

КАНДИДАТ ЗА ПРЕТСЕДАТЕЛ И ПОЛИТИЧКА  
КУЛТУРА

Овој текст нуди интерпретација на четири промотивни видеа дел од претседателските кампањи на кандидатите Стево Пендаровски и Гордана Силјановска-Давкова, по две од кампањите на двајцата кандидати за претседател на Република Македонија. Целта е преку анализа на содржината на промотивните видеа да се идентификуваат експлицитните, неексплицитните, намерните и ненемарните пораки кои видео наративите ги комуницираат. Анализата на видео материјалот комбинира опис на визуелниот наратив со аналитички коментар базиран на квалитативно читање на текстот. Со оглед на тоа дека избраниот материјал претставува вештачки изолиран дел од целокупната кампања, анализата не може да понуди сеопфатно, контекстуално широко толкување на некусот кампањски текстови и активности. Наместо тоа, анализата е студија на случај спроведена на четири примероци од рекламните пораки на двајцата кандидати. Со цел да биде подостапна за сите, анализата е пренесена на што е можно поразбирлив јазик, лишен од стручна терминологија и потреба од експертско знаење. Појдовна точка на анализата е претпоставката дека изборната визија и ветувања од една страна и критиката, или нападот кон противникот од друга страна се конститутивен на јавниот кампањски дијалог.

 ПРОМОТИВНИ ВИДЕА НА КАНДИДАТОТ  
СТЕВО ПЕНДАРОВСКИ

Првото видео<sup>1</sup> претставува серија одговори на прашањето „Зошто ќе гласам за Стево“ дадени од страна на седуммина млади луѓе на возраст од 20 до 25 години, возраст која означува поглед кон - и во случајот верба во - иднината предводена од кандидатот Пендаровски. Дел од одговорите индиректно ги претставуваат придобивките од потенцијално претседателствување на Пендаровски како што се: стабилна и безбедна држава, сигурна иднина, крај на поделби, просперитет во сопствената земја и еднакви можности. Редоследот на овие придобивки/цели и нивната поврзаност

<sup>1</sup> „Не смеаме да се коцкаме со иднината на нашите млади“, достапно на: <https://www.facebook.com/watch/?v=310756403169871>

со одлуката да се гласа за Стево Пендаровски е таква што самите придобивки се ставени во преден план: имено, во редоследна смисла, прво се искажани придобивките, а дури потоа следи објасување како тие се можни. Ова е апофатички тон – проглас дека така ќе е – а дури потоа се прашуваме за нивната реалистичност. Всушност, аргументот е кружен: ако гласате за Стево, целта ќе биде постигната. На пример: „Млад сум и не сакам да се коцкам со својата иднина, затоа ќе гласам за Стево Пендаровски“. Вака кажано, желбата за сигурна иднина е ставена во прв план а кандидатот Стево Пендаровски е „само инструмент“ на исполнување на такавата желба. Интересно, лидерството на Пендаровски значи подобра и посигурна иднина во земјата, или како што вели еден од нараторите „сакам да останам дома со своето семејство“, но истовремено и иднина со европски квалитет, или како вели последниот наратор „за еднакви можности како нашите европски врстници“.

Второто промотивно видео<sup>2</sup> е серија на директни обраќања на неколкумина наратори - претставници на неколку различни групи на македонски граѓани на возраст од 18 до 60+, разногласие кое укажува на целната возрастна група на кандидатот.

Наративот започнува со потенцирање на настанот - избор на претседател и неговата исклучителна важност со тоа што прво се споменува период на кој тој се случува, „секои пет години“ како вели еден од нараторите, а потоа тој период, а со тоа и важноста на настанот дополнително се потенцираат прво со фразата „еднаш на пет години“ и потоа преку повторното потврдување, и гласовно нагласување преку исказот „ДА на ПЕТ“. На секои пет години наративот продолжува „ТИ имаш шанса да избереш претседател ....да го дадеш својот глас за европска иднина“. Сè до овој сегмент наративот претставува мотивациско обраќање кон сè уште неидентификувана публика. Пресвртот следи после претставувањето на втората алтернатива, која не е гласање туку апстиненција од гласање, за која наративот вели дека негласањето и неискористувањето на можноста да се даде гласот ќе резултира со тоа што негласачите ќе останат дома и и во следните пет години ќе бидат политички пасивни преку пишување статуси и постирање видеа, жалење дека е тешко и безнадежно. Она што е предизвик да се разбере е идејата дека оној кој нема да излезе на гласање ќе слуша тешки драматични и емотивни музики. Ваквата сугестија се чини како да сака да каже „негласањето ќе резултира со депресија и чувство на очај“, а водно имплицира дека за таа состојба сами-

