

Рedefинирање на културната меморија на националниот идентитет - а бре, Македонче vs Über Macedonische

Наташа Илиевска-Таневски
Центар за култура и културолошки студии

Апстракт: Македонскиот национален идентитет во моментов доживува реконструирање на неговите карактеристики. Провирањето на концептот „Über Macedonische“, а напуштање на концептот „А бре, Македонче“, е еден од основните приоритети на владејачката 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. Целта е: подигање на македонската национална свест, зацврстување на чувството за припадност и на историскиот континуитет, гордост, успех, зацврстување на чувството на самопочит, а напуштање на стереотипот за македонска инфериорност, комплексот „на пониска вредност“, потчинетост и понизност во балкански и европски контекст.

Процесот на рedefинирање на културната меморија на еден национален ентитет, најголемите ефекти се очекува да ги има можеби не сега веднаш – иако последиците веќе се чувствуваат, туку во моделирањето на културната меморија кај младите. Текстот

има за цел да ги испита начините и методите на медиумите со кои се врши реконструкција на некои карактеристики на националниот идентитет, а со тоа рedefинирање на културната меморија.

Клучни зборови: идентитет, медиуми, културна меморија, рedefинирање, Скопје 2014

ВОВЕД

Текстот под наслов „Рedefинирање на културната меморија на националниот идентитет „А, бре Македонче“ vs „Über Macedonische“ ќе спротивстави две, општествено, колективно наметнати карактеристики на македонскиот национален идентитет: првиот *А, бре Македонче* – комплексот на пониска вредност и инфериорност во балкански и европски контекст како стереотип за македонскиот народ и вториот *Über Macedonische* – или Над Македонецот – концепт за национална гордост,

храброст, зацврстување на чувството на припадност, историски континуитет, гордост, успех, зацврстување на чувството на самопочит, конструирање на чувство на Македонците како потомци на славен народ, преку конструирање на голема нација која корените ги наоѓа во Александар Македонски.

ТЕЗИ

Трудот поаѓа од тезата дека последниве неколку години, почнувајќи од 2008, а можеби многу појасно од 2010 година, се случува *реконструирање на карактеристиките на македонскиот национален идентитет, при што медиумите имаат една од важните улоги*. Притоа, доколку ја прифатиме оваа теза, се наметнува претпоставката дека токму овој процес придонесува, а 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 инфериорниот национален концепт и ќе го прифаќа концептот за Над Македонецот.

Сегментите кои ќе се опфатат за разработка на тезата се: *идентитет* – (како менлива категорија и како културен конструкт), *медиуми* – (спротивставување на две теориски гледишта), *конструкција или реконструкција на националниот идентитет* (и неговите карактеристики) и *односот медиуми – идентитет*, (со анализа на македонските медиумски флукуации по прашањето на македонскиот национален идентитет или како медиумите „реагираат“ на идентитетот и како ги прифаќаат

или рушат големите митови создадени околу идентитетот).

Како појдовна точка за размислување е земена компаративната позиција на културолошките студии која вели дека „значењето се формира надвор од релацијата текст-читач, и дека различни теоретичари ја нагласуваат или моќта на текстот да пренесе (наметне) значење или пак моќта на публиката да креира значење“ (Lewis, 2008:276).

Текстот/пораката и читателот/публиката се во постојан и непрекинат систем на односи и преговарања и имаат за цел постојано надмудрување, истакнување на сопствените вистини, наметнување на своите значења. Медиумите, како општествени монитори на секојдневните случувања, ја имаат базичната улога во оваа релација текст – читател – контекст и затоа методологијата која е употребена за докажување на оваа теза е токму во сферата на анализа на медиумските објави, изјави, текстови, интервјуа на тема *национален идентитет* во контекст на проектот „Скопје 2014“ – кој е актуелен и најзначаен во однос на ова прашање.

ИДЕНТИТЕТ

Кои се теориските аспекти кои се разгледуваат во однос на идентитетот? Иако многу теоретичари го дефинираат идентитетот, во основа за анализа за ова истражување се издвоени две спротивставени гледишта: *првото*, кое е широко прифатено и доминантно, е дека идентитетот е природен и вечен квалитет, а *второто* дека идентитетот е културен конструкт.

Во современите општества сè уште доминира првата, есенцијалистичката теза според која иден-

титетот и посебноста на еден човек или група е израз на некоја внатрешна суштината. (Bennett, 2005: 173)

Но, за културолошките студии, втората теза е поприватлива, и вели дека идентитетот е културна конструкција, бидејќи дискурзивните ресурси кои формираат материјал за обликување на идентитетот имаат културен карактер. (Barker, 2004:93) Секако, тоа произлегува од анти-репрезентациската теорија која тврди дека секое знаење е условено од јазикот и од начинот на кој јазикот ја обликува стварноста. Идентитетот, како што нагласуваат културолошките студии „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).

