

*Иван Каровски,*

**ИНФОРМАТИВНИТЕ МЕДИУМИ  
КАКО ГРАЃАНСКИ ФОРУМ И  
ОПШТЕСТВЕНО МОБИЛИЗИРАЧКИ  
ФАКТОР**

АПСТРАКТ

Јавната сфера се замислува како место за средби или дебатен форум што овозможува расправи засновани врз меродавни информации во врска со најважните актуелни прашања и посредува меѓу граѓаните и државата. Претпоставуваме дека информативните медиуми како граѓански форум треба да функционираат на најопшто рамниште како канал што им дава на носителите на власта и на оние што се предмет на тоа владеење можности ефективно да комуницираат едни со други. Во таа смисла, информативните медиуми служат како неопходна врска што хоризонтално ги поврзува политичките актери, а вертикално ги поврзува тие политички актери со нивните избирачи. Централен приоритет во овој процес треба да им се даде на партиите, како основни застапнички институции во кои се обединуваат интереси, се номинираат кандидати и се обезбедува колективна

*Ivan Karovski,*

**INFORMATION MEDIA AS A  
CITIZEN FORUM AND  
SOCIAL MOBILIZING FACTOR**

ABSTRACT

The public sphere is envisioned as a place for meetings or a debate forum that allows for discussions based on qualified information regarding the most important issues at present and as a means of negotiation between citizens and the state.

We'll start off the from the assumption that the most general function of the information media as citizen forums is to serve as a channel that allows the governing bodies and the subjects being governed the opportunity to effectively communicate with one another. In that sense, information media represent the necessary link that connects horizontally political actors and vertically the same political actors with their voters. The central priority in this process needs to be given to the parties as the basic representative institutions where interests are united, candidates nominated and where collective responsibility is provided. Parties try to influence the head-

одговорност за владеењето. Партиите се обидуваат да влијаат врз вестите на насловните страници на весниците и врз главните телевизиски вести и на тој начин да досегнат „надолу“ кон избирачите, користејќи при тоа активности за наметнување на агендата, како на пример конференции за печатот, можности за фотографирање и професионални техники за политичко рекламирање. Со цел можностите што се нудат на изборите да ги одразуваат интересите на јавноста, подеднакво важно е граѓаните да бидат во состојба да ги искажат своите грижи и да им ги соопштат своите склоности на партиите и избраните пратеници „нагоре“. Улогата на информативните медиуми како мобилизирачки фактор претпоставува дека новинарите како и партиите делат иста одговорност во стимулирање на интересот за јавните односи и поттикнување на разни видови граѓански ангажман.

Граѓаните имаат голем број можности за политичка партиципација почнувајќи од следење на настаните за време на кампањите до дискутирање околу опциите со пријателите и семејството, гласање на избори и референдуми, партиски ангажман како собирање прилози и агитирање, помагање во доброволни организации и граѓански асоцијации и „неконвенционални“ активности како директна акција.

**Клучни зборови:** медиуми, политички субјекти, граѓански сектор, политичка комуникација

lines on the covers of newspapers as well as on the main television news and thus reach ‘down’ to the voters, by using in that process activities that would help them impose their own agenda onto the voters, such as holding press conferences, opportunities for taking photographs and professional techniques for political advertisement. In order for the opportunities arising with the elections to express the interests of the public, it is equally important for citizens to be able to voice their concerns and convey their preferences to the parties and the elected members of Parliament “from up above.” The role of the information media as a mobilizing factor assumes that journalists as well as the parties share the same responsibility for stimulating interest in public relations and the encouragement of different forms of involvement of citizens.

Citizens have many opportunities for political participation, from following the events during political campaigns up to discussing options with their friends and family, voting on the elections and referendums, engaging into party activities such as collection of donations and agitating, helping charities and citizen associations and employing “unconventional” activities as direct action.

