта и нееднаквоста нудејќи ни крај на историјата низ обидот за бришење на некои основни вредности на човековата култура, односно оспорувајќи го нивното значење за човекот, како на пример: природата, религијата, науката, револуцијата, искуството, традицијата. Тој ни нуди партикуларизам и еклектицизам наместо креативност и историцизам во осознавањето на фактите на вистината. Во суштина, сеуште на историската сцена е една неодминлива пракса на оној којшто е во позиција (на сила) да ги создава (и наметнува) основните механизми за утврдување на вредностите содржани во културните идентитети и тоа, според

принципот на хиерархијата. Затоа, основните прашања на современата културна политика остануваат во контекстот на традиционалната шема на општествените нееднаквости, субординирајќи ги културните различности. Тие прашања, според Џордан и Ведон се: "Која култура треба да биде официјална, а која потчинета? Кои култури треба да се оценат како култури што заслужуваат да бидат изложени, а кои треба да се кријат? Која историја треба да се запомни, а која да се заборава? Кои слики на општествениот живот да се проектираат, а кои да се маргинализираат? Кои гласови да се слушаат, а кои да се замолкнат? Кој кого претставува и врз која основа"? (Jordan i Vedon, 1999-2000).

ЛИТЕРАТУРАТА И КУЛТУРНИОТ ИДЕНТИТЕТ

Во речникот на Вујаклија идентитет значи исто, односно, секој поим е она што е! $A=A!$ Законот за идентитетот! Во филозофска смисла: материјата и духот, телесното и душевното, субјектот и објектот, мислењето и битието - не се две различни нешта, туку тие се едно исто нешто, само две поинакви појавувања и сфаќања на една единствена супстанца (материјата)!

Ова се однесува и на идентитетот на единката, на личноста, на човекот! Односно, на се што е живо. Човекот не живее сам, туку тој е дел од семејство, од група, од племе, од народ.

Севкупниот живот на човекот низ бескрајот на времето, трагите негови: како фосили, како артефакти, како јазик заробен на карпи, на плочки, на папирус, на хартија - ја претставува културата на неговото живеење, односно го претставува културниот идентитет на некој човек, на некоја група, на некое племе, на некој народ!

Значи, културниот идентитет треба да го сфатиме како дел од нас самите, дека токму ние и нашето име сме тој идентитет!

Националниот и културниот идентитет се всушност идентитетот на еден народ!

Литературата, секако, е еден сегмент од културниот идентитет, нејзина неделива составка. Низ неа, или поточно, од неа проговорува минатото, сегашнината и иднината. Значи, таа, во истовреме е и минато и сегашнина и иднина.

Археолошките артефакти не умеат да зборуваат, тие само се покажуваат во една статична состојба, судот ни е препуштен нам за тоа дека парче камен не е камен туку алатка, дека остатоци од керамичка посатка служела за тоа и тоа, следствено заклучуваме и за нивото на културата за тоа време.

Литературата пак, преку писмото и јазикот, изворно ни го открива и покажува минатото, изворно проговорува за сегашнината, и исто така силно и јасно ја најавува иднината. Како таква,

литературата недвојбено треба да ја доведеме во врска со аудиовизуелните медиуми, односно со денешната тема: радио и телевизиските програми и културниот идентитет, би додал: на еден народ, на една земја. Ако минатото најсилно и најбогато токму во литературата е импрегнирано, тогаш, со припомош на живите, евидентните докази на археологијата, на архитектурата, на пластичната уметност, на митологијата и фолклорот со обичаите, таа, литературата, се јавува како најсилен, најцврст идентитет, односно легитимитет, наспроти самиот тој народ, и што е уште поважно - наспроти другиот свет, наспроти другите народи.

Може ли литературата да биде поприсутна во радио и телевизиските програми? во дејствувањето на јавниот сервис, односно на јавните локални сервиси? може ли, исто така, таа да си најде малку поголем простор и во програмите на приватните радио и телевизиски дифузери? Кога го поставувам ова прашање мислам на тоа дека литературата е многу малку присутна во радио или телевизиските програми, а и ако е присутна, тогаш тоа е само како вест за излезена книга, како осврт на промоција, ретко преку разговори со автори, а скоро никако во директен контакт со гледачите или слушателите.

Мислам дека има безброј можности тоа да се направи! Особено ако се има во предвид дека сите ние сме обдарени со сите сетила и органи. Понекогаш така сме се појавиле на свет: да не слушаме и да молчиме, или да слушаме а да молчиме, или и да не слушаме и да молчиме, ама и да не гледаме. Се вели така сме се родиле. Често и животот така си поигрува со нас, да не можеме да уживаме во звучноста на светот, да не можеме да се изразиме со нашата уста.

Најтрагично е она кога не само што не можеме ништо да чуеме, ништо да проговориме, туку ни е одземена можноста да уживаме во убавината и различноста на светот околу нас!

Некои од таквите си припомогнуваат со очите, други со прстите преку браевото писмо, трети со слухот лебдејќи во вечната темница. Ние, односно вие, дифузерите, што прескокнувате секакви граници за да му се приближите на слушателот или гледачот, да направиме дополнителни напори да избришеме некои граници за таквите луѓе.

Литературата, книгата, не само што е дел од нашиот идентитет, туку таа е, можеби, најблагодарното нешто што треба да стане достапно за секого, дури и за оној со сите сетила и органи.

Некои патишта и сега можеме да наброиме, а многу други останува самите да ги откриете. Мислам, проектите од јавен интерес се еден од тие патишта, мислам дека дури и се најпогодни.

Додека се совладуваат километри и километри следени само од бучавата на моторот на колата и крајпатниот пејсаж, може да се исчита една книга од средна големина преку звучникот на

вашиот касетофон. Во светот одамна се продаваат книги престорени во касети или цедеа. Така ќе може да се ужива во едноставната и строга песна на Блаже Конески, во треперливата лирика на Ацо Шопов, во мудростите на Итар Пејо од Славко Јаневски, да не набројуваме понатаму во што се можете да се насладувате додека патувате, или додека собирате прездив од заморноста на секојдневието.

Сето ова може да го има и на телевизиските екрани, само треба да се побара мотивација, а мотивацијата ќе ја донесе инспирацијата како да се направи тоа.

Ако не е возможно поголемиот дел од литературата да стигне до нас како филм и драма, тогаш да ги побараме поефтините патишта да ја приопштиме во нашите програми и навистина да го оправдаме она дека таа е неделива составка на нашето културно живеење.

ТЕЛЕВИЗИЈАТА И КУЛТУРАТА - ПОЛИТИКА И РЕГУЛАТИВА ВО ЕВРОПА

Најпрвин би сакала да му се заблагодарам на Советот за радиодифузија што ме покани да учествувам на овој семинар за културниот идентитет и навистина сум почестена што денеска сум тука со вас. Бев замолена да проговорам за европското искуство при заштитата на културниот идентитет.

Моето излагање е засновано на публикацијата "Телевизијата - политики и регулативи во Европа". Оваа студија беше објавена од Европскиот институт за медиуми во 1998 година и претставува компаративна анализа на политиките и регулативите за културата на телевизијата во Канада и шест земји-членки на Европската унија: Белгија, Франција, Германија, Холандија, Шведска и Велика Британија.

Првото прашање е, се разбира, што е културен идентитет. Ќе кажам накусо само неколку прелиминарни забелешки, затоа што веќе беше добро елаборирано од претходните двајца говорници. Како што беше и претходно кажано, концептот за културата во основа не е едноставен за дефинирање, бидејќи се користи со многу различни значења и варијации, во зависност од различните јазици и полиња на студии. На пример, францускиот термин 'култура' не е еквивалентен на германскиот термин 'култур'. Сепак, може да се разликуваат две одделни значења на културата, пошироко и потесно значење. Како што и Филип Шлезингер разликува две различни значења, едното, кое културата ја разбира во поширока смисла како начин на живот, општо прифатени вредности, практика и верување на една општествена група и второто, кое културата ја разбира во потесна смисла, како производство на артефакти што може да станат стоки со кои се тргува на пазарот. Националниот културен идентитет, исто така, е мошне сложен и многуслоен концепт, иако не е толку комплексен како идејата

за европскиот идентитет. Културниот идентитет беше опишан како општествено остварување кое во себе го носи печатот на историјата и затоа е поврзан со концептот за граѓанството. Исто така, постои опасност дека може да се употреби за националистички цели. Меѓутоа, културниот идентитет е динамичен концепт и зависи од условите во коишто се развива, затоа што културниот идентитет на дадена земја во 2000 -та година не е истиот како и пред 20 години. Господинот Марселино Орега, поранешен комесар на Европската унија, кој беше одговорен за аудиовизуелната област вели дека идентитетот е нешто што се чувствува, а не нешто наметнато. Значи, станува збор за концепт што е дефиниран како нешто што е истовремено вештачко, замислено, субјективно и во движење.

Сега нешто во однос на различните средства во Европа за заштита и негување на културниот идентитет. Комплексноста на концептите за културата и културниот идентитет што јас ќе се обидам накратко да ги презентирам, се изразува низ многубројните инструменти што се употребуваат од различни субјекти - законодавецот, регулаторните тела и радиодифузерите, со цел да се заштити културниот идентитет. Во Европа, идејата за заштита на културниот идентитет е генерално сфатена како синоним за интервенционистичка политика и систем на квоти. Сепак, средствата за заштита и негување на културниот идентитет во Европа се многу поразлични од само едноставниот систем на квоти.

Најпрвин, едно од средствата или начините за заштита и негување на културниот идентитет би биле општите принципи вградени во законите за радиодифузија. Општите принципи во поглед на културниот идентитет често пати се застапени во законите за медиуми во Европа. Принципот за културен идентитет кој што е апстрактен во

извесна мера, често пати е поконкретен и релевантен за телевизијата преку концептите за разновидност и разнообразие. Ова значи дека од плуралистичките медиуми се очекува да информираат за цела низа јавни размислувања, културна практика и општествено-географски услови. На пример, во Германија според договорот за дифузија меѓу федералните држави, радиодифузерите чии програми се од општ интерес мора да емитуваат повеќе програми подготвени од земјите каде што се зборува германскиот јазик и јазиците од европските земји.