Но дали потребата од идентитет е надмината категорија? Хол во својата статија *Кому воопшто му треба идентитет?* ќе праша и ќе одговори дека „идентитетот како концепт од страна на деконструктивистичката критика беше разрушен, но заради немањето друг концепт, идеја, тој како таков останува во функција, односно се употребува иако не во неговата „оригинална и нереконструирана форма“, туку во неговата деконструирана форма“. (Hall, 1996:1)

Иако теоријата на културолошките студии го преиспитува концептот на идентитетот, во практичниот живот потребата за идентитет е прашање за кое постојано се дебатира и кое претставува особено важно општествено, политичко, историско

и егзистенцијално прашање (каков што е случајот со македонската држава).

МЕДИУМИ

Во однос на медиумите и теорискиот пристап кон нив, за почеток ги определуваме медиумите согласно нивната општа класификација и тоа: печатените како медиуми на модерната, електронските медиуми кои го претставуваат преминот меѓу модерната и постмодерната и социјалните 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.

Овие нови/социјални медиуми излегуваат од класичната шема *субјект-канал-објект*, при што овде субјектот станува и порака и цел на комуникацијата, но и субјект на дејството. Субјектот креира содржини, информации и значења, дава мислења и идеи, одобрува или негира постапки, поттикнува акции.

Влијанието на медиумите е големо. Како еден од интересните и екстремни примери е Баумгартнер кога скокна, или ни прикажаа дека скокна, од стратосферата. Притоа, тој беше пренесуван од Јутјуб, а од гледаноста комерцијалниот субјект доби 6 милијарди долари за само 2,30 часа емитување.

Колку е големо влијанието на медиумите би можело да се потврди и со тезата на Бекон дека „Знаењето е моќ“ (ние би додале: знаењето е инструмент на моќта). Фуко ги поистоветува

поимите и вели дека едното го произведува другото и обратно. Тој вели дека „моќта е во директна зависност со производството на знаење, што се однесува на конструирање и создавање на визии кои, во даден момент, добиваат статус на вистини“. (Фуко,1982:90) Од ова се наметнува или произлегува релацијата (знаење = информација = промоција = рекламирање ADV/и односи со јавност PR). Информацијата значи бизнис – финансиски и политички прегрупирања на глобално ниво.

Кај медиумите, пак, исто како и кај идентитетот, се споредени две спротивставени теориски пристапи.

Од една страна ги поставуваме Алтисер, Грамши, Франкфуртската школа и Бодријар, а од друга страна 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)

Хоркхајмер и Адорно тврдат дека „системот на културна продукција е контролиран од реклами и комерцијални императиви, и служи (сервилен е) на системот на потрошувачкиот капитализам“. (Durham, 2006:5) За Франкфуртската школа публиката е пасивна, а гигантските корпорации/ системи ја имаат преземено јавната сфера и ја трансформираат од сфера на рационална дебата во сфера на манипулативна потрошувачка и пасивност. Со медиумите, преку поимот симулација/симулакрум особено се занимава Бодријар. Тој ја поставува тезата дека медиумите, особено телевизијата, ни ја

претставуваат сопствената симулација како стварност, односно дека медиумите стварноста ја претвораат во симулакрум. (Бодријар,1981).

Наспроти овие тези за наметнување на значења врз публиката, се тезите на современите културолошки студии каде публиката не е пасивен конзумент на културните/медиумски производи, туку таа е онаа која одредува (нејзината моќ на допаѓање, нејзината потреба) каков културен/медиумски производ треба да се пласира на пазарот.

Смит ја посочува „силата на публиката“. „Публиката не е само група на луѓе кои гледаат телевизија и пасивно ја примаат медиумската порака. Туку, публиката е во интеракција со текстот и се ангажира во креирањето и ширењето на значења“. (Lewis, 2008:250)

Според оваа културолошка теорија „медиумските текстови се посебна категорија на капиталистички продукти, и секако текстови“. (Lewis, 2008:251)

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)

Анг, пак, „создавањето значења го става во релација на троен однос: публика-текст-контекст. Публиката, на тој начин, е сместена во своите „читања“ не само со текстот и неговите кодови (моделот на кодирање/ декодирање), туку исто така и со институциите, политиката и цела низа на комплексни и интерактивни социо-културни елементи“. (Lewis, 2008:280)

ИДЕНТИТЕТОТ-МЕДИУМСКИ КОНСТРУКТ?