**Key words:** media, political subjects, citizen sector, political communication

Концептот за информативните медиуми како граѓански форум тесно се поврзува со работата на Јирген Хабермас, кој има опсежно влијание, иако нашиот аргумент не зависи од неговата концептуализација. Хабермасовото идеално поимање на сферата на јавното се засновува врз поимањето на широката дискусија за јавните прашања во граѓанското општество (Habermas, 1989). Јавната сфера се замислува како место за средби или дебатен форум што овозможува расправи засновани врз меродавни информации во врска со најважните актуелни прашања и посредува меѓу граѓаните и државата. Во осумнаесеттиот век, за бројните разновидни интелектуални часописи и периодични списанија помодните кругови сметале дека ги обезбедуваат идеалните медиуми во овој процес, заедно со радикалниот печат и собиралштата во политичките салони и кафетериите на Лондон, Париз и Виена.

Кон крајот на деветнаесеттиот век, промените во природата на либералната демократија - особено експанзијата на франшизата надвор од буржоаските елити, растот на популарниот печат и се поголемото специјализирање, како и се поголемата комплексност на владеењето - ги трансформирале условите, правејќи ги традиционалните канали на елитната политичка дискусија попродни и ја прошириле јавната сфера. Хабермас жали поради ефектите што ги има развојот на настаните во информативните медиуми, вклучително и се поголемата улога на високо тиражниот популарен печат, концентрацијата на корпоративната сопственост во големи медиумски групи и се поголемата моќ на спонзорите - процес што, тврди тој, довел до хомогенизација на политичките информации и премин од „стварна“ кон „виртуелна“ политичка дебата.

И покрај ваквиот развој на настаните, денес и натаму има големо влијание идеалот за печатот како граѓански форум за плуралистичка дебата кој посредува меѓу граѓаните и државата. Се измениле традиционалните собиралшта, но промената не ги прави непрепознатливи; денес тие се јавуваат како отворени страници во весниците, колумни, уводници и рубрики за писма од читателите, како и списанија за јавни прашања, заедно со поновите појави како што се контактните радио програми, телевизиските програми од дебатен тип, а се јавуваат и како дискусии на интернет. Сите тие им даваат редовни можности за политичка дебата на цела низа политичари, владини функционери, новинарски коментатори, гласноговорници на разни застапнички групи, аналитичари и научно-политички стручњаци, а даваат и можност за телефонско или непосредно учество на граѓаните во дебатни емисии.

Претпоставуваме дека информативните медиуми како граѓански форум треба да функционираат на најопшто рамниште како канал што им дава на носителите на власта и на оние што се предмет на тоа владеење можности

ефективно да комуницираат едни со други. Во таа смисла, информативните медиуми служат како неопходна врска што хоризонтално ги поврзува политичките актери, а вертикално ги поврзува тие политички актери со нивните избирачи. Централен приоритет во овој процес треба да им се даде на партиите, како основни застапнички институции во кои се обединуваат интереси, се номинираат кандидати и се обезбедува колективна одговорност за владеењето. Партиите се обидуваат да влијаат врз вестите на насловните страници на весниците и врз главните телевизиски вести и на тој начин да досегнат „надолу“ кон избирачите, користејќи притоа активности за наметнување на агендата, како на пример конференции за печатот, можности за фотографирање и професионални техники за политичко рекламирање. Со цел можностите што се нудат на изборите да ги одразуваат интересите на јавноста, подеднакво важно е граѓаните да бидат во состојба да ги искажат своите грижи и да им ги соопштат своите склоности на партиите и избраните пратеници „нагоре“. Анкетите за јавното мислење, фокусните групи и традиционалните непосредни средби се начини на кои застапниците може да ги дознаат склоносите на избирачите, но мошне често политичарите се потпираат на информативните медиуми, сметајќи ги за показател на јавното мислење. Комуникацискиот процес е важен во секоја фаза на политичкиот циклус, но особено е важен во текот на изборните кампањи, кога граѓаните имаат најголема можност да влијаат врз политичкиот процес и да ја изберат владата.

