

SOCIETY IMPOSED CHARACTERISTICS OF THE NATIONAL IDENTITY (THE "SKOPJE 2014" PROJECT IN THE PRINT MEDIA)

Bijlana Rajčinova-Nikolova

Singidunum University in Belgrade, Republic of Serbia

Faculty of Media and Communication, Belgrade b_rajcinova@yahoo.com

Abstract: The Macedonian national identity is currently experiencing reconstruction of its characteristics. (Re)Thinking of the identity, grows into a vital segment of our overall and, no less, actual responsibility. Promoting the concept of 'Nad Makedonec', and abandoning the concept of 'A bre Macedonce', was one of the basic priorities of the ex-ruling right-wing structure (especially when the national identity, due to the problem with the name of the state, is the most important national issue). It is implemented through all IDAs, and the most transparently through the media, in order to raise the Macedonian national consciousness and to abandon the stereotype of Macedonian inferiority and subordination in the Balkan and in the European context. The hypothesis is that the "Skopje 2014" Project to the Macedonian public is presented as a redefinition of the Macedonian national identity by constructing the narrative for its national epic continuity from antiquity to the present day, and in that process, through which the hegemonic power of the then current Macedonian government flared up, the media were a tool for constructing, temporarily stabilizing and presenting the Narrative for the „Skopje 2014“ Project and for the identity. The purpose of the research is to investigate the ways and the methods by which the media performs reconstruction of some characteristics of the national identity, and thus redefining the cultural memory, to show how the national identity is created / constructed through the media in which the „Skopje 2014“ Project represented and what is the role and the function of the media in that process. The methodology which is going to apply is a discursive analysis of the daily print media *Dnevnik* and *Utrinski vesnik*, as the most influential media in the Republic of Macedonia. An opportunity for realization of the goal is through analytical follow of the media articles in the daily print media *Dnevnik* and *Utrinski vesnik*, on the topic of national identity in the period 2010-2013 in the context of the „Skopje 2014“ Project.

Keywords: identity, media, cultural memory, redefinition, „Skopje 2014“ Project.

ОПШТЕСТВЕНО НАМЕТНАТИ КАРАКТЕРИСТИКИ НА НАЦИОНАЛНИОТ ИДЕНТИТЕТ (ПРОЕКТОТ „СКОПЈЕ 2014“ ВО ПЕЧАТЕНИТЕ МЕДИУМИ)

Биљана Рајчинова-Николова

Универзитет „Сингидунум“, Белград, Република Србија

Факултет за медиуми и комуникации, Белград, b_rajcinova@yahoo.com

Апстракт: Македонскиот национален идентитет во моментот доживува реконструирање на неговите карактеристики. Обмислувањето на идентитетот прераснува во витален сегмент од нашата севкупна и, не помалку, актуелна одговорност. Промовирање на концептот 'Над Македонец', а напуштање на концептот 'А бре Македонче', беше еден од основните приоритети на екс владеачката десничарска структура (особено кога националниот идентитет, заради проблемот со името на државата е најзначајното национално прашање). Тој се спроведува преку сите ИДА, а најтранспарентно преку медиумите, за да се подигне македонската национална свест и да се напушти стереотипот за македонската инфериорност и потчинетост во балкански и во европски контекст. Хипотезата е дека Проектот „Скопје 2014“ на македонската јавноста и е претставен како редефинирање на македонскиот национален идентитет преку конструирање на наративот за неговиот национален континуитет од антиката до денес, а во тој процес низ кој се отелотворила моќта на тогашната актуелна македонска влада, медиумите беа алатка за конструирање, привремено стабилизирање и презентирање на наративот за Проектот „Скопје 2014“ и за идентитетот. Цел на истражувањето е да се испитаат начините и методите со кои медиумите вршат реконструкција на некои карактеристики на националниот идентитет, а со тоа и редефинирање на културната меморија, да се покаже како националниот идентитет се креира/конструира низ медиумите во кои се репрезентира Проектот „Скопје 2014“ и која е улогата и функцијата на медиумите во тој процес. Методологијата, која ќе се примени е дискурзивна анализа на дневните печатени медиуми,

Дневник и Утрински весник, како највлијателни медиуми во Р. Македонија. Можност за реализирање на целта е аналитичко проследување на медиумските текстови на тема национален идентитет во периодот 2010-2013 во контекст на Проектот „Скопје 2014“. **Клучни зборови:** идентитет, медиуми, културна меморија, редефинирање, Проект „Скопје 2014“.