Второто средство за заштита на културниот идентитет во Европа се одредбите за квоти. Сите земји-членки на Европската унија, според член 4 од Директивата за телевизијата без граници, мора да обезбедат, земјите под нивна јурисдикција, онаму каде што е тоа можно, да емитуваат поголем дел европски дела, т.е. 50%. Целта на оваа одредба е поттикнување на емитувањето европски дела во аудиовизуелните медиуми и исклучување на американските серии и играни филмови од програмите. Овој дел од членот 4 од Директивата е минимален стандард и на земјите членки на Европската унија им е дозволено да применат построги мерки за дифузерите под нивна јурисдикција. На пример, во Франција, дифузерите мора да емитуваат најмалку 60% европски дела, а квотите за француската музика важат и за француските радија. Иако оваа мерка за квотите во рамките на Европската унија првобитно беше насочена кон поттикнување на протокот на програми во Европа и со тоа зајакнување на концептот за европскиот идентитет, се чини дека голем дел од програмите што се емитуваат со цел да се задоволат барањата за европски квоти во земјите-членки се од национално потекло. Исто така, еден од начините што се користат во Европа за заштита на културниот идентитет се и целите на политиката за јазикот. Бидејќи јазикот е важна компонента на културниот идентитет, некои земји покрај квотите за програми од европско потекло, во нивната законска регулатива вградуваат и одредби што се однесуваат на целите на политиката за јазикот. Во Франција, дифузерите мора да емитуваат дел еднаков на најмалку 40% аудиовизуелни и кинематографски дела првобитно изработени во Франција. И еден друг пример. Во Холандија, од дифузерите се бара квота од 40% оригинални програми на холандски јазик.

Четвртиот начин за заштита на културниот идентитет во Европа се посебните програмски барања, вградени во законите за радиодифузија

или лиценците (дозволите) за работа, на пример, за програмите од областа на културата. Најголем број земји во нивните закони за радиодифузија или преку системите за издавање лиценци утврдија посебни програмски барања, особено во поглед на застапеноста на програмите од областа на културата. На пример, во француското говорно подрачје во Белгија, јавниот дифузер мора да емитува минимален број програми од областа на културата (литературата, музиката, игрите и тн.) утврден од одборот менаџери на каналот. Во Холандија, 20% од времето за емитување мора да и биде посветено на културата, од кое пак, 10% мора да се однесува на уметноста.

Секако, не постојат само квантитативни мерки за заштита и негување на културниот идентитет (најголем дел од горенаведените мерки се квантитативни). Постојат и многу други аспекти за заштита на културниот идентитет преку неквантитативни мерки и институционални аранжмани. Првата неквантитативна мерка е обезбедување на потребните извори од самите телевизиски организации. Ова поконкретно значи да се обезбеди финансирање на јавните радиодифузни организации за да можат да ја исполнат својата мисија на јавен сервис. Традиционално гледано, јавните дифузери имаат најголеми обврски во поглед на разновидноста на програмите. Така, јавното финансирање и регулативата овозможуваат поголема разновидност на програмите и претставување на културниот идентитет.

Втората неквантитативна мерка е негување на европската и националната продукција. Тука би ги споменала програмите со кои се охрабруваат европската и националната аудиовизуелна индустрија како што се програмите за медиуми на ниво на Европската унија и националните и локалните шеми. Како што се вели, во политиката на Европската комисија: "Само една силна европска индустрија може да овозможи и разновидност на програмите и меѓународно влијание на европската култура".

Третата неквантитативна мерка е организационата конфигурација на телевизијата. Културниот идентитет е развоен концепт и може да се сочува и развие преку поттикнувањето на алтернативни и иновативни програми во рамките на традиционалните канали или преку постоењето на канали со специфична задача, како што се Канал 4 во Велика Британија или АРТЕ во Франција и Германија, кои нудат алтернативни начини на гледање на една земја или на светот. Но, културниот идентитет може да се изрази и преку внатрешната структура на дифузерите или

регулаторите. Во Германија, различните социо-културни групи во германското општество се застапени во структурата на јавните радиодифузери и во регионалните регулаторни органи. А последно, но не и најмалку важно, е она на што системот за радиодифузија му посветува посебно внимание, фактот дека радиодифузната регулатива игра важна улога во заштитата на културниот идентитет. Прво, регулаторните органи имаат одлучувачка улога во доделувањето дозволи (лиценци) за работа на радиодифузните организации, посебно во однос на терестријалните (земските) дифузери. Ова е начин да се обезбеди плурализам и разновидност на програмите. Сепак, останува да се види дали и колку долго системот за лиценцирање како што постои сега, ќе се справи со предизвиците што ги носи дигитализацијата, а посебно експлозијата на достапни канали. Второ, регулаторните органи играат важна улога во следењето на почитувањето на роковите и условите од страна на дифузерите и во однос на можностите да наметнат санкции во случај на прекршување на законските барања. Како што може да се види од оваа листа на постојни мерки, начините да се заштити културниот идентитет се разновидни. Еден од наодите во студијата за "Телевизијата и културата" е дека може да се разликуваат два различни модела на национални регулативи. Сепак, мора да се земе предвид фактот дека најголем број од земјите избрале комбинација на елементите од двата система. Првиот пристап што го квалификуваме како регулаторен пристап се потпира на: порестриктивна дефиниција за културата (во смисла на уметничка култура), нагласување на правните одредби особено во поглед на квантитативните мерки како што се квотите, доминантна улога за јавните власти и традиција на квантитативно оценување на програмската понуда преку модели за проценка. Вториот пристап кој ние го квалификуваме како институционален пристап се потпира врз поширокиот концепт за културата кој ја нагласува општествената улога на телевизијата (посебно на јавниот сектор), нагласувањето на саморегулативниот систем за јавните дифузери, застапеноста на граѓанското општество во радиодифузијата и регулаторните тела, важноста на концептот за програмска автономија на радиодифузните организации и традицијата за квалитативна оценка на

програмите (затоа што квалитетот е она што е важно).

Што се однесува до земјите кои беа анализирани во оваа студија, Франција и Белгија го избраа, главно регулативниот пристап, додека пак, Германија, Велика Британија и Шведска го усвоија институционалниот пристап. Холандија е некаде на средината меѓу овие два пристапа затоа што користи квоти за културни програми, а структурата на јавните радиодифузни организации се карактеризира со значајна застапеност на граѓанското општество. Ставот на земјата во корист на специфичниот модел или во корист на солуцијата, "некаде на средина", се разбира е поврзан со националните карактеристики и историјата на соодветниот аудиовизуелен пејсаж (на пример, постоењето силна традиција на јавен радиодифузен сервис во Шведска, традиција на програмска автономност на дифузерите и минимални интервенции на државата од историски причини во Германија, големината на земјата и постоењето "големи" соседи кои го говорат истиот јазик, во Белгија.).

Навистина, пристапите кон културата на телевизијата во голема мера се разликуваат во зависност од земјите. Дебатата за културниот идентитет, исто така, не се води со ист интензитет во сите земји. Ова е многу очигледно во Франција и во Белгија, едвај видливо во Велика Британија и ограничено во Германија, поради конотациите од историското минато. Сепак, може да се истакне една заедничка одлика. Заштитата и негувањето на културниот идентитет е цел што ја споделуваат сите земји, која е призната во практиката иако не секогаш се кажува отворено. Велика Британија и Германија, на пример, се многу претпазливи во однос на системот на квоти затоа што сметаат дека тој се коси со принципите за програмска автономност на дифузерот. Исто така, тие не се согласуваат со идејата за ваква чиста квантитативна алатка која според нивното размислување не ја исполнила основната цел, а тоа е да се заштити културата. Секако, ова не значи дека тие не се заинтересирани за заштита на културниот идентитет. Средствата за заштита на културниот идентитет може да се разликуваат, но целта за заштита на културниот идентитет е заедничка за сите земји, особено во постојниот контекст на глобализацијата.

Програмски обврски за негување на културниот идентитет во Законот за радиодифузната дејност - преглед и остварување

Зачувувањето и негувањето на националниот идентитет, јазичната култура и домашното творештво, промовирањето на толеранцијата, како и почитувањето и негувањето на културната различност, се едни од начелата на кои се заснова радиодифузната дејност. Законот за радиодифузната дејност содржи конкретни одредби за обврските на радиодифузерите низ содржините на радио и телевизиските програми да се грижат за културниот идентитет на Република Македонија и нејзините граѓани, кои се во согласност со основните принципи утврдени во Уставот на државата. Правна основа претставуваат посебно уставните начела со кои се гарантира слободата на уметничкото творештво, поттикнувањето на развојот на уметноста и културата, заштитата на правата што произлегуваат од уметничкото творештво, правата на припадниците на националностите слободно да го изразуваат, негуваат и развиваат својот идентитет и националните особености, и заштитата на етничкиот, културниот и јазичниот идентитет на националностите.

Програмските обврски во Законот за радиодифузната дејност се однесуваат на: разновидноста на содржините на програмите, уделот на сопственото производство во вкупната програма на радиодифузерите, условите за реемитување странска програма, јазикот на којшто се емитуваат радиодифузните програми и употребата на литературниот јазик во програмите.

Така, членот 31 од Законот ги обврзува медиумите, независно дали се приватни или јавни, нивната програма да содржи информативни, научно-образовни, културни, стопански, спортски и други содржини од интерес за животот и работата на граѓаните, а преку нив да се обезбеди "негување и афирмирање на македонската културна традиција и на националностите кои живеат во Република

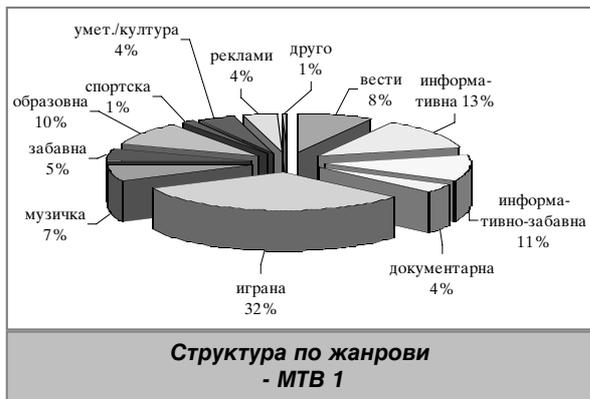
Македонија, како и учество во културниот живот".

За почитувањето на оваа одредба Советот има само делумни податоци, затоа што нејзиното следење подразбира покомплексни анализи на сите сегменти од програмите низ кои може да се остварува обврската, без разлика дали се работи за играна, документарна, забавна, културна, информативна или музичка програма. Исто така, иако Законот за радиодифузната дејност, во овој поглед не прави разлика меѓу приватните и јавните радиодифузери, сепак искуствата и реалноста говорат дека, не може да се очекува еднаква програмска разновидност кај двата сектора, затоа што јавните ги обврзуваат и средствата што ги добиваат од граѓаните, а приватните се сепак пазарно позиционирани, што не значи дека не треба да се грижат за квалитетот на своите програми. Во овој контекст соодветен е примерот на комерцијалното радио, на кое и воопшто, како медиум е логично да се очекува мала жанровска разновидност, односно поголем процент музичка програма, а посебно на оние станици кои програмски се профилирани како музички.

Програмскиот сегмент - музика - веројатно е меѓу најмоќните содржини за негување на културните традиции или за остварување културно влијание. За илустрација, на жанровските карактеристики на музиката, интересни се податоците од неделните анализи на емитуваната програма на МТВ1 од јавниот сервис и трговското радиодифузно друштво ТВ БТР, направени во април, годинава. Овие анализи даваат пресек само на конкретно анализираниите недели и не се репер за вкупната програма на медиумите.