## МЕДИУМСКИТЕ МОЖНОСТИ ЗА ГРАЃАНСКА ДЕБАТА

Ако се согласиме дека информативните медиуми треба да функционираат како граѓански форум, тогаш може да се користат конкретни показатели за да се следи колку добро работат медиумите. Претпоставуваме дека медиумите, за да бидат ефективни, треба опширно да информираат за политичките прашања на начин кој им е широко и лесно достапен на сите делови на општеството. Една средина која е богата со информации, со повеќе извори на редовни вести за политиката кои доаѓаат од различни информативни точки, има најголеми шанси да промовира ефективна комуникациска активност на владата, да овозможува многубројни места за јавна дебата и да ги намали трошоците што треба да се направат за да се биде информиран за јавните прашања. Доколку, пак, како што се тврди, има пад на политичкото информирање, поради трендови од типот на намалено информирање во јавниот сервис, или доколку се зголемува трендот на инфоразонода, може да се осиромашат граѓанската сфера (Кованицата „инфоразонода“ значи програма од информативно-забавен карактер што комбинира актуелности со разонода, структу-

ирана во формат на вести; обично содржи општи информации и занимлива фактографија. Оттука и кованицата „инфоразонода“).

Од друга страна, обемот на политичките вести не ни говори ништо за нивниот квалитет. Плуралистичката теорија нагласува дека системот на информативни медиуми во својство на граѓански форум треба да ја одразува политичката и култураната разновидност во рамките на секое општество, имајќи притоа праведна и непристрасна рамнотежа, така што во политичките расправи ќе се слушнат сите гласови. „Рамнотежата“ може да се дефинира во смисла на надворешната или внатрешната разновидност.

Концептите за надворешна разновидност ја нагласуваат конкуренцијата меѓу одделните медиумски изворишта. На пример, во Европа, иако ослабеле непосредните финансиски врски меѓу партиите и весниците, печатот и натаму е доста пристрасен во својата политичка склоност. Иако вкупната рамнотежа во печатот во повоениот период традиционално претежнува кон десницата, натпреварот меѓу весниците, со кој во киосците на гласачите им се нуди избор меѓу алтернативни политички гледишта, го задржал плурализмот. Улогата на информативните медиуми како граѓански форум станува проблематична доколку најголемите информативни изворишта постојано застапуваат само една партија или само едно гледиште, доколку ги исклучуваат помалите партии или малцинските гледишта, или доколку граѓаните се потпираат само на еден извор на вести.

Алтернативната концепција ја нагласува внатрешната разновидност на известувањето. Во овој модел, чиј симбол е американскиот печат, секој весник дава многубројни и меѓусебно спротивни гледишта во колумните, често правејќи рамнотежа со објавување и на либерално настроени и конзервативно настроени коментари. Внатрешната разновидност го зачувува плурализмот, дури и кога на конкретниот пазар изборот на весници е ограничен. Монополот што го уживаа јавните радиодифузери покажа дека со тоа најмногу се нагласува потребата од строга партиска рамнотежа во медиумското известување, особено во текот на изборните кампањи Телевизиските уредници и продуценти често нагласуваат дека за главните политички партии треба да се известува од еквидистанца, при што ќе се урамнотежат наклонетите и ненаклонетите прилози за секоја партија, како и дека треба рамномерно да се опфатат сите страни кои учествуваат во некое прашање (Blumler & Gurevitch, 1995). Во оваа смисла, во еден типичен прилог се претставуваат предлозите или ставовите на една политичка партија, по што следува одговор од противниците во познатиот формат „од една страна/од друга страна“. Истражувањата укажуваат дека рамнотежата, или „праведното прикажување на ставовите на обете страни во спорот“ е меѓу најчестите начини на кои нови-

нарите ја сфаќаат објективноста, особено во САД и во Европа (Patterson, 1998).