1. ИДЕНТИТЕТ – ЧУВСТВО НА ЗАЕДНИЧКО НАСЛЕДСТВО И НА ПРИПАЌАЊЕ

Претстолинната на Македонија, градот Скопје (како топоним на идентитетот), последниве неколку години, повторно (по земјотресот 1963 година), трпи преобмислување на урбаниот културно-национален идентитет. Во актуелната, постмодерна концепција на архитектурата (на Градот), се забележува историцизмот, побивањето на темпоралноста (симултанizam на уметничките стилови), што резултира со пастиш (примена на универзално постоечки и референтни архитектонско – естетски стилови). Прашањето, кое во овој историски момент, се наметнува е: дали на Скопје му се потребни стратешки обоени објекти/монументи, кои лебдат во нашата колективна меморија, гарантираат поголема протежност на градската, но и на државната меморија, како што се веќе изградените и поставените објекти/ монументи од Проектот „Скопје 2014“? Тие налагаат идентитетска идентификација, не само на Градот, туку и на колективната културно-национална (ре)дефиниција, и на нашата културолошка припадност! Општа вредност за националниот идентитет е дека тој се базира врз чувството на заедничко наследство и на чувството на припаѓање (заедничко сеќавање, историјата, јазик итн.). При дефинирањето на концептот на идентитетот, постојат две различни парадигми. Првата смета дека идентитетот е природен и вечен квалитет, нешто дадено, фиксно и непроменливо, тоа е есенцијалистичкиот концепт на идентитет, додека пак втората парадигма смета дека идентитетот е културен конструкт, нешто што активно се гради, менува и трансформира, тоа е конструктивистичкиот концепт на идентитет. Во современите општества сè уште доминира првиот концепт, но, за културолошките студии, вториот концепт е поприфатлив, и нагласуваат дека „идентитетот е културна конструкција, бидејќи дискурзивните ресурси кои формираат материјал за обликување на идентитетот имаат културен карактер“. (Barker, 2004: 93), односно дека „идентитетот се смета за еден вид на перформанс, претстава, тој може да се препознае како фикција, а потоа да се живее и работи со таа фикција“, (Bennett, 2005:175). „Идентитетот е нешто што може да се премести и манипулира според моменталните потреби, контексти и симболички интеракции“. (Lewis 2002:374). Оттука, може да се констатира дека идентитетот не е ни традиција, ни менталитет, не е нешто што човекот природно го наследува, не е нешто дадено еднаш за секогаш, не е постојана категорија, туку е нешто што се менува и може да се конструира. Врз конструирањето на идентитетот влијаат(ле) општествените, политичките и културните фактори/услови, а во поново време едни од важните фактори се и медиумите. Ни еден друг фактор не може подобро да го сензибилизира прашањето за идентитетот, отколку тоа што го прават медиумите.

2. МЕДИУМИТЕ – МОНИТОРИ НА СЕКОЈДНЕВНИТЕ СЛУЧУВАЊА

Медиумите, како општествени монитори на секојдневните случувања, не само што „реагираат“ на идентитетот, туку влијаат и врз начинот на социјалното дејствување и вреднување. Согласно нивната општа класификација, медиумите може да се определат како: печатени - медиуми на модерната, електронските - медиуми кои го претставуваат преминот меѓу модерната и постмодерната и социјални медиуми како одлика на постмодерното доба, добата на глобализација – поврзување со сите, насекаде, со достапност и размена на идеи во масовни (глобални) размери, во кои масовноста како термин (mass media) можеби дури во нив го добива вистинското значење. Теоретското проследување на влијанието и функцијата на медиумот и односите што медиумот ги гради со другите сфери во трудов се потпира на два спротивставени пристапи. Од една страна се Алтисер, Грамши, Франкфуртската школа и Бодријар, а од друга претставниците на славеничкиот модел на културата. За Алтисер „медиумите се значаен дел од идеолошкиот државен апарат – ИДА“, (Durham, 2006:80). За Грамши „медиумите се најистакнатиот и најдинамичниот дел на идеолошкиот „фронт“ на доминантната класа“, (Durham, 2006:16). Лево ориентираните критичари во т.н. Франкфуртската школа, Хоркхајмер и Адорно ја поставуваат тезата дека „медиумите ја контролираат масата и манипулираат со неа, тие ги заменуваат вистинските потреби и желби со ирационални и наметнати потреби од страна на културната индустрија“, тврдат дека „системот на културна продукција е контролиран од реклами и комерцијални императиви, и служи на системот на потрошувачкиот капитализам“, (Durham, 2006: 5). Со медиумите, преку поимот симулација/симулакрум се занимава Бодријар. Тој ја поставува тезата дека „медиумите, особено телевизијата, ни ја претставуваат сопствената симулација како стварност, односно медиумите стварноста ја претвораат во симулакрум“, (Бодријар, 1981). Фиск, претставник на славеничкиот модел, вели дека „потрошувачката на популарни медиумски текстови само по себе ги прекршува правилата, или