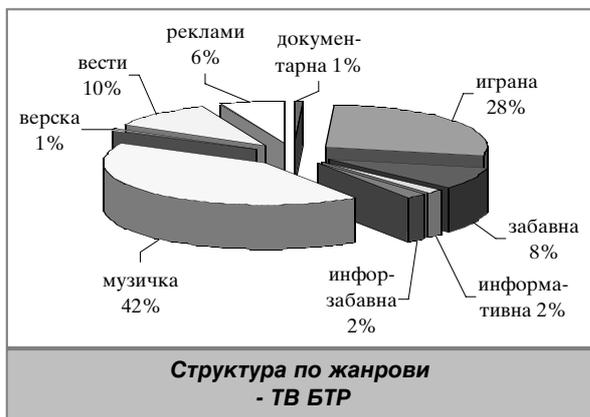
Од жанровската структура на Првата програма на МТВ во анализираната недела може да се забележи дека доминира играната програма, а потоа следат информативната, информативно-

забавната, образовната, вестите (издвоени посебно од другата информативна програма), музичката, забавната програма и содржините од областа на уметноста и културата.



Уделот на музичката програма во оваа неделна анализа е 7% или 11 часа и 56 минути (во обемот на музичката програма не влегува музиката емитувана во рамките на другите програмски содржини како што се забавни, спортски, информативно-забавни, образовни и други емисии). Емитуваната музичка програма жанровски е разновидна. Се среќаваат изворната народна музика, новокомпонираната народна, популарната, класичната, сценската и музиката за деца. Емитувани се и комбинирани музички емисии со музика од различни жанрови. Доминира сценската музика (25%), потоа популарната (23%), музиката за деца (13%), комбинирани музички емисии (12%), а потоа следи изворната народна музика, класичната и на крајот новокомпонираната. Ваквата ориентација на МТВ1 секако одговара на обврските на јавниот сервис за емитување содржини за сите вкусови, потреби и интереси на публиката.

Жанровската структура на ТВ БТР покажува дека телевизијата во анализираната недела е ориентирана кон забавни содржини. Доминира музичката програма со 42%, а потоа следат: играната програма со 28% и забавната програма



со 8%.

Најголем дел (речиси 41% или 17 часа) од емитуваната музика е посебна категорија музичка програма, т.н. "поздрави и честитки". Тие се на некој начин, комбинација од музичка и комерцијална програма зашто телевизијата од овој програмски сегмент остварува профит. Новокомпонираната народна музика е застапена со 30%, популарната со 28% и музиката за деца со 1%. Карактеристично за музичкиот сегмент "поздрави и честитки" е што 80% од музичката содржина во нив според жанрот е новокомпонирана музика.

Во член 41, став 1 и 2 од Законот се утврдува дека учеството на сопствените програми во програмата на радиодифузната организација не може да биде помало од 40% од вкупно емитуваната програма во текот на неделата, со тоа што во првата година од работењето треба да изнесува 20%, во втората 30%, а третата година 40%. Радиодифузните организации пак што остваруваат програма на локално ниво во сопствената програма мора да обезбедат учество од најмалку 30% за информации кои говорат за актуелните настани и случувања од конкретното подрачје.

Анализите за учеството на сопствената во вкупно емитуваната програма на концесионерите, во втората година од работата (што значи обврската е 30% програма од сопствено производство), покажуваат дека голем дел од трговските радиодифузни друштва не ги исполнуваат обврските. Кога се разгледува овој аспект од програмата на радиодифузните, во принцип многу интересно е да се види од каде потекнува програмата од туѓо производство (под туѓа програма се подразбира програмата што не е произведена од концесионерот, а не само странската програма).

На пример, податоците од неделните анализи на ТВ Сител и ТВ А1, концесионери на национално ниво говорат дека:

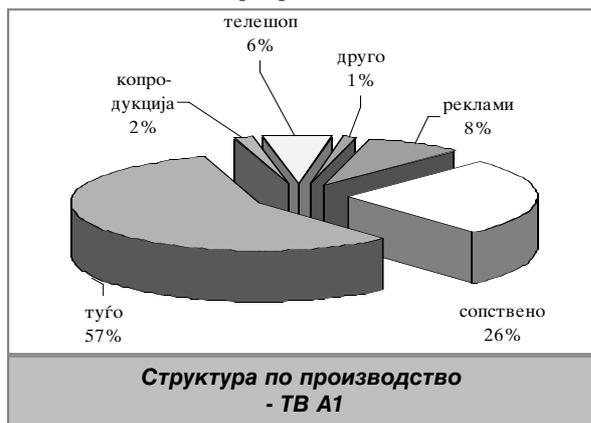
На ТВ Сител 59% од програмата е од туѓо, а 37% од сопствено производство, што значи телевизијата го исполнува условот за учеството на сопствената програма со 30% во вкупно емиту-



ваната програма во втората година од концесијата.

Структурата на туѓата програма по земји на потекло покажува дека 59% од содржините потекнуваат од САД, 28% од Германија, 10% од В. Британија, речиси 2% од Австралија и 1% од Македонија.

Структурата по производство на ТВ А1 покажува дека 57% од програмата во анализираната недела е туѓа, а 26% сопствена програма, што значи дека А1 во периодот на анализата не ја исполнувала законската обврска за учество на сопствената програма.



Според земјите на потекло на туѓата програма, може да се констатира дека 32% од содржините се од САД, 16% од Австралија, 13% од Германија, 13% од Велика Британија, 12% од Мексико, 11% од Аргентина и 2% од Македонија.

Членот 43 од Законот вели дека радиодифузните организации можат да реемитуваат странски програми повремено, само доколку имаат договор со странскиот емитувач на односната програма, а по претходна согласност од Советот.

Со оглед дека реемитувањето е уредено само со овој член од Законот за радиодифузната дејност, Советот за радиодифузија воден од потребата да се конкретизираат одделни законски обврски од значење за развојот на културата и подобрувањето на квалитетот на радио и телевизиските програми, притоа водејќи сметка за автономноста на радиодифузерите и не мешајќи се во нивната уредувачката политика усвои (34 седница; 04.02.1999) критериуми за реемитување странски програми, односно за емитување програми. Со критериумите се утврдени:

1) Обврската и одговорноста на радиодифузните организации на слушателите, односно на гледачите да им понудат разновидни радио и телевизиски програми со високи и трајни вредности од домашно, европско и друго потекло;

2) Зачувувањето и негувањето на националниот идентитет, јазичната култура и домашното творештво и почитувањето на законските одредби за јазикот на кој се емитува-реемитува програмата;

3) Негувањето и афирмирањето на македонската и културната традиција на националностите кои живеат во Република Македонија;

4) Заложбите да се реемитуваат, односно емитуваат радио и телевизиски програми со висок и траен квалитет, кои придонесуваат за развој на културата и заложбите за сузбивање на емитувањето програми со ниски програмски стандарди;

5) Процентите за обемот на домашната музика во вкупно планираното време за емитување музичка програма во текот на неделата. Идејата е најмалку 15% од емитуваната музика во текот на неделата да е од домашно производство;

6) Обврската во радио и телевизиските програми да се употребува македонскиот литературен јазик. Ова значи дека текстовите во емисиите, односно преводите треба да бидат лекторирани од страна на овластен лектор во согласност со Законот за употребата на македонскиот литературен јазик;

7) Заложбите понудените програми да содржат значителен дел оригинална домашна и друга продукција; и

8) Обврската радио и телевизиските програми да го негуваат, развиваат и афирмираат домашното музичко творештво.

Критериумите на Советот треба да се интерпретираат од аспект на интенциите: од една страна, да се обезбеди почитувањето на авторските и другите сродни права, а од друга, реемитувањето странски програми на програмите на концесионерите да се остварува во поврзаност со почитувањето на повеќе други одредби од Законот за радиодифузната дејност и договорите за концесија што се однесуваат на создавањето и емитувањето на радиодифузните програми.

Во практичното следење на почитувањето на овие одредби се покажа дека ваквиот приод кон толкувањето на одредбите за реемитување странски програми е правилен. Определен број радиодифузери го усогласија своето работење со Законот и договорот, меѓутоа, неопходно е да се напомене дека голем број концесионери, особено на локално ниво, се уште реемитуваат (обично во ноќните часови) големи блокови странски забавни програми и музика, раководејќи се притоа само од потребата да ја "пополнат" програмската шема, не водејќи сметка за културните аспекти, односно културната мисија, па ако сакате и обра-

зовната функција на својата програма, и спротивно, културното влијание на туѓата програма, и што е најважно, не водејќи сметка за потребите и интересите на публиката, сервирајќи им еднородни жанровски содржини, понекогаш со "дискутабилен" квалитет.

Во последно време, со цел да привлечат повеќе гледачи, а на тој начин и повеќе реклами, на локалните телевизиски станици е изразена појавата на одложено емитување на ваквите сателитски програми со музичко забавни содржини. Но радува фактот, што на ова се почесто реагираат други концесионери, чија ориентација е висок квалитет на програмите.

Членот 45 од Законот за радиодифузната дејност утврдува дека радиодифузните организации треба да ја емитуваат програмата на македонски јазик, додека пак Јавното радиодифузно претпријатие што емитува програма на територијата на Република Македонија, покрај на македонски, треба да емитува програма и на јазиците на националностите. На подрачјата на коишто како мнозинство, односно како значителен број живеат припадниците на националностите, јавните радиодифузни претпријатија што вршат дејност на локално ниво, исто така, емитуваат програми покрај на македонски и на јазиците на односната националност. И трговските радиодифузни друштва според Законот, можат да емитуваат програми и на јазиците на националностите.

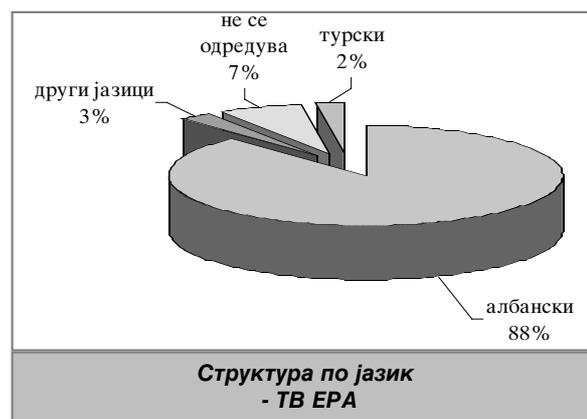
Членот 46, исто така, се однесува на јазикот на кој се емитуваат програмите. Оваа одредба од Законот прецизира дека странските програми или делови на странски програми треба да бидат преведени на македонски јазик, или на јазиците на националностите. Исклучок од ова правило се преносите на музички, театарски и верски настани, образовните програми за изучување странски јазици, како и програмите наменети за странци. Радиодифузерите имаат обврска програмите што не се преведуваат да ги најавуваат и на македонски јазик, односно на јазиците на националностите.