Голем број радиодифузери водат сметка да им дадат на главните партии и кандидати еднакво или пропорционално време на емитување во текот на изборните кампањи. Тоа е и начелото што обично се применува за распределба на политички или изборни емитувања (Holtz-Bacha & Lee Kaid, 1995), како и за правилата во врска со времето што им се доделува на претседателските кандидати во нивните дебати. Една споредба на информирањето при изборните кампањи од почетокот на деведесеттите покажа дека британскиот и шпанскиот печат покажал поголема надворешна разновидност, додека американскиот и јапонскиот печат, како и вестите на радиодифузерите во најголем број земји, покажале поголема внатрешна разновидност (Dalton, Kawakami, Semetko, Suzuki & Voltmer, 1998). Потенцијална опасност на внатрешната разновидност е што може да постои наклонетост кон политичкиот центар, при што би се исклучиле радикалната левица и радикалната десница. Многукратните и меѓусебно спротивни сигнали при информативното известување може и да го искомплицираат процесот на користење на медиумите како стимулатори во правењето на политичкиот избор и да ја намалат способноста на информативните медиуми да ги мобилизираат гласачите.

Овие претстави може да ги споредиме разгледувајќи ги обемот и насоката на вестите за најконтроверзните прашања што го делат европското општество, како што е дебатата за економската и монетарната унија и усвојувањето на единствената валута (еврото). Ако европскиот систем на информативни медиуми работи и како граѓански форум за ова прашање, тогаш може да се очекува и опширно политичко информирање за дебатата за економската и монетарна унија во весниците, на телевизијата и на интернет, а информирањето ќе им обезбеди говорница за гласовите на цел спектар различни политички и културни гледишта, поддржувачи и противници на монетарната унија. Од друга страна, може да се смета дека според ова мерило, информативните медиуми се неуспешни доколку сериозното политичко информирање во Европа се истисне од вредностите на „инфоразонодата“, „лесните“ вести и „таблоидизацијата“, доколку од вестите систематски се исклучуваат главните гласови во јавната дебата или доколку му се дава место само на едно гледиште што ја поддржува или се противи на монетарната унија.

## МЕДИУМИТЕ-ВАРДАЧ НА МОЌНИТЕ

Под еднаква значајно е тоа што за една одржлива демократија се потребни опсежни политички права и граѓански слободи за да се штитат интересите на

малцинствата од злоупотребата на моќта. Одамна е согледано дека во својата улога на вардачи, информативните медиуми треба одблизу да ги следат носителите на моќта, без разлика дали се работи за владини институции, за непрофитни организации или за приватниот сектор, со цел да бараат одговорност од функционерите за нивното работење (Donohue & Tichenor, 1995). Уште од времето на Едмонд Барк, „четвртата сила“, односно печатот, традиционално се смета за една од класичните контролни точки и носители на рамнотежата при поделбата на моќта. Во оваа своја улога, новинарите истражувачи се стремат да ја разоткријат корупцијата меѓу функционерите, економските скандали и неуспесите на владата. Во понародна смисла, печатот се смета за првенец на народот кој ги штити народните интереси и се грижи за неговите проблеми и кој е во состојба да ја предизвика и преиспита владата (Donohue & Tichenor, 1995).

Во контекст на политичкото информирање, ова укажува дека новинарите и радиодифузерите не треба само да информираат за политичките говори, предизборните митинзи и фото-сесиите и да пренесуваат пораки „верно“ и без филтри, од политичарите до јавноста, без притоа да даваат и уводни коментари, критички анализи и толковни оценки за политичките пораки со цел да им помогнат на читателите и гледачите да ги сместат овие настани во еден поширок контекст. Може да се смета дека критичкото информирање ги унапредува условите за ефективен политички натпревар, бидејќи тврдењата што се изнесуваат во врска со политичкото досие на владата или квалификуваноста на некој кандидат да ја извршува службата подлежат на темелно преиспитување и оценка. Анализата на партиските стратегии и тактики може, исто така, да се смета за дел од оваа „вардачка“ улога, бидејќи давањето контекстуални информации за целите на информациските дриблери од изборните штабови или водачите на кампањите може да им помогнат на граѓаните да ги оценат веродостојноста и значењето на политичките пораки. Улогата на вардач може да се доживува и како пресудна за заштитата на граѓанските слободи и политичките права, затоа што таа ги изнесува на преиспитување активностите на владата и на најголемите компании пред очите и судот на јавноста.