популарната медиумска потрошувачка и другите секојдневни практики ги нарушуваат хегемонијата и патријархалната рационалност на капитализмот“ (Lewis, 2008: 251).

3. РЕЛАЦИЈА ИДЕНТИТЕТ – МЕДИУМИ/ 'А, БРЕ МАКЕДОНЧЕ' VS 'НАД МАКЕДОНЕЦ'

Посочувањето на релацијата помеѓу процесите на конструирање идентитет и дејствувањето на медиумите не е нешто ново, а во процесите на конструирање идентитет, медиумите имаат многу важна, ако не и одлучувачка улога. Земајќи предвид дека идентитетот е пред сè прашање на односот спрема другите, но и дискурзивно конструирана пракса, а медиумите ресурси при конструирањето на идентитетот, клучните прашања на кои трудот се обидува да одговори се: каква е релацијата помеѓу процесите на конструирањето идентитет и дејствувањето на медиумите, која е улогата и функцијата на медиумите во тој процес, како медиумите го репрезентираат Проектот „Скопје 2014“ и како ги прифаќаат или рушат големите митови создадени околу идентитетот? За да се одговори на прашањата, а земајќи предвид дека постојат повеќе процеси кои имаат влијание во реконструкцијата на националниот идентитет, и тоа: проектот „Скопје 2014“; проектот „Македонија вечна“; проектот „Наталитет“; односот кон ЕУ и НАТО; односот кон соседните држави (Грција, Бугарија, Србија, Албанија); односот кон спортот, археологијата и историјата; односот кон науката и образованието, во трудов од една страна се спротивставуваат две општествено колективно наметнати концептуални карактеристики на националниот идентитет: првата 'А, бре Македонче' – концепт (стереотипот) на губитнички (турското ропство, потчинетост) македонски идентитет во балкански и во европски контекст и втората 'Над Македонец' – концепт (за синдромот) на победнички македонски идентитет (конструирање на чувство на Македонците како потомци на славен народ, кој корените ги наоѓа во Александар Македонски), а од друга се фокусираме на Проектот „Скопје 2014“.

4. ПРОЕКТОТ „СКОПЈЕ 2014“

Проектот „Скопје 2014“, е актуелен и најзначаен по однос на прашањето за националниот идентитет. Проект, кој минативе години ги полнеше македонските медиуми и е еден вид одговор на оспорувањето на македонскиот идентитет, што директно се одразува на стратешката цел на Република Македонија за рамноправно членство во ЕУ и во НАТО. Во услови на загрозен идентитет, според Георгиевска-Јаковлева, проектот има за цел „преку собирање на меморијата и нејзиното вградување во местото да го ре-креира македонскиот идентитет по пат на конструирање наратив за неговиот континуитет од антиката до денес. Преку стратегиите на примена на одредена политика на меморијата, која е насочена од горе надолу, целта е да се актуелизира идејата за славното и херојското минато на македонскиот народ“ (Георгиевска-Јаковлева, 2015: 56). Проектот, како тема, преку коментари, толкувања, ставови и оценки на научни работници, културни работници, уметници, урбанисти, архитекти, филозофи, политиколози, новинари е присутен и во медиумите, преку текстови кои го форсираат и есенцијалистичкиот и конструктивистичкиот концепт на идентитет. Дел текстови не се согласуваат со реконструкцијата на елементите на македонскиот национален идентитет, го форсираат есенцијалистичкиот концепт на идентитет, дел текстови се во насока на наметнување значења по однос на реконструкцијата на елементите на македонскиот идентитет и го форсираат конструктивистичкиот концепт на идентитет. Тука ќе се задржиме на четири текста во весникот *Дневник* и на два текста во *Утрински весник*, чии ставови се спротивни. Поаѓајќи од тезата дека последниве неколку години, поточно од 2010 година, се случува реконструирање на елементите на македонскиот национален идентитет, при што медиумите имаат една од важните улоги, се претпоставува дека токму овој процес придонесува (особено во иднина ќе придонесе), за редефинирање на културната меморија. Односно, како последица од реконструкцијата на идентитетот ќе се случува редефинирање на културната, колективна меморија, која пополека ќе го напушта концептот 'А, бре Македонче' и ќе го прифаќа концептот 'Над Македонец'. При ова како појдовна точка за размислување е тезата на културолошките студии за идентитетот како културен конструкт, а и за поврзаноста на идентитетот и медиумите, откаде се поставува тезата за идентитетот како медиумски конструкт. Тезата може да се поткрепи со добиените резултати од анализата на медиумските текстови кои како клучен збор го имаат националниот идентитет во период 2010 –2013. во контекст на Проектот „Скопје 2014“. Оттука, методологијата која е употребена за докажување на тезата (која се поткрепува со добиените резултати од анализата на медиумските текстови) е дискурзивна анализа на медиумските текстови во весникот *Дневник* и *Утрински весник*, кои како клучен збор го имаат националниот идентитет во период 2010 –2013 година, во контекст на Проектот „Скопје 2014“.