Советот за радиодифузија со редовниот мониторинг на програмите во изминатиот период, особено внимание им посвети на употребата и негувањето на јазикот и на јазичната култура. Од анализите на програмските шеми и неделните анализи на емитуваната програма може да се констатира дека поголем број концесионери се придржуваат кон одредбите за употреба на јазикот, но има и такви кои не ги почитуваат своите пријави во однос на јазикот при аплицирањето за концесии.

На пример, ако се споредат структурите по

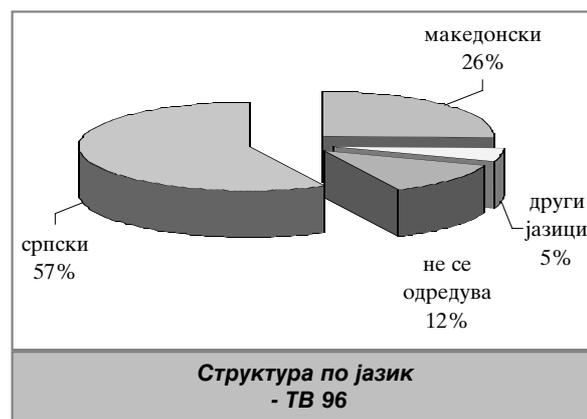
јазик на емитување на програмата на двете трговски радиодифузни друштва на локално ниво ТВ ЕРА и ТВ 96 може да се констатира следново:

ТВ ЕРА при аплицирањето за концесија пријавила дека програмата ќе ја емитува на: македонски јазик 20%, албански 60%, турски 10% и англиски јазик 10%. Од анализата може да се види дека телевизијата програмата ја емитува на следниов начин: 88% албански јазик, 2% турски, 3% други јазици и 7% програма што не се одредува по јазик.



Ова значи дека ТВ ЕРА не се придржува на шемата што ја пријавила при добивањето на концесијата, имено македонскиот јазик воопшто не е застапен, а се разликуваат и другите проценти.

ТВ 96 во пријавата вели дека програмата ќе ја емитува 50% на македонски јазик и 50% на српски јазик. Меѓутоа, во анализираната недела, програмата се емитувала: 37% српски, 26% македонски, 5% други јазици и 12% програма што не се одредува по јазик (реклами, инфо сервис, најави и најавни шпици), што значи дека и оваа телевизија не ги исполнува обврските од пријавата.



Во членот 20 од договорите за концесија, се утврдува дека при емитувањето на програмата, концесионерот е должен да се грижи за употребата на стандардниот македонски литературен јазик, односно јазиците на националностите. За илус-

традија, во јавниот сектор, покрај МРТ (на вториот телевизиски и вториот радио канал), програми на јазиците на националностите емитуваат и 8 други локални радиодифузни субјекти, а во приватниот сектор, од 51 телевизија, програми на јазиците на националностите емитуваат 23, а од радио станиците 12, од вкупно 60.

Од резултатите од мониторингот, а особено од укажувањата на мониторинг групите од гледачи и слушатели, констатација е дека радиодифузерите, досега многу малку внимание му посветуваа на негувањето на литературниот јазик во сите видови програми.

Голем број забелешки од гледачите и слушателите се упатуваат и во однос на потребата да се негува јазичната култура, културата на говорот и на комуницирањето во сите говорни емисии.

На крајот само накратко потсетување и на одредбите од членовите 77 и 78 од Законот за

радиодифузната дејност. Преку нив се остварува грижата на Република Македонија за помагање и поттикнување на независната продукција и продукцијата на приватните радиодифузни организации, на начин што дел од средствата од радиодифузната такса (10%) се наменети за финасирање на радио и телевизиски проекти од јавен интерес на трговските радиодифузни друштва и независните продуценти.

Со програмите кои се финансираат од овие средства се обезбедува негување, афирмирање и зачувување на македонските културни и историски традиции и традициите на националностите кои живеат во РМ, се поттикнува творештвото, се дава поддршка на создавањето програми со содржини од интерес за животот и работата на граѓаните, при што се води сметка за задоволување на јавниот мултикултурен интерес на граѓаните.

Да се претставам. Јас сум Брус Мек Горил. Со господинот Клејман кој седи веднаш зад мене, сме пензионирани радиодифузери од САД. Во неколкуте изминати години патувавме во различни делови на Европа во обид да им помогнеме на независните радиодифузери, поддржувајќи го коментарот даден претходно дека еден од темелите на вашиот развој се успешните приватни медиуми. Господинот Клејман има поминато многу време во Узбекистан и во некои други држави, а и двајцата извесно време поминавме во Романија, работејќи на извештаи за структурата на Романската национална телевизија. Исто така, сме работеле и во Словачка, Малезија и Кина, и затоа би сакал да ви се заблагодарам за можноста да дадам одредени коментари.

Зачувувањето на културата е нешто што не обврзува, што не задолжува. При моите патувања низ светот навистина бев засрамен од некои американски телевизиски програми што се емитуваат во оваа и во некои други земји. Холивуд произведува програми со краткотрајна вредност. Ние во САД знаеме што е вистина, а што забава, меѓутоа се плашам дека луѓето во земјите што ги посетив мислат дека она што го гледаат е вистината. Ова секако не е културата што јас би сакал да ја видам меѓународно дистрибуирана. Вие претпоставувам повеќе од кој било друг дел од светот имате стотици и стотици години историја на инвазија. Сте биле под Отоманската империја, под Австроунгарската, или пак Римјаните биле тука, меѓутоа она што е важно, е дека кога сите овие инвазионистички армии си заминувале, оставале свои траги, односно нивната култура. Како што гледаме, и денеска, Македонија е под инвазија, како што се Романија, Словачка, Словенија и тн. Не од армии, туку од кабелска и сателитска телевизија кои ја пренесуваат културата на Франција, Германија, Турција, Грција и тн. Мене тоа ме загрижува, а треба и вас да ве загрижи. Значи, како ќе се одбраните себеси од таков вид инвазија. Тоа мора да го направите со силни медиуми, а силните медиуми се сведуваат на пари. Мора да постои систем кој ќе им овозможи на приватните електронски или пишани медиуми да преживеат. Постои една лекција во економијата, која што никогаш не се предава на универзитетите, барем не на мојот, а тоа е дека слободното претпријатие има еднакви можности и да пропадне. Не постои гаранција за претпријатието дека инвестирањето

во него ќе успее. Постои награда, но и ризик, меѓутоа не постои гаранција. Така, претприемачот мора да сфати дека има можност да пропадне. Многу е тешко да се управува со еден бизнис, каков и да било, дури и кога максимално ќе ги ангажирате вашите способности. Исто така, многу е тешко кога се натпреварувате со Владата која не соработува со вас на исто ниво..... Она што сега ќе го кажам, не се однесува конкретно на Македонија, затоа што ова сме го виделе и во другите земји што сме ги посетиле, и тоа е нешто што најмногу ни пречи секогаш кога напуштаме една земја. А, тоа е фактот што приватните медиуми мора да се натпреваруваат со владините медиуми со еден чекор поназад. Вие денеска говорите за културата, зачувувањето на културата и гледате кон медиумите кои треба да ја зачуваат. Во годините што доаѓаат, главен медиум што ќе го прави тоа ќе биде телевизијата. Можеби тоа нема да биде медиум на иднината, можеби тоа е Интернет, или пак, нешто друго, меѓутоа во моментот е телевизијата. Во најголем дел од земјите од поранешниот источен блок државната телевизија има позиција на која никој не може да и се спротивстави. Пред пет години во Романската телевизија имаше вработено 3500 лица, а најдобрата телевизиска станица во Букурешт имаше вработено само 170 лица. Овде во Македонија слушнав најразлични верзии за тоа дека националната телевизија има 2000 вработени лица и плус 500 хонорарни соработници, а приватните станици кои ги сретнавме овде имаат вработено најмногу до 100 лица. Од приватните медиумски станици во оваа земја се очекува да го почитуваат Законот за радиодифузната дејност. Од станиците што имаат концесија се очекува редовно да го плаќаат надоместокот на Советот, тие треба да плаќаат за програмите што ги емитуваат. Значи, од нив се очекува да го почитуваат законот, меѓутоа и самата Влада не го почитува. Господинот Клејман и јас, не сме доволно долго овде за да откриеме кој е виновен, или дали грешката е едноставно во вашиот систем, односно затоа што во законите немате какви било начини за контролирање на приватните станици. Пиратските телевизии се уште зрачат програма и преземаат гледачи и средства што ги добиваат од рекламирањето од оние станици што имаат дозволи за работа. МТВ може, или пак, не може да ги почитува насоките за тоа колку рекламни минути може да емитува на својата програма. Тогаш, зошто радиодифузерите би

го почитувале законот, ако Владата не го почитува. Таквиот вид регулатива и нејзиното спроведување ја уништуваат основата на системот. Кога на државниот радиодифузен систем, не говорам исклучиво за Македонија, му е дозволено да врши рекламирање, а Владата која ја има моќта им кажува на оние кои се поврзани со неа да ги потрошат нивните рекламни пари токму во државниот радиодифузен систем, тоа ги оневозможува приватните станици да се натпреваруваат. Како ова е поврзано со културата? Приватните станици би требало да произведуваат културни програми, онакви какви што вие сметате дека одговараат, какви што опишувате, какви што сакате, всушност тие би требало да го прават тоа, но и да им биде овозможено. Меѓутоа за тоа се потребни пари. Тие треба да имаат еднаква можност да не успеат, а се разбира, и еднаква можност да успеат и се надеваме дека ќе успеат. Кога постои силен приватен радиодифузен медиум, кој што добива се поголем дел од публиката на сметка на јавниот дифузер, нешто многу интересно се случува, државниот медиум, државната телевизија станува подобра. Програмите се подобри.

Тоа е конкуренција. Вработените во државната телевизија, иако ги има премногу, имаат гордост. Исто така, и овие млади лица тука имаат гордост во себе. Иако се вработени во државна телевизија, сакаат гледачите да го ценат она што тие го работат. Така кога ќе откријат дека ја губат публиката, тие инсистираат кај менаџерите и велат, мораме нешто да сториме за ова, дајте ни опрема, дајте ни таленти и направете ние да произведуваме подобри програми. Меѓутоа, во човечката природа е, доколку не се изврши притисок, во случајов од страна на успешните приватни станици, тие нема да станат подобри. Значи, заштитата на културата е нешто што е многу важно и се надевам дека сите земји во светот, нема да ја изгубат својата култура поради процесот на глобализација. Со цел да се оствари таквото нешто, мора да постои поле на фер игра, да има разбирање за неопходноста да се направи профит. Мислам на фер профит, и на Владата и останува да се погрижи таквото нешто да го обезбеди, да го направи фер. Ви благодарам за времето и за можноста да проговорам.