За да се образложи тезата за реконструкцијата на карактеристиките на македонскиот национален идентитет, за почеток го позиционираме македонскиот национален идентитет во историски и современ контекст:

- крај на 19 век - националната свест се формира кон крајот на 19 век, а се кристализира на почетокот на 20 век;
- од 1913 – 1944 година – дефиниран македонски национален идентитет, но постојано под закана;
- од 1944 до 1990 година – македонскиот и југословенскиот идентитет во блиска, братска релација;
- по 1992 година - криза на идентитетот (пред сè заради негирањата од страна на Грција, Бугарија, Србија);
- по 2001 година – конфликтот и потпишување на Рамковниот договор;
- март 2008 година – НАТО Самит во Букурешт – Македонија не успева да добие НАТО интеграција; и
- по 2010-а – „ненамерна“ употреба на терминот славномакедонци од различни политички, дипломатски структури - ЕУ претставници!

Потоа ги издвојуваме следниве потенцијални карактеристики, идентификатори на македонскиот национален идентитет и ги ставаме во бинарни опозиции:

- антички примеси на словенското потекло vs словенски корени;

- славно и херојско минато vs минато обременето со предизвици и нерешено „македонско прашање“;
- општество со национален, етнички предзнак vs граѓанско општество;
- сè поголема инволвираност на црквата во општествените и политичките прашања на државата vs секуларна држава;
- македонска национална гордост vs развиено чувство на инфериорност, комплекс „на пониска вредност“, потчинетост, понизност во контекст на народите од поранешните Ју републики кое чувство продолжило и надвор од Ју заедницата, во балкански и европски контекст и
- концептот „А, бре Македонче“ vs концептот „Über Macedonische“.

За овие наведени позиции на идентитетот во моментот се преговара и можно е да постојат нивни поместувања токму заради процесот на потенцијалната реконструкција на македонскиот национален идентитет.

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 (Енциклопедијата на МАНУ – беше повлечена заради грешки) и
- односот кон иселениците од македонско етничко потекло.

Прифаќајќи ја тезата на културолошките студии за идентитетот како културен конструкт и правејќи мала измена во контекст на поврзаноста на идентитетот и медиумите, ја поставуваме тезата за *идентитетот како медиумски конструкт*.

Притоа, оваа теза можеме да ја поткрепиме со добиените резултати од анализата на медиумските објави кои како клучен збор го имаат националниот идентитет во период 2010 – 2012 година. Како дел од анализата сакавме да утврдиме дали резултатите ќе покажат дека моќта за креирање значења (нови и различни) кај консументите е поголема во однос на моќта која ја има медиумскиот продукт и дали претставените значења ќе бидат во вид на прифаќање или неприфаќање на „симболична вредност“ која е наметната врз публиката.

РЕЗУЛТАТИ

Еве дел од изјавите кои беа пренесени во медиумите, а кои се во насока на наметнување значења по однос на реконструкција на карактеристиките на македонскиот идентитет:

- Архитектот Живковски вели „Современата архитектура е бришење на националниот идентитет. Плоштадот треба да има содржини кои ќе го афирмираат нашето наследство кое долго време се негирало“. (Вест, 11.02 2010).
- За професорката Шелева постои опасност од редукција на идентитетот. За неа сегашниот плоштад изгледа како еден симболички вакуум. (Макфакс, 11.02. 2010)
- Митрополитот Наум ќе објасни дека секој народ има своја главна идентификациска идеја врз основа на која го гради својот идентитет. Македонскиот идентитет е нераскинливо поврзан со Александар и античка Македонија и со овој идентитет оди и идентификацискиот споменик. (Вечер, 23.06.2011).
- Според новинарот Димитровски, „античкиот концепт на идентитетот не е наменет за политичката и општествената елита, тука за потчинетите! Спомениците, со личностите од македонската историја имаат намера да бидат духовна храна за народот“. (Дневник, 24.06. 2011).
- На порталот Курир, се дава објаснување за поставувањето на спомениците лавови на мостот Гоце Делчев: „Лавот е симболот на македонската воена сила и надмоќ. Лавот е неделив елемент од културата и идентитетот на Македонија. На постаментите, на кој гордо стојат лавовите, има релјефи со мотиви од ајдутството и комитството“. (Курир, 08.07. 2011)
- Професорот Сламков ги образложува причините за проектот „Скопје 2014“: „причините се во јакнењето на идентитетот, самоидентификација. Целта е денешниот Македонец да сфати дека е посебен народ. А за да се спроведат преговори што ви го допираат идентитетот потребно е да имате кристално цврста позиција за идентитетот, најпрво дома, а потоа да излезете и надвор во преговорите“. (Курир, 11.07 2012)
- Министерот Ставревски за *Њујорк Тајмс* ќе изјави „Тоа е повеќе обновување на нашиот