5. АНАЛИЗА НА ДИСКУРСОТ ЗА ИДЕНТИТЕТ ВО КОНТЕКСТ НА ПРОЕКТОТ „СКОПЈЕ 2014“ ВО ВЕСНИКОТ ДНЕВНИК

Парадигматичен пример кој се спротивставува на наметнувањето нови значења и на реконструкцијата на македонскиот национален идентитет, е текстот на Јасмина Силјановска „Ова е духовна импотентност за сопствена негација“ (<http://dnevnik.com.mk/default.asp?ItemID=081CB0CAD59A1B41B75968A6282C66C>), (2010). Силјановска вели дека „ова може да биде токму на линија на оние што го оспоруваат нашиот културен идентитет, на линија против македонизмот. Само новокомпонирана држава и нација, која немајќи сопствен израз и културен континуитет, мора да посегне по туѓи времиња, изрази и стилови, носталгично враќајќи се кон минати времиња“ (Силјановска, 2010). Силјановска која навидум е застапник на есенцијалистичкиот модел критикувајќи „новокомпонирана држава“, „немање сопствен континуитет“, всушност ја промовира идејата за истакнување на спецификата на македонскиот идентитет. Ваквата бурна реакција на Силјановска е во согласност со нејзиниот став дека промовирањето на Проектот „Скопје 2014“ и неговата реализација предизвикува бурни реакции и прераснува во обвинувања на дел од македонската јавност. Се истакнува ставот дека барањата за стабилизирање на идентитетот, со проектот, се претвораат во процес на разградба на македонскиот идентитет. На ваквата реакција може да се надворзе и размислувањето на еден од најангажираните критичари на Проектот, Никос Чаусидис, кој смета дека преку „непочитување на постојното градителско искуство, Проектот се надворзува на веќе видените тактики на освојувачите на Македонија за уривање на културното наследство, кои претходно изграденото го сметаат за туѓо наследство (кое „запишува“ туѓа меморија) и затоа го разградуваат (Чаусидис 2013:19, цитиран според Георгиевска-Јаковлева, 2014: 56). Разлика, според Чаусидис, сепак постои: идејните творци на „Скопје 2014“ не уриваат, туку применуваат стратегија на „градење на веќе уредени места“, што може да се протолкува како желба за преуредување на меморијата. Неговата теза е: ако креаторите се однесуваат како туѓа власт, тогаш преуредувањето е знак за разградба, а не за стабилизирање на македонскиот идентитет. Според него, *прекумерноста, анахроноста и апсурдноста* се главните одлики на Проектот. Следејќи го текстот на Силјановска, може да се додаде и нејзината забелешка кон Проектот, дека „ориентацијата кон минатото и негувањето на култот на претците, машкото јунаштво и клановскиот менталитет, елементи кои се читаат во Проектот, не говори во прилог на тоа дека станува збор за соодветно избран модел на креирање меморија и идентитет“ (Силјановска, 2010). Силјановска е против рedefинирањето на идентитетот во глобала, но не затоа што тој е вистинскиот, туку затоа што смета дека антиквизацијата ги разделува граѓаните. Значи ја оспорува содржината на новиот идентитет, а не самата конструкција.