Александар Лековски, диригент и композитор

Сега се сметам помалку хендикепиран што се претставив, затоа што во податоците коишто ги видовме, музиката има многу поголемо значење отколку во нашите медиуми. Во третманот може да се забележи, односно таа е присутна, како нешто пропратно или како што тоа многу често се најавува, "а сега музичка пауза". Прво би ја поздравил трибината, со скроман предлог ако држиме трибини (тоа се однесува на сите трибини што се одржуваат) да се држат во вечерните часови. Ако се симпозиуми, на што ова повеќе ми личи, тогаш може да бидат и претпладне. Меѓутоа, она што најмногу ни недостасува, тоа е комуницирањето, што е во контактните програми се поретко. Така, ако го има, контактите се во поспоредните комуникативни емисии од видот на субкултурата, каде што нашите слушатели и гледачи се претставуваат анонимно со приватни имиња, без презимиња, т.е. без идентификација. Тоа лесно се постигнува во земји чие искуство е (преку телефон да не се злоупотреби медиумот со своја субјективна, дури и политичка пропаганда или провокација) слушателите да се претставуваат, а новинарите да ги повикуваат по телефон,

така што нема да може некој лажно да се претстави. Извинете, ова е можеби една баналност, но ми се чини карактеристична за комуницирањето во програмите во живо, кои инаку би требало многу повеќе да бидат застапени во програмите на телевизијата. Мислам дека од ова може да произлезе потребата да се организираат трибини во континуитет, односно, ние можеме да забележиме дека слушаноста или гледаноста на нашите програми не беше евидентирана во минатиот период. Дури во последната година чув во една информација дека еден од условите од стандардите кои Европа ги бара од нас, е да почнеме да ја следиме слушаноста и гледаноста, а не да се криеме зад некои субјективни проценки кои можат да се оквалификуваат како нарцисоидни. Правото на автономија на Македонската радио-телевизија, во дефинирање на програмите, може да произлезе само ако таа се приватизира. Меѓутоа, ако е во прашање национална РТВ, тогаш е наше граѓанско право да најдеме, да се обезбеди влијание во комплетното конципирање на програмите. Значи дека за ефикасноста во дејствувањето, услов е автономијата да не се поистовети

со автократијата ... аналогно - и државниот универзитет не може да биде потполно автономен (како што се бара) ако е финансиран од државата. Автономен може да биде напoлно приватен универзитет, а веќе во стандардите на Европа гледаме дека и приватната радиодифузија, односно приватните дејствувања може да бидат квантифицирани со одредени правила, критериуми итн. Ние во нашата држава, односно во претходната, пред осамостојувањето, имавме обиди за класифицирање, за одредување критериуми во презентирање на културните вредности, но тие тогаш се сметаа како утопија, како неразбирливи работи од тогашните влади, а сега гледаме дека тоа ни го сугерира Европа, како позитивно искуство. Овде за структурата на жанровското следење на телевизијата би можело многу долго да се зборува. Само илустративно ќе го наведат жанрот, "новокомпирирана музика". Тоа беше порано новокомпирирана народна, меѓутоа, сепак и без тоа "народна", се однесува на народната музика. Мислам дека таа категорија компаративно би можел да ја претставам ако постои, на пример "новопишувана поезија", како пандан на оваа новокомпирирана музика, што е апсурд. Па, така мислам дека би требало научниците и музиколозите да се прашаат дали е тоа плагијат т.е "крадење" на народното творештво, во кое авторите се анонимни. Тие, авторите, се кријат зад репродукцијата. А во Уставот гледаме дека творештвото се глорифицира. Меѓутоа, срамежливо се признава дека репродукцијата е таа која и е рамна на творештвото, во 20-тото столетие. Перфекцијата во репродукцијата, станува еден вид творештво и не постои веќе јасна грани-

ца меѓу творештвото и репродукцијата бидејќи драмската уметност, е одреден вид репродукција на литературни вредности, мислам дека, особено во нашата радио-телевизија, музичката уметност е деградирана. Затоа се залагаме според процентот на застапеноста на музиката како уметничка гранка, раководењето, менаџментот, да биде соодветен со компетентни музички профили, како директори. Мислам дека се наметнува прашањето - може и до Европската унија. Дали РТВ системот (како што е кај нас) припаѓа во структурата на информативно-политичката дејност, така што Министерството за култура практично нема никакви инженерции во радиодифузната мрежа, односно во програмата. Мислам дека би требало, додека постои Министерство за култура, тоа да има инженерции во делувањето на РТВ, особено затоа што гледаме дека културната програма, пред се, има уметнички аспект. А, како реплика, би сакал да истакнам дека кај нас поимот субкултура се меша со култура. Така и Владата, не само оваа туку и претходната, продолжува, субкултурните вредности да ги претставува како национални културни вредности дури и во презентацијата во странство.

А рок културата, тоа е посебна приказна. Затоа сум за предизвикување јавни расправи, полемизирање, (и во вид на панел дискусии) да ги расчистиме овие работи, толку колку што може да се расчистат, бидејќи тие и не може да се дефинираат. И токму затоа, потребно е и раководењето во нашата единствена институција, во која сите жанрови постојат - како што реков во една програма во живо - Македонската радио-телевизија да се реструктурира!

Проф. Д-р Јован Коруџин, Филозофски факултет

Го поздравувам напорот на Советот за радиодифузија да организира една ваква расправа со оглед на фактот што, барем тоа е мој впечаток, во последно време ваквите трибини речиси и да ги нема. Она што сакам да го кажам, во оваа пригода, се однесува на сегашниот културен, па и политички момент, на Македонија. Тоа не се однесува толку на нормативната и теоретската рамка на проблемот, туку повеќе на она што го доживуваме како жива стварност. Некаде прочитав, пред извесно време, дека во светот постојат, барем во литературата, некаде околу 250 дефиниции за културата. Секако дека ние не можеме да ги знаеме

сите тие дефиниции но, во секој случај, јас ја сфаќам културата не во една тесна смисла, како радио, филм, уметност итн., туку во нејзината најширока смисла на зборот, смисла која ги зафаќа сите сегменти на општествената стварност. За оваа пригода ќе ја усвојам дефиницијата на културата што ја дава Едгар Морен во својата веќе, по малку, стара книга "Духот на времето" каде што тој културата ја смета за едно комплексно тело од норми, симболи, митови и верувања што навлегуваат во личноста во нејзината интима, ги структурираат инстинктите, ги насочуваат емоциите. Мислам дека ваквата опре-

делба многу добро се вклопува во нашата расправа, бидејќи и самите медиуми како медиуми, особено радио и телевизиските медиуми се дел, така да кажам, од тоа тело кое навлегува во личноста, кое што ги структурира нашите инстинкти и кое, во крајна линија, ги насочува нашите емоции. Имам некаков впечаток дека, токму во таа смисла, живееме во една погруба медиумска стварност отколку поразвиените земји кои, според мене, во врска со тој културен идентитет се во фаза на извесно фино везење на медиумските програмски шеми. За жал, кај нас стварноста е многу посурова, многу погруба и ние не сме, се уште, на тој степен да можеме, така да речам, да работиме смирено, ладно, дефинирано, во креирањето на програмските шеми на нашите медиуми. Мислам дека ние сме под силно влијание на таканаречениот медиумски модел на поткожната игла (тхе хсподермиц неедле модел), т.е. модел кој внесува идеи и однесувања како кај поединците, така и во групите што значи и одредена култура, отворено, сугестивно, со вшприцување. Значи, во вид на еден медиумски шприц кој буквално на оној што е консуматор на медиумот му го внесува директно во крвотокот. Што, всушност, сакам да кажам. Имено, проблемот на нашите медиуми денес (што е, навистина, проблем за размислување) е тој што тие не ја земаат позицијата на медијатори во културниот амбиент во кој дејствуваат туку, главно, се однесуваат како господари на мислењето. Во која смисла? Во смисла на тоа што тие се ставени во таква позиција да пласираат определени политички односно, да бидам поконкретен, партиски ставови. Во тој поглед, ние имаме една црно-бела ситуација. Учесникот на оваа трибина од Соединетите Американски Држави рече дека е нормално владината телевизија да биде владина и дека приватните телевизии се извесна нејзина противтежа. И, доколку, тие се поквалитетни ќе успеат дури и да ја "опаметат". Барем јас така разбрав. Јас, сепак, би направил разлика меѓу она што е владина и она што е национална телевизија, каква што е, всушност, нашата. Немам, во тој поглед, впечаток дека приватните или другите медиуми кај нас дејствуваат врз националната телевизија или радио "смирувачки" или дека конкурентски ја стимулираат туку, напротив, се создава една ситуација на жестока медиумска војна. Комуникацијата, тоа е борба - ќе рече и францускиот комуниколог Пјер Шефер. Но, во случајов, не станува збор само за комуникациска борба, за натпревар, туку за нешто друго. Зад тој виртуалитет фактички се крие грубата партиска

борба која го удира својот печат не само врз медиумите, туку и врз целото општество и култура. Имаме, значи, една ситуација во нашиот амбиент кога моќта на културата се преобразува во култура на моќта. Ова е многу интересна, индикативна ситуација. Културата е, барем како што јас ја разбираам, најмоќното средство за да се неутрализираат многу груби политички дејствувања. Тоа е, во таа смисла, нивен медијатор. Кај нас, меѓутоа, тоа не е случај. Владеењето на културата на моќта ги претвора медиумите во средство за тоа владеење. Ова е, на некој начин, одговор на она што колешката Антоанела Петковска го постави како прашање: кој е оној што влијае врз мојот културен идентитет.

Дали сме, навистина, принудени да го поднесуваме тоа што нам ни се случува во културниот амбиент? Прашањето се однесува, се разбира, на дејството на медиумите врз свеста во правец на создавање еден вид "партизиран" културен идентитет. Можеби е малку преостро, можеби е малку необично да се рече така, со оглед на фактот дека идентитетот е нешто мое, дека тоа не е нешто што е надвор од мене. Меѓутоа, факт е и тоа дека културниот идентитет и на поединецот и на групата е под силно влијание на партиската пропаганда која влијае, дејствува врз културниот идентитет произведувајќи одредени последици. Ќе бидам слободен да кажам: последицата на тоа е што веќе не знам да кажам што сум и кој сум, во смисла на поседување интегрален културен идентитет. Се чувствувам како човек кој, ако не се стави во определен таков ограничен, "партизиран" идентитет, е отпаднат на маргините на општеството.

Овде беа изнесени некои корисни искуства од Европа и САД. Со доста компаративни податоци за тоа како, всушност, се негува определен, да речеме, национален или етнички идентитет во одредени земји во светот итн. Ќе го поставам прашањето на кое, мислам, дека треба да се побара одговор. И време е да се побара таков одговор. А имено: дали тие европски искуства допираат до партиската свест кај нас или воопшто не ја тангираат. За мене ова е круцијалното прашање. Не во смисла на тоа дека ние не знаеме како е во светот. Знаеме, но таа вистина како да не допира до наведената партизирана свест, вистината дека медиумот треба да биде медиум, да биде медијатор, да биде модератор, а не некаков директен политички креатор. Мислам дека уште извесен период ние ќе се занимаваме со овој проблем колку и да сакаме, како некој ној, да си ја сокриваме главата во песок.