Јасно е дека постои потенцијален судир меѓу потребата информативните медиуми да дејствуваат како плуралистички граѓански форум, кој ќе ја постави сцената и ќе ги утврди правилата според кои другите ќе расправаат за прашањата од јавен интерес, и потребата новинарите да дејствуваат како активни вардачи на интересите на јавноста. Конвенционалната разлика меѓу „фактографското“ информирање на насловните страници и „уредувачкиот“ коментар во внатрешноста на весникот претставува еден начин на разграни-

чување, иако линијата меѓу „известувањето“ и толкувањето во практиката, често е размачкана. За да видиме на кој начин новинарите ги урамнотежуваат овие свои различни функции, може да испитае неколку практични анализи на информирањето за одредени дебати и случаи на владини неуспеси. Ваквиот приод ни овозможува да испитае дали некои информативни медиуми дејствувале како независни, праведни и непристрасни критичари на моќните интереси или, пак, повредите на јавните стандарди минале непречено.

## МЕДИУМИТЕ КАКО МОБИЛИЗИРАЧКИ ФАКТОР

Постои голема расправа околу тоа дали јавноста доволно сознава од информативните медиуми за да фрли информиран глас во избирачката кутија, бидејќи не постои консензус за тоа што се смета за „политичко знаење“. Правиме три едноставни претпоставки околу идеалните услови за стекнување на политичко знаење.

Почнуваме со премисата дека, тоа што на гласачите им треба за ефикасно функционирање, а со тоа и што треба медиумите да обезбедат, е практично знаење за можните последици од нивните политички акции. За информирано гласање, граѓаните треба да бидат способни да ја минимализираат несигурноста и да ги предвидат резултатите од нивните политички одлуки, како дали гласањето за икс или ипсилон ќе ги максимизира нивните предности (Lupia & McCubbins, 1998). Практичното знаење е само една форма на знаење и се фокусира на предвидување, а не на објаснување или анализи. На пример, разбирањето, како предлогот станува закон или разбирањето на сите детали на државната транспортна политика, не им е важно на граѓаните што сакаат да знаат што ќе биде со проблемите за кои се грижат ако гласаат за одредена партија од левицата или десницата.

Затоа, претпоставуваме разлика помеѓу предвидувањето и објаснувањето, затоа што можеме да објасниме без да сме неопходно способни да предвидиме.

Во потрага по практично знаење, понатаму претпоставуваме, дека видот на информација што е најкорисна за граѓаните е поврзан со изборната одлука со која се соочуваат. Причината е таа дека информацијата што е најрелевантна за гласачкиот избор зависи од изборниот систем и партискиот систем. Не постои еден „златен“ стандард. Информациите за политичките прашања и партиските платформи исто така можат да се покажат корисни во предвидувањето на последиците од гласањето на изборите. Но во други контексти, алтернативните видови на знаење исто така можат да им помогнат на гласачите да ги предвидат последиците од нивното гласање. На пример, информа-



цијата за можното водство на некоја партија стекната преку некоја анкета на јавното мислење, може да биде корисна за тактичко гласање. Увид во партиската стратегија може да биде корисна информација за евалуација на доследноста и значењето на партиските пораки. Увид во искуството и ставот на кандидатите е корисен за гласачите на парламентарни избори таму каде што партиската дисциплина останува слаба, но оваа информација не е важна во силни парламентарни демократии каде партиската дисциплина ги раководи ставовите на пратеничките групи. Ова кажува дека иако информациите за политички прашања можат да обезбедат основа за практично знаење, гласачите можат исто така да бараат многу други видови на информација за да раководат со нивното донесување одлуки во различни контексти.