Потоа, впечатлив текст кој не го поддржува наметнувањето на нови значења - реконструкцијата на елементите на македонскиот национален идентитет е „Опозицијата се мобилизира контра „Скопје 2014““ (<http://dnevnik.com.mk/ /ItemID=0B73E2BA393B5C4F8CFA3DF285C87ADC&arc=1>). Во текстот се кажува дека „додека партиите од македонскиот блок сметаат дека Проектот за нов изглед на плоштадот Македонија е кич, несоодветен за културните услови на овие простори и премногу скап во услови на тешка економска состојба, албанските партии, покрај овие забелешки, инсистираат и на рамноправна застапеност на споменици и објекти во мултиетничка и мулти конфесионална Македонија“ (Дневник, 2010). Оттука, може да се каже дека од една страна дел од критиките на Проектот се базираат на ставот дека Проектот има лоша естетика, го нагрдува градот, дека е лош плагијат, кич и тн. Се оценува од аспект на „политиката на мртви тела (... која) ја менува темпоралноста поврзана со личноста, носејќи ја во безвременската светост, како икона“ (Verdery, 1999: 5, цитиран според Георгиевска-Јаковлева, 2014: 56). Како такви, тие ја истакнуваат моќта на „преработка на меморија.“ и за нив постојано се преговара. Тие преговори, вклучуваат и отпор кон доминантните системи на моќ. Оттука се и оспорувани. Од друга страна текстот не соочува со сознанието дека несогласувањата со Проектот би можеле да доведат до општествено разградување: „поради предизвикување на интернетнички проблеми, заради чувството на Албанците во РМ за неправична застапеност на спомен обележјата од македонската и албанската историја, од што се извлекува заклучок дека Проектот не го одразува духот на мултиетничката реалност во Македонија и несогласување заради проблеми и на конфесионален план, предизвикани од одлуката да се изгради црква во близина на плоштадот; со аргументација дека на Плоштадот до 1917 постоела цамија“ (Георгиевска-Јаковлева, Култура 2014: 57).

Парадигматичен пример на текст кој е во насока на наметнување на значења по однос реконструкцијата на карактеристиките на македонскиот идентитет, е текстот на Зоран Димитровски „Кар или зијан од Александар“ (<http://dnevnik.com.mk/ /ItemID=1C3F71752FEC194195A73BB354A011B4&arc=1>). Во текстот, авторот вели: „античкиот концепт на идентитетот не е наменет за политичката и општествената елита, туку за потчинетите! Спомениците, со личностите од македонската историја имаат намера да бидат духовна храна на народот“ (Дневник, 2011). Авторот го застапува конструктивистичкото поимање на идентитетот и свесен е дека идентитетот не е фиксирана категорија и дека станува збор за процеси на (ре)конструирање на

националниот идентитет. Тие процеси се поттикнати од барањата на актуелниот политички миг, кои пак бараат да се „влезе“ во јазикот на тие што го негираат македонскиот идентитет. Тоа пак води до поврзување со моментите од историското минато претставени како континуитет, кои, пак, го потврдуваат „славното минато“ на македонскиот народ (со славата на Александар Македонски). Таквото поврзување произлегува од потребата да се конструира непроблематичен идентитет и „тоа по мерилата што него го извлекуваат од митот за потеклото“ (Георгиевска-Јаковлева, Павловски, 2014: 101). Ваквите ставови се надоврзуваат на констатацијата на Желински дека „идентитетите не можат да се конституираат без ангажирање на симболи и митови“ (Zelinsky, 1989: 13). Станува збор за процеси кои не можат да се остварат поинаку, освен како еден вид „диктат“ на оние што имаат моќ тоа да го сторат, односно државните авторитети