Овде беше спомнувано и прашањето за глоб-

ализацијата, на влијанието на медиумите од надворешните средини. Во својата нова книга "Глобализацијата - последиците за човекот" познатиот социолог Зигмунт Бауман го поставува и ова прашање. Прашањето за универзализацијата, економска, културна и секаква. Да бидеш универзален или да бидеш глобализиран. Тоа прашање ја допира и проблематиката на медиумите. Еден пример за тоа што е, за мене, универзализација а што е глобализација, во онаа лошата смисла на зборот. Глобализацијата која се сваќа како диктирање во светски или европски рамки, од некакви центри на моќта. Ние социолозите подготвуваме, во моментов, еден научен собир на кој нема да имаме учесници од други средини освен од Македонија, Југославија и Бугарија. Можеби ќе имаме и од Полска. Тука е универзализацијата, универзализацијата во смисла на тоа што сите ние ќе размениме мисли, ќе расправаме за некои проблеми што се заеднички, дел од

нашиот, така да речам, светски културен идентитет, нешто што не прави граѓани на светот. Но, тука, веднаш се наметна, во една културна смисла, прашањето за јазикот на комуникацијата. Југословенот, Македонецот, Бугаринот го земаат, на пример, за комуникација англискиот јазик. Три слични културни идентитети, во случајов, се служат со медиум што, сепак, не е поблизо до тие три идентитети од нивните сопствени јазици. Тоа е лош пример на глобализација. Тоа е веќе она што се појавува како апсурд на глобализацијата. Во оваа смисла медиумите, особено телавизијата и радиото, имаат значајна улога во негувањето на културниот идентитет.

Значи, нормативите, законските рамки се дадени и добро е што Советот за радиодифузија инсистира на нив. Ќе мораме, меѓутоа, сериозно да почнеме да расправаме не само за тие рамки, туку и за суштинските аспекти на медиумите кај нас.

Иво Јанковски, **независен продуцент и издавач на музика**

На почетокот сакам да го поздравам собирот и да се заблагодарам што сум поканет како независен издавач, да ве сослушам и да кажам мое мислење, мој став околу овој проблем, односно околу оваа тема. Веднаш би сакал да начнам еден многу практичен проблем кој доаѓа од пазарот. Значи не е теоретски туку нешто што секојдневно ни се случува. Ни се случува се повеќе и мислам дека е работа којашто треба да ја констатираме како појава. Од оваа Трибина апелирам до сите вас, на одреден начин со својот збор да влијаете и да помогнете во спречувањето на ова зло кое се повеќе се шири. Станува збор за пиратеријата која во Македонија влезе прво "на мала врата" преку Бугарија, а во овој момент мислам дека нашата територија е дури и централно жариште на Балканот. Скоро имав гостин од Франција, од една од најголемите издавачки куќи во Европа, Полиграм. Постојано ме убедува да станам негов партнер, односно лиценчно да ги издавам неговите изданија во Македонија. Бидејќи јас постојано се обидував на некој начини да се извлечам од таа негова понуда, ми беше навистина непријатно да му кажам дека на овој пазар е невозможно да бидеш нечиј претставник за нешто такво. Го однесов во скопските продавници, значи оние кои работат со дозвола, кои имаат регуларни локации кои се отворени 24 часа и кои постојано

работат со компакт дискови и му ја покажав ситуацијата.

Состојбата на македонскиот пазар, на носачите на звук, дури и на компјутерските игри, е следна: 99,9% од тоа што се продава е комплетна пиратерија. Значи комплетна пиратерија. И ова можеби не ја допира темата на собиров, но веднаш ќе ви кажам дека разговорот со тој мој почитуван колега од Франција го продолживме со суштинското значење на оваа појава за македонската музика, бидејќи сум дел од тој музички бизнис, ако воопшто може да се нарече бизнис во вакви услови. Ако реално погледнете, тоа што странските музички ѕвезди или дури и Бил Гејтс се пиратирани во Македонија, тоа финансиски не значи ништо за нивниот буџет. Мал е пазарот, два милиона луѓе, тоа е едно предградие на Њујорк, на Чикаго или на Лондон и можеби не е значајно. Но, практично што значи тоа во македонски рамки? Ако е состојбата ваква и со тенденција да се шири, што се случува? А се сложивме дека дел од нашиот културен идентитет претставува и нашето музичко творештво, коешто секако преку програмите на телевизјата и радиото си зазема одреден простор во етерот на Македонија.

Постојат причини зошто пиратирањето, во овој момент, сите оние што се занимаваат со музика, ги доведува во позиција да не можат да

живеат од тоа. Се додека се пиратираат македонските наслови, се додека немаат реална цена и се продаваат за 10 пати поевтино, колку што изнесува цената на чинење на еден обичен празен компакт диск и плус некаква мала заработувачка за пиратот, сите авторски права, или творечкиот и креативниот труд на авторот и на издавачот како негов партнер, буквално на криминалистички начин, се крадат, буквално на криминалистички начин. Секој оној кој за првпат влегува во музиката, како на пример еден млад пијанист во класичната музика, еден млад пејач во народната или во поп музиката, по првиот наслов што ќе го издаде со голем ентузијазам, со многу спонзори и маки, веднаш констатира дека овде од музиката не може да живее. Не може да оствари проста репродукција, не може ниту технички помагала да си купи. За сето тоа се потребни многу девизи, зашто се купува во странство. Некаква шанса за понатамошно сериозно занимавање, или ако сакате, тотална посветеност и верба дека ќе живее од музика не е можна. Неговиот труд е бесценет. Ако еден оригинален диск чини 500 или 600 денари, а странскиот пират чини 100 денари, купувачот со 100 или 200 денари, сигурно ќе купи еден или два пирата, наместо еден оригинален. Тоа ја прави целата ситуација конфузна. Во овој момент и онака слабата македонска музичка продукција и стаклените нозе на таа индустрија, постојано се поткршуваат. Шансите за комплетен колапс на македонската музичка продукција се се поголеми. Што ќе се случи? Пиратите влегуваат се поагресивно. Шундот е по дефиниција поагресивен од трајните вредности. Овој момент мора да почнеме, сите ние со својот збор, во различни

прилики, да алармираме и цврсто да застанеме во конечно стопирање на овој феномен.

Ме чуди како се случи баш Балканот да стане најжестокото подрачје на пиратерија. Наскоро на нашите програми, особено на телевизиските ќе нема никаква македонска музика. Верувајте, воопшто тој сегмент ќе почне да се пресушува. Иако навидум се појави македонска поп сцена, што треба да се поздравиме. Еден по еден од нив наскоро ќе почнат да се откажуваат. Токму затоа и се пробиваат само сезонски ѕвезди кои траат една до две години максимум и ги нема веќе. Зошто? Затоа што немаат никаква надеж дека може да се живее од музика. Јас работам со најзначајните македонски музички извозни артикли, па нашето преживување се базира на тоа што постојано гостуваме надвор. Инаку во Македонија во овој момент не е можно да се живее од музика, освен ако секоја ноќ се пее по кафани или дискотеки. Но, ако зборуваме за нешто што е трајна вредност и треба да биде наш културен идентитет, кое со години е негувано на овие простори, што сме го наследиле, барем да го сочуваме и да продолжиме понатаму. Се додека вака стојат работите, и ако продолжат во тој правец, наскоро на нашите телевизиски програми, на нашите радиоски програми, нема да знаеме дали сме во Македонија или можеби во некоја од соседните земји. Да не зборувам дека најголем дел, а тоа го видовте и од овие графички прикази, присутна е музиката од англосаксонското јазично подрачје, против кое немам ништо. Но ако зборуваме за некаков културен идентитет, морате да го имате предвид овој проблем кој станува се посериозен и посериозен.

Аљоша Симјановски, филмски режисер и одговорен уредник на контактно-рекреативната програма во МРТ

Културниот идентитет во услови на глобализација, неопходно е да се разгледа од позиција на медиумскиот суверенитет, како една од елементарните претпоставки на државноста и севкупното битие воопшто. Но, најпрвин е потребно прецизно да се дефинира синтагмата медиумски суверенитет во поширокиот контекст и што тоа подразбира во однос на државниот и политичкиот суверенитет.

Во 1991 год. Република Македонија беше исправена пред еден мошне сложен предизвик. Во услови кога го дефинираше и усвојуваше поли-

тичкиот и државниот суверенитет, се појави и мошне сложена задача на освојување и верификација на медиумскиот суверенитет.

Медиумски суверенитет е всушност оној голем празен простор во медиумското битие, кое се создаде по распадот на југословенската држава, со тоа и оној нејзин дел, југословенска радиодуфузија, кој заедно со силната воена моќ, претставуваше силен кохезионен елемент и систем на перфидна индоктринација врз која всушност почиваше југословенската федерација.

Македонската радио-телевизија во југосло-

венската радиодифузија партиципираше со висококвалитетни програмски содржини во услови на високо изострени и конкурентни критериуми. Но со раздружувањето на југословенската заедница се распадна и системот на југословенската радиодифузија од кои се создадоа повеќе системи, кои практично кореспондираа со настанатите држави.

Пред Македонската радио-телевизија се создаде еден голем простор, недоглед, кој требаше да се освои и голем предизвик, исто толку важен, колку и значаен конститутивен елемент на државноста.

Освојувањето на тој голем простор со содржини што ја афирмираат севкупноста на македонското битие, виртуелно ја "броткастираат" и афирмираат, тоа е сферата што го дефинира поимот медиумски суверенитет.

Политичкиот суверенитет се конституираше со изјаснувањето на референдумот за донесување на Уставот, а медиумскиот суверенитет претстоеше како една од важните логички последици во афирмирањето и конституирањето на државноста.

Експлозијата на печатени и електронски медиуми во овој десетгодишен период е потврда за ваквата констатација, а силната енергија што се слеа во овие процеси, недвосмислено укажа на либерализацијата и демократизацијата на овој дел на нашата стварност. Овој дел од развитокот на медиумите најпрвин треба да се осветли од аспект на продукциската и репродукциската компонента.

Репродуктивната компонента на електронските медиуми го подразбира оној дел на стварноста која електронските медиуми ја трансмитираат низ информативните појаси во еден сублимиран вид кој во смисла на содржинско драматуршки аспект според некои од современите теоретичари на медиумите ја продуцираа виртуелната која и претходи на вистинската реалност.

Продукциската е втората и посложена компонента којашто на структурно содржински план подразбира програми кои жанровски се производ на самиот медиум.

Македонската радио-телевизија со својот креативен, занаетчиски и технолошки потенцијал е големо јадро од која се развија многуте мали продуценти и "бродкастери" кои денес го сочинуваат медиумскиот електронски амбиент во нашата држава.

Тој невиден бум на електронски и печатени медиуми, само во Скопје почнаа да зрачат над петнаесет (15) ТВ станици и безброј радиостаници, беше несоодветен на економскиот и стопанскиот

потенцијал. Тоа е времето на силниот ентузијазам на медиумите во Македонија кога во поглед на степенот на развиеност може да е несоодветна правната регулатива, зашто е период на див либерализам на електронските медиуми. Процесите во оваа сфера со појавувањето на Советот за радиодифузија постепено се канализираат во поглед на правната регулатива и законски и полска, но сигурно, доаѓаме до нешто што е денес сопствен радиодифузен идентитет како основа за медиумскиот суверенитет.