<sup>2</sup> „ На 21 април - Излези и гласај!“ достапно на: <https://www.facebook.com/watch/?v=648025335651478>

те (не)гласачи ќе бидат одговорни. Со оглед на тоа дека атрибутите „тешки“, „драматични“ и емотивни“ може да се припишат на различни типови музика и музичка публика, тешко е да се открие на која публика се однесува оваа порака, како и кое е нејзиното значење. Она што е поизвесно е дека претседателските избори на начинот на кој тие се претставени во промотивното видео, го ставаат избирачот пред две опции, да излезе и да придонесе за европска иднина (индиректно алудирајќи на тоа да го даде гласот за Пендаровски) или да не излезе и остане политички пасивен. Од една страна, ваквиот став којшто го тера гледачот да излезе и гласа по секоја цена со тоа што го соочува со низа негативни последици од негласањето (чувства на безизлезност и безнадежност) има за цел да создаде чувство на вина и одговорност кај (не)гласачите и на тој начин да ги поттикне на излезност. Од друга страна, ставот не зема предвид дека изборна апстиненција е легитимно право на граѓанинот, а политичката летаргија може да биде резултат на чувството на граѓанинот дека ниеден кандидат не ги застапува неговите/нејзините интереси.

Затоа што гласањето е политички моќен фактор, наративот го поставува прашањето **„Ајде размисли сериозно дали дента ќе игнорираш, ќе се противиш и ќе бојкотираш, дали ќе се одлучиш да не правиш ништо и дали ќе дозволиш тоа твое ништо да нè однесе во нови блокади?“**

Она што претходниот апел „излези и гласај“ само имплицитно го најавува, овој исказ јасно го артикулира. Јасно е дека видеото сака да ги мотивира или во случајов испровоцира граѓаните кои немаат намера да излезат на гласање да го сторат тоа, но истото го прави на навредлив начин. Провокативното прашање ја претставува изборната апстиненција („тоа твое ништо“) како причина за политички блокади. Префрлањето на политичкиот безизлез, како одговорност, па дури и вина, на грбот на изборните апстиненти, кои според официјалните извори се најмалку 58% од граѓаните со право на глас е лоша мотивациона стратегија затоа што го обвинува (не)гласачкото мнозинство за политичките проблеми. Иако верувам дека целта на видеото е мотивирање на индиферентното политичко тело, ефектот е обвинување на истото за политичките кризи во државата. Кога на овој политички ризичен чекор, ќе му се додаде фактот дека видеото завршува со индиректна дискредитација на сегашниот претседател Иванов, претставен метонимски преку саксијата фикус (популарен пејоративен назив за Иванов) како и фактот дека во видеото се појавуваат припадници само на македонскиот етникум иако главната порака гласи „Заедно напред“, пораките во видеото може да

се оквалификуваат како провокативно-навредливи и неумесно артикулирани.

## ПРОМОТИВНИ ВИДЕА НА КАНДИДАТОТ ГОРДАНА СИЛЈАНОВСКА-ДАВКОВА

Едно од двете промотивни видеа кои ја претставуваат кандидатката Силјановска<sup>3</sup> е серија на визуелизации на (одглумен) емотивен израз на разочараност присутен кај демографски различна група граѓани (различна возраст, фамилијарна припадност, професија, итн.) имплицитно поврзан со неправдата како негова причина. Разочараноста, вербалниот наратив објаснува неколкукратно е резултат на политичкото лошо владеење на Социјал Демократскиот Сојуз. Низ серија на вињети, видеото пренесува неколку форми на неправда и разочараност како: намалување на пензии, загаден воздух, вакцини без квалитет, ниска плата (под петстотини евра), високи сметки, даноци, желба за иселување и неможност за вработување и најголемата неправда „продавање на Македонија и непочитување на нејзините државотворни вредности како АСНОМ, Ченто, Панко итн. Наративот завршува со објаснување за причината за неправдата и чувството на изневереност и разочараност кај граѓаните, а тоа е гласот за „нив“, при што дел од претходно наброените неправди укажуваат дека станува збор за политичкиот противник - СДСМ. По ова следува имплицитен повик кон граѓаните да не гласаат повторно за противникот или како вели наративот „време е и тие [гласачите] да ги разочараат оние кои ги излажаа...време е за правда за Македонија“.