Бона Бајрактарова во весникот *Дневник* (2013), во текстот „Колку се толку се, токму се“ зборува за спомениците од „Скопје 2014“ и се сложува со наметнувањето на значења по однос на реконструкцијата на карактеристиките на македонскиот идентитет. Форсирајќи го конструктивистичкиот концепт, Бајрактарова нагласува дека спомениците од Проектот „Скопје 2014“, означуваат акција и облагородување на главниот град, и вели: „Денес прошетката и разгледувањето на плоштадот со новите содржини, се предизвик за граѓаните од целата Република и за странските туристи. Скопје станува вистинска метропола. По долгогодишното затишје во однос на културното оплеменување на градот, 'Скопје 2014' означува акција“ (Бајрактарова, 2013). Бајрактарова како заклучок ја праќа пораката дека доблесното работење вклучува и градење на идентитетот. Тоа е така, зошто „Луѓето креираат „слики на место“ кои стануваат централни во нивниот секојдневен живот и општествените практики. Материјалните места и нивните репрезентации се секогаш идеолошки изјави и го сочинуваат она што Осборн, го нарекува „материјализиран дискурс“ (Осборн, 1997). Или, кажано поедноставно, секоја промена (во случајов транзицијата) предизвикува ре-компонирање на минатото, а тоа пак, може да се материјализира во споменици и архитектура, кои токму затоа што ги ангажираат емоциите, вршат најбрз трансфер на одредена нарација за минато со актуелните потреби на сегашноста. Што ќе се избере од минатото и во каква приказна тоа минато ќе се вообличи, секогаш зависи од целите на одредена идеологија, а моќта таа приказна да се отелотвори ја има политичката елита. Во Проектот „Скопје 2014“ се охрабрува идентификацијата со државата преку нагласување на континуитетот во историското траење. „Еднаш напишав, Политиката е политика. Борбата за власт – легитимна политичка работа, но државата и нејзиниот идентитет се заеднички“, (Бајрактарова, 2013). Судејќи според нејзината рецепцијата, проектот спроведува успешна стратегија која се позиционира во новите не есенцијалистички концепции за идентитетот и меморијата. Може да се заклучи дека, според Бајрактарова, преку т.н. постапка на „инвенција на меморијата“, Проектот „Скопје 2014“ успева во намерата да го ре-конструира македонскиот, најчесто имагиниран како неправедно маргинализиран, идентитет и врз база на еден есенцијалистички наратив за македонските граѓани да обезбеди места за самоидентификација која ќе се базира на задоволство. Задоволството со ваквата идентификација го чини Проектот успешна приказна.

6. АНАЛИЗА НА ДИСКУРСОТ ЗА ИДЕНТИТЕТОТ ВО КОНТЕКСТ НА ПРОЕКТОТ „СКОПЈЕ 2014“ ВО УТРИНСКИ ВЕСНИК

Парадигматичен пример на текст кој се спротивставува на наметнувањето нови значења и на реконструкцијата на македонскиот национален идентитет и го форсира есенцијалистичкиот концепт на идентитет е текстот на Оливера Војновска (2010) „Само Груевски и ВМРО-ДПМНЕ го бранат новиот лик на Скопје - „Скопје 2014“ го дочекаа на нож сите партии од опозицијата“ <http://utrinski.com.mk/default.asp?ItemID=D8899A617078954B80597365DE1E1DDC>. Војновска поаѓа од тезата дека „промовирањето, реализирањето на Проектот „Скопје 2014“, според владеачката партија на најдобар начин ги отсликува вистинските културни и естетски вредности во Македонија, со кој актуелната владејачка структура реши да му даде нов урбанистички лик на главниот град“ (Војновска, 2010). Ако се следи ставот на Војновска и неговиот ефект врз македонската јавност, може да се каже неоспорен е фактот дека пред сè Проектот „Скопје 2014“, предизвика барањата за стабилизирање на идентитетот да се претворат во процес на разградба на македонскиот идентитет со насилно менување на историјата и меморијата на македонскиот народ. Понатаму, Војновска вели: „проектот доби коментари од типот мегаломански, фараонски, фашистички, империјалистички, расипнички, кич, фрустрирачки, националистички, тенденциозен и во насока на поделба на Македонија. Ваков гнев и негативна енергија, не испровоцирал во јавноста ниту еден урбанистички зафат во државата“ (Војновска, 2010). Приклонувајќи се кон Војновска, може уште само да се каже дека намерата едновременно споменично да се реализираат нашата револуционерна борба, нашата поврзаност со антиката и нашата желба за барок е мегаломанска. Гледано низ призмата на рецепцијата на Проектот „Скопје 2014“, Војновска вели: „Партијата на премиерот Никола Груевски е осамена во овој амбициозен проект, кој наиде на жестоки

критики не само кај опозицијата, туку и кај владината ДУИ. 'Ново Скопје' го дочекаа на нож сите опозициски партии и главните партии од албанскиот политички блок: ДУИ, ДПА и Нова демократија. Освен ВМРО-ДПМНЕ, досега не слушнаваме некоја друга партија од портокаловата коалиција „За подобра Македонија“ да излезе и јавно да го поддржи новиот изглед на метрополата“ (Војновска, 2010). Македонските и албанските политички претставници/лидерите на политичките партии на Проектот 'Скопје 2014', гледаат како регресивен, политички памфлет со кој се продлабочуваат етничките поделби меѓу Македонците и Албанците.