Во смисла на ризикот од глобализацијата за губењето на идентитетот, моето размислување е, напротив, оптимистичко. Глобализацијата и нашето внимателно вклучување на медиумскиот глобален свет, освен ризикот, претставува своевидна шанса за промоција и афирмација на македонското медиумско битие. Во таа насока, оптимистички се видувањата во поглед на шансата на бројно малите народи, врз база на високо-развиениот технолошки аспект на глобализација, да станат дел од глобалниот простор и рамноправно да партиципираат во идејно содржинска и креативна смисла.

Неколките програмско технолошки поврзувања на МКРТВ, видео мостовите со Словенија, Узбекистан и историскиот телемост со Австралија се не само дел од можностите кои ги нуди технолошката глобализација во електронските медиуми, што истовремено е голема шанса за промоција на содржини а преку нив и она што се нарекува културен идентитет како дел од севкупното битие.

МКРТВ за еден таков проект кој се одвиваше преку трасата на Евровизија, чиј постојан член сме, беше оценета од комисијата на ЕБУ со највисоки оценки и, според анализите на гледаност, покажа извонредни резултати. Програмско содржински проектот базираше на "ентертејмент", тв жанр кој со оглед на универзалниот карактер на содржините е погоден за ваквиот тип на комуникација. Според тоа, опасност е и ризикот од зголемената понуда на информации и глобални содржини. Но, сепак, тоа не претставува опасност, напротив, ја отвора можноста за афирмација и промоција.

Пред дваесет и пет (25) години, имаше ситуација кога на тогашната Црногорска телевизиска станица, на еден од уредниците му беше забележано дека повремено на програмите го вклучувал и каналот на РАИ со што го изложил гледалиштето на можната индоктринација. Одговорот на ваквото обвинение има анегдотски призивок: "Ние во Црна Гора повеќе од 20 години

вклучуваме италијански и не грижете се, досега ниту еден Црногорец не станал католик".

Овде може да се изговори на некој начин и оваа филозофско еретичка аналогија. Во пост информациското општество се создаваат услови за комунизмот и социјализмот каде што глобалната информациска понуда е демократизирана и широко достапна, а индивидуалноста, без оглед дали припаѓа на мали или големи народи, добива во распределбата подеднаква информациско вредносна супстанца од која понатаму развива нови креативни вредности.

Во прилог на оваа дискусија е и популарната и раширена теза дека телевизиската реалност и претходи на вистинската реалност, но би додал дека во извесна смисла и ја артикулира.

Модерните Олимписки игри во Сиднеј и големите спортски манифестации се модифицираат според принципите на електронскиот медиум, а преносите и војната во Заливот и голем дел од реалниот живот се модифицираат според димензиите на медиумската промоција. Се разбира, и културата како форма трпи извесна модификација, но по однос на содржината ја добива неограничено големата шанса за афирмација. Според тоа, опасноста од исчезнување на културите на малите народи во ерата на глобализацијата, е неоправдана. Можеби треба да се свати како реално димензионирање на формите врз принципите на високо технолошки развиена свест, а по однос на квалитетната содржинска структура ќе добива на значење.

Катица Трајковска, уредник во МРТ

Речиси две децении мојата работа во Македонската телевизија тесно е врзана со доменот на културата и уметностите.

Моментно ја уредувам и ја водам емисијата од областа на книжевноста "Плејади". Ги изразувам комплиментите и благодарноста за организирањето на оваа Трибина која ми овозможи на еден поинаков начин да се соочам со исказувања, констатации и мислења кои во моето професионално живеење не еднаш ме испровоцирале, а многу често биле и инспиративен поттик во творечкиот пристап на релација култура - телевизија и обратно. Ќе се обидам со куси флешеви да фрлам светлина врз некои пунктови кои групираат размислувања од онаа друга страна на теоријата и релевантните податоци изнесени до сега. Дефиницијата што следи е добро позната и широко прифатена и гласи: телевизијата е медиум, односно таа е електронско средство за масовно комуницирање, со реална можност во реално време да гледа на дистанца. Но, она што сметам дека често се заборава во дебатите за телевизијата е потсетувањето дека телевизијата, тоа се пред се луѓето кои работат таму. А тоа подразбира дека телевизијата има и свои генијалци, свои маргиналци. Значи фокусот на денешната Трибина - зачувувањето на културниот идентитет - во голема мера може да биде допрен од креативна сила што телевизијата однатре треба повторно да ја изнајде. Понекогаш тоа и поаѓа од рака, понекогаш не. Пречките, виновници или пречките кочници, би ги идентификувале како пречки од организациски тип, техничко - технолошки или пак пречки сврзани за проблеми со раководењето. Во таа смисла мошне често се случува емисиите

коишто ја третираат културната проблематика, односно културното наследство или уметностите, да се реализираат без однапред одреден буџет, односно ако е можно да се направат речиси "без пари". Освен тоа се случува аниматорите на овие програми се уште да немаат достигнато ниво на задоволувачка, компетентност, а термините на нивното емитување мошне често се "лизгави" и лутаат низ програмската шема, без можност за однапред договорена и вообичаена средба со гледачот. Сето ова оди во прилог на минимизирање на влијанието што токму овие програми треба да го извршат или суптилно да го вршат во она што се нарекува зачувување на културниот идентитет. Во овој контекст би сигнализирала и на уште еден момент, според мене мошне значаен, а тоа е проблемот што интелектуалците и уметниците го имаат со телевизијата. Посочената релација си има своја историја, свој развоен пат. Постоеше период кога телевизијата им беше многу привлечна и на едните и на другите. Не им беше толку одбивно да бидат внатре и од внатре да создаваат и да креираат похуман поглед на светот. Денес тие се дистанцираат, можеби со право, зашто телевизијата во својата информативно - рекламерска машинерија не остава простор за поинакви и поразлични слики и поинакви визуелни дискурси. На тој начин во многу аспекти осиромашува функцијата на телевизијата, а најголем атак притоа му се нанесува на културниот идентитет. Но, шансата можеби се наоѓа во отворањето на специјализиран телевизиски канал за култура, кој во голема мера би бил потпомогнат од самата држава.

Јас би почнал од оваа мала полемика што беше од мојата лева страна. Изгледа се работи за тоа дека телевизијата во исто време е медиум кој пренесува култура, но и медиум кој создава култура. Изгледа во тоа е конфликтот. Мислам дека телевизијата може да создава такви вредности. Јас, исто така, ја поздравувам оваа средба. Мислам дека темата е погодена и во времето во коешто живееме и за нашите потреби. Можеби требаше да биде малку поопширна и во време, а и со луѓе, можеби со еден поголем број уметници кои сакале или не, сепак се најдиректно вклучени и самите како индивидуи, производители и носители на културната активност. Пред се се тие. Културата изгледа дека е полето и иднината на нацијата, со тоа и на национализмот во своето изворно значење, во позитивната смисла на зборот. Имено, познато е, барем што се однесува до западна Европа, дека религијата, по неколку века борба против демократијата и либерализмот, во што доживеа пораз, знамето на таа борба му го предаде на западноевропскиот национализам кој првенствено се насочи кон доминацијата на другите народи, територии и земји. Но, по се изгледа дека Запад веќе сфати и дури не му е срам да признае - дека иако ние се поведуваме од таа страна - тој мора задолжително да помине низ танаканречениот процес на турцификација. Имено, националните тенденции и претензии да ги ограничи во своите национални рамки, а не во доминацијата над другите народи. Значи да го направи тоа што Турција од почетокот на овој век, со Ататурк, го направи. Во создавањето на културните вредности, сакајќи да бидеме еднакви со другите, ние често пати влегуваме во еден бришан простор, во една страшна конкуренција со западот и тоа во сите аспекти на една страшна конкуренција во која нашите можности и на сите балкански народи - кога одиме со тенденција да создаваме исти, односно истородни вредности со нив - барем засега, се многу слаби. Затоа, мислам дека во создавањето на тие културни вредности и во барањето и заштитата на културниот идентитет треба да се води повеќе сметка за културните особености, за менталитетот, за специфичностите, за минатото, па ако сакате и за територијата и така да се создаваат високи еднакви вредности со западот и со западната култура. Сакам да ви кажам една анегдота. Еднаш во Љубљана сретнав еден млад човек од тетовските села кој печеше и продаваше костени. Имаше

фирма "Тетовски костен", таму околу Тромостовље . Го прашувам: "Абе ти овие костени ги носиш од Тетово"? - Не бе, вика. Овие се од Словенија и се многу подобри, од нашите, а фирмата сум ја ставил така за љубљанчаните да мислат дека се наш специјалитет и да купуваат повеќе. И навистина, чекаа на ред. Сакам да кажам дека љубљанчаните, ги ценат вредностите на другите и повкусно им е кога јадат туѓи костени, отколку свои. Само Јапонците би сакале да купат своја стока дури и по повисоки цени. Мислам дека така е и со културата, со литературата и со секоја уметност. Полето на јазикот секако дека е извонредно значајно поле на културата за сите нас: Македонци, Албанци и други. Телевизијата како најјак медиум, се разбира, дека и во овој поглед игра лоша или добра улога, во зависност каков јазик си има. Јас мислам дека има многу слаб јазик, и македонски и албански. Телевизијата, радиото, треба да имаат критериуми јазични, а видните политичари кои по својата логика треба да се пренесат со својот глас, ако јазикот не го знаат добро, не мора директно, туку со спикерско читање. Мора да има заштита јазикот. Ние треба да имаме малку повеќе почит и кон минатите кадри, јас ќе споменам само две големи имиња на спикерството во Македонија, Оливера Попанкова и Иван Антонов, кои Македонија ги нема. Можеби еден век ќе ги нема, затоа што тие ретко се раѓаат во една нација. Култура е и почитта и љубовта кон нив, кон таа традиција од минатото и зачувување на тие вредности. Само уште нешто ќе кажам за оваа меѓунационална комуникација во областа на културата, ако сакате дури и во политиката и во религијата и во сите области: мислам дека најуспешниот пат за таа комуникација на вредностите е патот кој го почитува достоинството на другиот, достоинството на другиот и на неговиот јазик. Да се почитува тоа, а не да се сведе на еден јазик. Да кажам нешто за еден збор кој се употребува 20 години во Македонија и кој мислам погрешно се употребува, а е поврзан со културата. Тоа е зборот гетоизација. Прво да кажам дека тој збор не постои во македонскиот речник, а го нема ни во албанскиот, го нема ни во францускиот, го нема кај Вујаклија, го нема во загребската енциклопедија и можеби никаде го нема, а него и не може да го има вака како што ние го употребуваме. А ние, како го употребуваме - дека тоа е затворање во национална, етничка рамка по своја волја. Тоа е во кон-

традиција со самиот збор гето. Од кога што е создаден тој збор и од кога што се создадени првите гета во Европа во 16 век во Венеција, па до последните во фашистичка Германија, гетото подразбира присила над другиот. Значи, никој во

гето не влегува своеволно, туку е присилен и тоа е битието на тој збор. Тој се употребува погрешно и иритира. Би било добро да се исфрли затоа што погрешно го употребуваме.