Така, целиот наратив е во извесна смисла ода на неправдата предизвикана од неправедното владеење на политичкиот противник или со други зборови **серија на обвинувања на сметка на неморалниот, нечесниот карактер на противникот**. Содржината на обвинувањата во голема мера се поклопува со веќе постоечките обвинувања насочени кон СДСМ од страна на ВМРО и тоа особено со обвинувањето за националното предавство или како вели видеото- најголемата неправда. Она што до некаде зачудува е што ова критичко гледиште е насочено кон внатрешнополитичките состојби, а не надворешно политичките кои би спаѓале во доменот на делување на претседателот на Републиката.

На сличен, политичко антагонистички начин е структурирано и второто видео на кандидатката Силјановска-Давкова<sup>4</sup> - предмет на оваа

<sup>3</sup> „Правда за Македонија“, достапно на: <https://www.facebook.com/watch/?v=427570528010084>.

<sup>4</sup> „Фризерица“, достапно на <https://www.facebook.com/watch/?v=2275367376059095>.

анализа. Видеото е политизирана пародија на сцена од фризерница, во кое муштеријата (гласачот) е неодлучен за кој фризер (кандидат) да се одлучи. Фризерот, чиј машки род неминовно упатува на кандидатот Пендаровски е претставен како самозаљубен и помалку арогантен („јас сè знам да правам“, „газиме“, „пуна контрола имаме“, „ја најбоље фарбам“) скопски кажано „ушљивен“ („у сите шеми сум“), карактер кој е недвосмислено поврзан со СДСМ преку референците на промена на името на дуќанот (државата) и блиските врски со СЈО. Од друга страна, фризерката (кандидатка) се претставува повикувајќи се на сопствените вештини, знаења, резултат, став кон политичкото прашање на идентитетот. Значајна разлика меѓу двајцата фризери-кандидати е јазикот со кој се служат. Фризерот зборува скопски (србизми како „у“, „најбоље“, „пуна“) но со видлива несигурност и повторливост на говорни, колоквијални изрази („абе“), додека фризерката говори литературен јазик (акцентски целисти на изрази како „за мене“) и дава кратки не dvojствени одговори кои оддаваат сигурност. Ова ја манифестира црно-белата структура на политичката дихотомија „јас добриот/способен/искрен, ти лошиот/неспособен/неморален“ типична за политичката конфронтација, сè поприсутна во јавниот дијалог. Конкретно, оваа драма создава слика на контраст меѓу кандидат кој збори одмерено и сигурно, наспрема кандидат - градски фалбаџија, арогантен лик кој се служи со закани... На крај муштеријата се одлучува да седне на фризерското столче кај кандидатот, но резултатот е страшен и неприфатлив, по што муштеријата ја менува одлуката, седнува на столчето кај кандидатката, а резултатот е успокојувачки и задоволувачки. Контрастот на ефектите од изборот е засилен и со музичката позадина. Првото „шишање“ е придружено со Бетовеновата 5-та симфонија, чија музичка структура алудира на чувството на конфликт и нестабилност, неизвесност, за разлика од што второто „шишање“ е пропратено со Бетовеновата Ода на радоста, која е химна на обединета Европа и која алудира на победа. На овој начин, црно белата слика на способната кандидатка и неспособниот кандидат е предадена на драматуршки, наративен и музички план.

Иако ова е само мал дел од нексусот кампањски пораки, може да се увиди дека политичкото претставување на овие два кандидати е само делумно базирано на политичката визија на кандидатот во улога на иден претседател и градење на сопствениот кредибилитет, а многу повеќе на освојувањето на неодлучниот електорат преку негово обвинување или омаловажување кое се состои во неговата инфантилизација (пораките се преупростени, клиширани и, со тоа, потценувачки). Многу побитно

е што овие четири текста се индикативни за јавната политичка комуникација базирана на конфликт и поларизација меѓу политичките противници. Се чини дека контекстот на таа конфронтација, без разлика дали станува збор за локални, парламентарни и/или претседателски избори, не влијае на содржините на пораките. Во прв план доаѓаат стратегиите на заплашување и негативни последици (ако не излезеш да гласаш тогаш, ако гласаш за противникот тогаш) и отворено меѓусебно обвинување дури и исмевање. На овој начин, гласачот е постојано затворен во еден маџепсан и сè поголем јаз на меѓусебна нетолеранција и напад, во еден црно бел свет на „ние-добрите“ и „тие лошите“. И наместо да му се понудат културно аргументирани решенија за секојдневните проблеми, на гласачот му се нуди крвав боксерски спектакл кој на крајот ќе биде платен од неговиот џеб. Како и да е, политичката комуникација и култура заснована на конфликт и поларизација не може да биде никаква платформа за политички и општествен напредок.