Парадигматичен пример за текст, кој се сложува со наметнувањето на значења по однос на реконструкцијата на карактеристиките на македонскиот идентитет и го форсира конструктивистичкиот концепт на идентитет е пренесениот текст (во *Утрински весник*) од Le Temps - Женева, „Менување на македонската историја“ (2012). (<http://utrinski.com.mk/ItemID=43AC5B070BB58A4F8BD024E127F817DD>), автори Жан Арно Дересе и Лоран Геслин. Во воведниот дел на текстот авторите велат: „Република Македонија и официјално е кандидатка за членство во ЕУ уште од декември 2005 година, но процесот на интеграција е блокиран поради конфликтот со Грција. Атина одбива да и' се дозволи на земјата да го носи името „Македонија“ што го смета за 'интегрален дел од своето хеленистичко наследство'. Република Македонија е запрена на прагот на ЕУ, но и на НАТО, додека соседот Бугарија се' уште ги смета своите „македонски роднини“ како „западни Бугари“ (Дересе и Геслин, 2012). Ако се следи кажувањето на Дересе и Геслин, може да се констатира дека Македонија е мала земја со кревок идентитет заглавена во срцето на Балканот и се' уште оспорувана од своите соседи. Во такви услови за да го сврти вниманието од блокираните интеграции во ЕУ и во НАТО во согласност со сè погласните барања на јавноста, државната елита и партијата на власт ВМРО – ДПМНЕ, да се надмине т.н. „кризата на идентитетот“ го промовираше Проектот „Скопје 2014“, односно според авторите „измисли 'национална легенда' од нула, која има за цел да ги увери Македонците во нивниот идентитет“ (Дересе и Геслин, 2012). Заради Проектот „Скопје 2014“ владеачката десничарска структура од страна на опозицијата беше обвинета за антиквизација на македонскиот национален идентитет. Во Le Temps, Паско Кузман еден од главните поттикнувачи на Проектот „Скопје 2014“, ќе изјави: „обвинет сум дека јас сум виновникот за антиквизација на Македонија, што не е вистина. Наша цел е да се покаже историскиот континуитет на нашата земја“ (*Утрински весник*, 2012.). Ако се следи кажувањето на Кузман, може да се констатира дека преку Проектот „Скопје 2014“ би требало да се создаде слика за минатото, со која Македонците ќе сакаат да се идентификуваат, т.е. слика која ќе биде посакувана за консумирање и ќе обезбеди општествена кохезија, единствена колективна меморија, а со тоа и стабилен идентитет, односно со Проектот „Скопје 2014“ се охрабрува идентификацијата со државата преку нагласување на континуитетот во историското траење. Така за идните генерации би требало да се создаде заедничка меморија и идентитет кои се базираат на победничката лоза на Александар Македонски. Од друга страна пак втората изјава на Паско Кузман дека: „на плоштадот „Македонија“ наскоро ќе биде поставена огромна статуа на Мајка Тереза, повисока дури и од Александар. Светицата е родена во мала католичка албанска заедница во Скопје“ (*Утрински весник*, 2012.14.08.2012), го отфрла ризикот за навреда на албанското малцинство, и дозволува да се констатира дека Проектот „Скопје 2014“, меѓу другото го одразува и духот на мултиетничката реалност во Македонија.

ЗАКЛУЧОК

Од анализата на текстовите во печатените медиуми *Дневник* и *Утрински весник* (2010-2013 година), низ кои се репрезентира Проектот „Скопје 2014“ може да се заклучи дека, преку медиумите се пренесуваат пораките со кои на јавноста треба да ѝ се презентираат елементите/идентификаторите, кои треба да се додадат на веќе воспоставениот македонски национален идентитет. А тоа се: „Македонија е голема нација“, „Македонија има историски континуитет“, „Македонија има антички корени“, „Македонија има моќ, гордост, историја, славно минато и големи херои!“, „Македонскиот народ е поврзан со својата религија“. Оттука, се наметнува тезата дека со овој проект се промовира концептот 'Над Македонец', (синдромот) на победнички македонски идентитет, а се напушта концептот 'А бре Македонче' (стереотипот) на губитнички (турското ропство, потчинетост) македонски идентитет. Медиумите реагираат на начин соодветен на официјалната политика, и во согласност со официјалната политика, помагаат во (ре)конструирањето на новиот идентитет – популарно наречен антички. Проектот „Скопје 2014“ има за цел да ја потврди тезата за историјата и легитимитетот, односно да потврди дека „да се има историја, значи да се има легитимно постоење“; да потврди дека градењето на споменици со ликови од македонската историја го потсетуваат македонскиот народ дека има историски континуитет; дека триумфалната капија е триумфот на македонскиот народ – за независна држава; лавовите – симболи на македонштината и надмоќта; црквите симболи на истрајноста и неколебливоста на народот во својата