Трето, претпоставуваме дека информативните медиуми треба да ги снабдат граѓаните со политички информации на повеќе различни нивоа, од најтехнички детали до информации со “народски“ објаснувања. Причина за ова е дека граѓаните доаѓаат во политичкиот живот со различни позадини, интереси и когнитивни способности. Некои може бараат детални политички брифинзи и анализи, други сакаат информации во повеќе популарен или едноставен формат, подготвен од од извори како таблоиди или кратки информативни наслови што се емитуваат секој час на музичките радио програми или локалните телевизиски вести. Со оглед на различните способности, искуства и разбирања на гласачите, претпоставуваме дека вестите треба да бидат достапни на различни нивоа, наместо да се смета дека еден формат е идеален за сите. Во овој контекст, политичката улога на таблоидите може да се гледа како легитимна во демократските процеси, со тоа што ги допира групите што се незаинтересирани за сериозни политички магазини. Исто како што демократските избори се натпревар за место во кабинетот претпоставуваме дека треба да постои плуралистички натпревар за нивоата и видовите на информацијата.

На крајот, улогата на информативните медиуми како мобилизирачки фактор претпоставува дека новинарите, како и партиите, делат иста одговорност во стимулирањето на интересот за јавните односи и поттикнување на разни видови граѓански ангажман. Граѓаните имаат голем број можности за политичка партиципација почнувајќи од следење на настаните за време на кампањите до дискутирање околу опциите со пријателите и семејството, гласање на избори и референдуми, партиски ангажман како собирање прилози и агитирање, помагање во доброволни организации и граѓански асоцијации и “неконвенционални“ активности како директна акција. Уште од раните студии на Лазарсфелд и неговите колеги, традиционалните теории на информативните медиуми го имаат потенцирано нивниот мобилизирачки потенцијал во избор-

ните кампањи (Lazersfeld, Berelson & Gaudet, 1944). Концептот на информативни медиуми како мобилизирачки фактор што произведува практично знаење, политички интерес и граѓанско ангажирање е широко прифатен, иако многу се сомневаат и се плашат од нивната можност за дејствување против овие вредности.

## ЗАКЛУЧОК

Комерцијалните медиуми кои се под влијание на силна конкуренција тешко успеваат во напорот да ја задржат независноста од безначајните влијанија, да им дадат примат на најзначајните проблеми или да обезбедат продлабочен увид во сложените проблеми. Но критичарите на медиумите не се во право кога вината за лошото медиумско функционирање ја бараат кај концентрацијата на медиумската сопственост. Напротив, медиумите функционираат подобро кога конкуренцијата е блага отколку во услови на силна конкуренција. Може да се очекува подобро функционирање во ситуација каде неколку медиумски куќи имаат многу канали отколку кога многу медиумски куќи оперираат секоја со малку канали.

Политичарите и нивните економски советници често претпоставувале дека квалитетот и разновидноста на медиумските производи најдобро се обезбедува со конкурентски средства. Оваа философија почива зад економскиот либерализам што ја карактеризираше американската медиумска политика во текот на многу години, а сега исто така доминира и во европската медиумска политика со растечки степен (Venturelli, 1998; Noam, 1991).

Целта на демократската функција не може да се постигне кога неконтролираните пазарни сили ги контролираат медиумите. Единствен начин да се осигура навистина независен демократски комуникациски систем е преку имплементирање на некомерцијални масовни медиуми. Историските докази од Европа и од други места покажале дека државно финансираните некомерцијални медиуми функционираше прилично добро, се додека конкуренцијата од комерцијалните медиуми не била многу силна.

Комерцијалните масовни медиуми можат да ги држат лошо образованите луѓе во состојба на незнаење преку обезбедување на забавни програми и едноставни приказни. Демократските идеали можат да бидат задоволени само кога сите гласачи ќе бидат образовани и информирани до точка кога ќе бидат во состојба да ги разберат најважните политички проблеми. Јасно е дека комерцијалните медиуми не можат да ја исполнат оваа задача како што треба. Многу коментатори тврделе дека медиумите едноставно им го даваат на луѓето тоа што тие го сакаат, а тие сакаат забава. Но оваа идеја ја промашува

поентата дека медиумите всушност ги формираат предимствата во вкусовите на луѓето. Постојат многу докази дека луѓето можат да се научат да ги ценат сериозните вести (Gunther&Mughan, 2000: 440).