д-р Весна Шопар, **Институт за социолошки и политичко-правни истражувања**

Мора да бидам искрена дека токму последното излагање на господинот Златку ме иницираше и ме поттикна да кажам и јас неколку збора. Особено прашањето, проблемот околу негувањето на културните особености, или културните вредности на луѓето, човекот, народите итн. Тука би се надоврзала на она што нашите колеги-социолози го зборуваа, особено колешката Антоанела Петковска, за тоа дека културата е начин на живот. Во овој контекст ми се наметнува прашањето и размислата: дали, како и колку медиумите учествуваат во креирањето на тој начин на живот, односно, дали тие се одраз на нашиот начин на живот или го прават начинот на живот таков каков што ние го живееме?

Во прилог на ова ќе споменам неколку примери за кои можеме сите да размислуваме: дали тоа е наметнат начин на живот или е извлечено од реалноста и сместено пред малите телевизиски екрани. Таква е емисијата "Вашите 5 минути" емитувана на програмата на Сител телевизија. Ја споменувам оваа емисија особено поради фактот што оваа телевизиска станица покрива 70% од населението на Република Македонија, што значи дека, теоретски, огромен број граѓани ја гледаат оваа емисија. Вториот пример се сериските филмови од типот на Есмералда или Касандра, емитувани на Македонската телевизија која покрива 96% од територијата на Република Македонија. Значи, претпоставка е дека речиси сите граѓани имаат можност да ги гледаат овие емисии. Третиот пример се однесува на приватната телевизија БТР, веќе спомената во анализата на Советот за радиодифузија, односно на емисиите од типот "поздрави и честитки" кои се емитуваат на програмата на оваа телевизија. Тука можеби "среќа" е што оваа ТВ куќа покрива локално подрачје, подрачјето на град Скопје. Во овој контекст една дигресија. Имено, еден драг колега на Институтот, професорот Кевин Робинс од Англија, за ваквата телевизиска програма има речено дека имаме "Интернет на телевизија", мислејќи притоа, токму на емисиите од типот на

поздрави и честитки.

Ако сите овие наведени примери се земат предвид (Советот за радиодифузија сигурно има многу повеќе вакви и слични податоци), повторно се отвори прашањето: тоа ли е нашиот начин на живот, нешто што произлегува од реалноста, па медиумите го земале и го сместиле на малите екрани. Или медиумите се тие што ни го наметнуваат тој начин на живот? Ако тргнеме од претпоставката дека, (иако тоа би требало да биде факт) медиумите се самостојни во креирањето и во својата уредувачка политика, тоа значи дека никој не може да им наметне или не би требало да им наметне каква политика ќе креираат. Оттука и мојот став дека тие можат да ни го наметнат начинот на живот во слободното време.

Се разбира, друго е прашањето дали она што се емитува на малите екрани ќе го гледаме или не. Истражувачките податоци кажуваат дека, просечно дневно граѓаните пред телевизиските екрани поминуваат 4 часа. Оттука, реално е да се претпостави дека овие споменати емисии "влегуваат" во тие претпоставени 4 часа дневно гледање телевизија. Ако тоа е така, а веројатно е така, и ако повторно го поврземе со прашањето на културните особености, културните вредности, односно нивното негување и развивање, тогаш она на што веројатно најмногу би требало да се обрне внимание е прашањето дали може и треба ваквите типови програми кои директно се поврзуваат или директно атакуваат врз нашите културни особености и вредности, да се сместат во некаква законска регулатива.

Се разбира, кога станува збор за приватните радио и телевизиски станици, прашање е дали на овие приватни концесионери, кои најчесто финансиските елементи за градењето на својата програма ги "пронаоѓаат" на пазарот, може да им се наметне обврска, ограничување за емитување вакви програми. Веројатно не. Но, сепак, гласно размислувајќи, сигурно постојат други начини и модалитети кои радиодифузерите ќе ги натераат на повисоки програмски стандарди. Еден од

начините за постигнување "повисок" квалитет на програмата е "оданочувањето" на телевизиските и радио станици, односно на програмите кои "се

косат со културните особености и културните вредности".

Љубомир Јакимовски, **претседател на Советот за радиодифузија** **- завршно излагање**

Расправата беше мошне интересна, би рекол, еден вид соочување, на македонското со европското искуство, но и на европското со американското. Очигледно, кога станува збор за културата и културните вредности, па и со темата на денешната трибина, онака како што ја дефиниравме: "Радио и телевизиските програми и културниот идентитет", можеби малку ги збунуваме нашите американски колеги. Во прв ред зашто тоа го поврзуваме со развојот на јавниот радиодифузен сервис и на неговата културна мисија, но исто така и со приватниот сектор.

Во своето излагање, д-р Дона Колар Панова посочи на една промена што медиумот ја носи од гледна точка на неговата пазарна валоризација и од гледна точка на сегментирањето на публиката. За разлика од поранешниот класичен однос медиум/корисник, сега веќе кај традиционалните електронски медиуми, а особено со нивната компјутерска надградба како телекомуникациски и информациски сервис (на пример, Интернет, но и секоја национална мрежа), како и со развојот на кабелската телевизија, "видео он деманд" и многу други нови сервиси, а особено со можноста за создавање нови формати и дела, односно нови услуги од веќе постојните аудиовизуелни дела, тој однос се поместува, па сега имаме однос медиум или конвергирачки медиум, односно интегрирани медиуми и потрошувач.

Сепак, сметам дека ние говориме со повеќе или помалку традиционални сфаќања за самиот медиум. Д-р Јован Корубин не потсети дека постојат најмалку 250 прифатливи дефиниции за културата, а ние треба сето тоа да го канализираме во еден медиумски простор што во последните 10 години доживеа навистина импресивен развој. Тоа е голема придобивка од гледна точка на плурализацијата на општеството. Основата на тој плурализам всушност е основа на демократијата. Пред 20 можеби и пред 10 години, малку домашни автори се осмелуваа да говорат за потребата од разлики во мислењата, во смисла на тоа да се легализира плурализмот. Сепак, принципот на

плурализмот во културата веќе подолго време е присутен во нашиот простор. Според тоа, кога говориме за културниот идентитет, не верувам дека кој и да било подразбира некаква унификација ниту пак воспоставување културни стандарди и критериуми коишто се еднаш за секогаш дадени. Оттука, мислам дека колку повеќе инсистираме на тоа, толку забораваме дека, сепак, во творештвото, (а доколку медиумите не ги гледаме во прв ред како творечки лаборатории, се губи воопшто смислата на трагањето по новите изразни можности) и доаѓаме, до она што е карикатирано и исмејувано, како мрзеливост на духот. Затоа, ние никогаш не ќе имаме состојба во која ќе можеме да речеме дека медиумите достигнаа таков културен стандард за да можеме да бидеме задоволни, ниту пак можеме да бидеме толку категорични во тоа, да речеме, дека се носители на субкултура. Како што проф. д-р Антоанела Петковска ги елаборираше тие феномени, навистина не можеме да избегнеме од феноменот на популарната култура, условно земено како некој примаордијален поим. Се приклучувам кон забелешката на д-р Весна Шопар за нискиот стандард на некои ТВ програми. Кај таквиот тип емисии најмногу ми пречи, би рекол карикатуралноста и сведувањето на човекот на рамниште на кое не се почитува неговиот идентитет, туку е понижен, за да може да учествува во некоја емисија. Меѓутоа, не смее да се занемари и доброволноста за изборот на учество. Станува збор за луѓе коишто имаат проблем со општествениот идентитет и коишто се подготвени да прифатат дури некаков вид деградација само за да излезат од анонимноста. Во секој случај интересно е што тие луѓе тоа го прават доброволно, без некој да ги присилува.

Но, поентата секогаш е во нешто друго. Дали медиумот, сепак, ќе тргне по линијата да ги поттикнува и да ги храни најниските страсти кај гледачите, или пак ќе води осмислена уредувачка политика која се грижи за интегритетот на личноста. Сметам дека онаму каде што е загрозен

интегритетот на личноста, колку и да сакаме, воопшто не можеме да зборуваме за некакви културни стандарди. Секако, само патем спомнувам некои од искажаните мислења, при што се разбира, ги уважувам сите ставови што беа искажани и ова не значи ниту резиме, ниту прифаќање, ниту отфрлање на тоа што беше кажано.

Со оваа, како и со трибината што ја организиравме за заштита на децата и младите од насилството и порнографијата на телевизјата и особено со Работилницата за радиодифузната регулатива што ја организиравме во соработка со Советот на Европа, Советот за радиодифузија го започнува практичното пристапување кон измена и дополнување на радиодифузната регулатива кај нас. Но, веројатно ако за техничките и за другите стандарди лесно можеме да се договориме и можеме да извршиме, би рекол дури и адаптирање на некои стандарди, во овој дел сепак, ни е потребна поголема креативност. Господинот Реџеп Златку укажа на многу суптилни димензии на сето тоа, заради фактот што културниот идентитет кај нас не се изразува еднородно ниту етнички ниту пак регионално. Тој е синтеза на културните традиции, на културното живеење и, се разбира, на проекциите што ги имаме за развојот на културата. Развојот на радиодифузијата и на програмските содржини својата рамка ја имаат во духот на членот 16 од Уставот на Македонија. И покрај тоа што честопати се споменуваат

одредени слабости на нашиот Устав, сметам дека ова е еден од најдобрите членови во Уставот, кој прегнантно ги гарантира правото и слободата на изразувањето, информирањето, уметничкото и на другото творештво. Значи, да продолжиме и понатаму со либерализација колку што е тоа максимално можно кај нас, сето ова да го гледаме и од гледна точка на европското културно наследство и политика и хармонизација на нашите решенија во регулативата со оние на Европската унија.

Кога говориме пошироко за програмите и за културниот идентитет, но и за други вредности, и во оваа епоха на брзи технолошки промени, сепак, доминантна останува улогата на семејството како кон клетка каде што се формира идентитетот на личноста и каде што таа постојано се надградува. Не случајно новите препораки на Европската комисија во Директивата "Телевизија без граници" го нагласуваат значењето на т.н. семејно гледање телевизија.

Ќе продолжиме и понатаму да работиме на овие проблеми. Особено ме охрабри искажувањето дека е време за сите овие толку значајни нешта, а ќе се согласите, медиумите станаа нешто без кое денеска не е можно да се живее, да разговараме на начин на којшто ќе се препознаеме самите себе, а така ќе ги препознаваме и медиумите.

Ви благодарам.

Графичко обликување и печат
ФОРУМ - Скопје

Тираж: 350 примероци