определба и традиционална поврзаност со православната вера. Дискурзивната анализа на медиумските текстови, начелно потврди дека Проектот „Скопје 2014“ е проект за идентитет; за напуштање на концептот „А бре Македонче“, и за промоција на концептот „Над Македонец“, што реферира на констатацијата дека го живееме и прифаќаме синдромот на 'Над Македонецот', наспроти концептот 'А бре Македонче'. Оттука, може се заклучи дека прифаќањето и живеењето на синдромот на победнички идентитет на македонскиот народ, ќе ја рedefинира националната културна меморија, која полека, но сигурно ќе го напушта стереотипот на губитнички, а ќе го прифаќа синдромот на победнички македонски идентитет. Елементите/идентификаторите (кои се подложни на реконструкција) на македонскиот национален идентитет и понатаму се и ќе претставуваат теми за дебата. Нивното менување, надополнување, конструирање, реконструирање или деконструирање, секогаш е отворено, како и на идентитетот. Постојаното преговарање со наметнатите, стекнатите вредности, слики, претстави и значења ќе одлучува кои митови ќе бидат прифатени, а кои ќе бидат отфрлени, секако за добробит и благосостојба на македонскиот народ.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Adorno, T. „Prolog zum Fernsehen“, во *Neun kritische Modelle*. Main, Frankfurt, 1963.
- [2] Barker, K. *The Sage Dictionary of Cultural Studies*. London, Sage, 2004..
- [3] Bennett, T. Grossberg, L. and Morris, M. *Culture and Society*. USA, Blackwell Publishing Ltd, 2005.
- [4] Durham, M.G. and Kellner, D. *Media and cultural studies*. Oxford, Blackwell Publishing Ltd, 2006.
- [5] Lewis, J. *Cultural studies: the basics*. Los Angeles, Sage Publications, 2008.
- [6] Želinsky, W. *The Shifting Symbolic Foundations of American Nationalism*. Chapel Hill: Uni, 1988.
- [7] Бодријар, Ж. *Симулакруми и симулација*. Скопје, Магор 1981.
- [8] Георгиевска-Јаковлева, Л. „Проектот „Скопје 2014“ помеѓу општествената кохезија и општествената разградба“, во: Култура, бр. 8, Скопје, МИ-АН, 2014.
- [9] Чаусидис, Н. *Проектот Скопје 2014-скица за едно наредно истражување*, 2013. (<http://www.academia.edu>), (пристапено 11.11.2014)
- [10] Утрински весник, Оливера Војновска: Само Груевски и ВМРО-ДПМНЕ го бранат новиот лик на Скопје-„Скопје 2014“ го дочекаа на нож сите партии од опозицијата, 07.02.2010. <http://utrinski.com.mk/default.asp?ItemID=D8899A617078954B80597365DE1E1DDC>
- [11] Дневник. Опозицијата се мобилизира контра „Скопје 2014“, 09.02.2010. <http://dnevnik.com.mk/?itemID=0B73E2BA393B5C4F8CFA3DF285C87ADC&arc=1>
- [12] Дневник. Разговор со Јасмина Силјановска: Ова е духовна импотентност за сопствена негација, 09.02.2010, <http://www.dnevnik.com.mk/default.asp?ItemID=081CB0CAD59A1B41B75968A6282C66CC>
- [13] Дневник., Зоран Димитровски, Кар или зијан од Александар?, 24.06.2011. <http://dnevnik.com.mk/?itemID=1C3F71752FEC194195A73BB354A011B4&arc=1>
- [14] Утрински весник.. Пренесен текст од Le Temps-Женева, автори Жан Арно Деренсе и Лоран Геслин, Менување на македонската историја, 14.08.2012. <http://www.utrinski.com.mk/?ItemID=43AC5B070BB58A4F8BD024E127F817DD>