Културни и политички последици од медиумската дерегулатива има многу. Гледаме растечка бројка на популистички политичари што зборуваат за прости причини и имплементираат прости решенија, со комплетно запоставување на научните експерти кои имаат подобро познавање на проблемот. Оваа политика се враќа во системот со повратно барање за уште поголема дерегулација на медиумите.

Систем во кој голем број на организации од посебен интерес мораат да се натпреваруваат за медиумско внимание, за да добијат политичка и економска поддршка за нивната кауза, не е оптимален систем. Неретко политичките активисти режираат нелегални и насилни настани ако е тоа единствениот начин да го привлечат медиумското влијание. Оние групи од посебен интерес кои можат да прикажат најмногу примери што лесно привлекуваат внимание и изведуваат медиумски акробации во оваа анархична борба за внимание, може и да не се тие што ги имаат најважните работи за кажување. Кога политичарите ќе одговорат на овие емотивни медиумски акробации, имаме систем каде што приоритетниот редослед на ресурсите е одреден од барањето на медиумите наместо од рационален критериум. Ова ги загрозува сите политички и економски приоритети во различни области како на пример, здравствената грижа, безбедноста, економијата, заштитата на животната средина и помошта за развој.

Употребата на стравот и опасноста како средства за привлекување на внимание често имаат, како нус појава, луѓето да се плашат од погрешни работи. Драстични мерки се преземаат за борба против статистички неважни опасности, додека други, многу поверојатни опасности на големо се игнорираат. Стравовите што се креирани од медиумите понекогаш се развиваат во паника на моралот и лов на вештерки, а како резултат се добиваат еродирани принципи на човекови права, граѓански слободи и чесни судења. Под овие услови општеството може да го зголеми фокусот врз општествените проблеми, но капацитетот на системот да ги реши овие проблеми е намален. Преку персонализирано структурирање на проблемите и фокусирање на едноставните непосредни причини, не се откриваат подлабоките структурни причини на општествените проблеми, па така не се доаѓа до ефикасни решенија.

Ова не се однесува само на социјалните и културните општествени проблеми на земјата, туку и на нејзините меѓуетнички односи. Со фрлањето вина на лошите политичари од другите етникуми за меѓуетничките политички конфликти, наместо на општествените механизми кои ги донеле тие полити-

чари на власт, системот всушност може да промовира меѓуетничка политика што не сакајќи додава бензин на огнот и ги поттикнува стравовите и маките кои ги натерале граѓаните на посочениот етникум да поддржат силен и авторитарен лидер. Неминовен резултат од ваквата ситуација е ескалација на конфликтот.

### **Литература:**

- Habermas, J. 1989. *The structural Transformation of the public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Polity Press, Oxford [Orig. 1962]
- Gurevitch, M. and Blumler, J.G. 1990. *Political communication systems and democratic values*. In: *Lichtenberg J (ed) Democracy and the mass media*. Cambridge University Press
- Patterson, T. 1998. *Political Roles of the Journalist In The Politics of News: The News of Politics edited by Doris Graber, Denis McQuail and Pippa Norris*. Washington, DC: CQ Press.
- Holtz-Bacha, C. and Lee Kaid, L. 1995. *A Comparative Perspective on Political Advertising*. London: Sage
- Dalton, R.J. Kawakami, K. Semetko, H.A. Suzuki, H. and Voltmer, K. 1998. *Partisan cues in the media: Cross -National Comparisons of Election Coverage.*, Chicago 25 -28th April 1998.
- Donohue, G., A. and Tichenor, P. 1995. *A Guard Dog Perspective on the Role of the Media*. *Journal of Communication*. 45(2):115 -128.
- Lupia, A. and McCubbins, M. 1998. *The Democratic Dilema*. Cambridge University Press.
- Lazersfeld, P.F. Berelson, B. and Gaudet, H.. 1944. *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- Noam, E. 1991. *Television in Europe*. Oxford University Press
- Venturelli, S. 1998. *Liberalizing the European Media: Politics, Regulation, and the Public Sphere*. Clarendon Press, Oxford
- Gunther, R. and Mughan, A. (eds) 2000. *Democracy and the Media: A Comparative Perspective*. Cambridge University Press