идентитет. Ние се обидуваме повторно да го создадеме идентитетот бидејќи тој беше загубен за време на комунизмот“. (Утрински Весник, пренесено 14.10.2011)

Наспроти овие изјави кои беа во функција на поддршка на реконструкцијата на карактеристиките на македонскиот национален идентитет, во медиумите се најдоа реакциите и на оние кои не се согласуваа со овој концепт:

Јасмина Силјановска, за *Дневник* ќе каже „Ова може да биде токму на линија на оние што го оспоруваат нашиот културен идентитет, на линија на антимакедонизмот. 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“. (Дневник, 09.02 2010)

- Плоштад Слобода протестираа на градскиот плоштад со графитите: „Не силувајте го Скопје!“, "Прекинете!". (Вест, 05.02 2010)
- Претседателот на Нова Социјалдемократската партија, Тито Петковски ќе изјави „Пораката до надвор ќе биде, ако се суди според културата на живеењето на Скопје и според она што имаат намера да го направат со фасадите, дека ние сè уште имаме проблем со идентитетот. Тоа ќе биде главната порака“. (Нетпрес, 08.02.2010).
- За *Wall Street Journal*, „проектот Скопје 2014 претставува јакнење на националната гордост на земјата, но предизвикува и културни и политички контроверзи“. (МТВ, пренесено, 19.05 2011)

- За *Дојче Веле* на бугарски, „со помпезни споменици Македонија се обидува да ја ‘обнови нацијата’ и да и даде поголема самодоверба. Самата ‘претстава’ ‘Скопје 2014’ всушност претставува обид за буквализирање на идејата за ‘градење на нацијата’“. (Нетпрес, пренесено, 24.07.2012)

- „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“. (Утрински весник, 07.02 2010)

- „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 мултиконфесионална Македонија“ (Дневник, 09.02 2010).

Заради проектот „Скопје 2014“, владејачката десничарска структура од страна на опозицијата беше обвинета за „антиквизација“ на македонскиот национален идентитет.

- И премиерот Груевски негираше дека со проектот се врши антиквизација: „Во Македонија нема антиквизација. Посоодветен израз е словенизација“. (МТВ, 14.01. 2011)

Во *Ле Темс*, Паско Кузман ќе рече „обвинет сум дека сум виновникот за ‘антиквизација’ на Македо-

нија, што не е вистина. Наша цел е да се покаже историскиот континуитет на нашата земја“. (Утрински весник, пренесено, 14.08. 2012).

Прифаќајќи го ова - дека не постои антиквизација, се наметнува тезата дали со овој проект се промовира „Големата нација“, односно дали се промовира концептот „Über Macedonische“, а се напушта концептот „А, бре Македонче“?

Заклучок

Од изјавите може да се заклучи дека во медиумите се пренесуваат пораките со кои треба на јавноста да ѝ се презентираат карактеристиките, 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“,
- „Македонскиот народ треба од себе да го тргне југословенскиот надидентитет!“,
- „Македонија има моќ, историја, гордост, славно минато и големи херои!“,
- „Македонскиот народ е поврзан со својата религија“.

Ако се согласиме со модерното, западно, доминантно поимање дека минатото, историја е главниот параметар за градењето национален идентитет и се согласуваме со Бурк кој ја дефинира врската меѓу нацијата и културата, односно националниот идентитет којшто е тесно поврзан со културното наследство, дали тогаш проектот „Скопје 2014“ има за цел да ја потврди тезата за историјата и легитимитетот, односно дека „да се има историја е да се има легитимно постоење“?

Дали можеме да потврдиме дека градењето на споменици со ликови од македонската историја го потсетуваат македонскиот народ дека има историски континуитет? Или 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 вера и традиционалната поврзаност со православната религија?

Анализирајќи ги медиумските објави, можеме ли да потврдиме дека проектот „Скопје 2014“ е проект за идентитет? За напуштање на концептот „А бре Македонче“, а за промоција на „Над Македонецот“? Секако.

Но дали тогаш можеме да потврдиме дека го живееме и прифаќаме синдромот „Über Macedonische“, наспроти стереотипот „А, бре Македонче“? Можеби, но можеби и не. Но секако можеме да се согласиме дека прифаќањето и живеењето на концептот „Über Macedonische“ ќе ја рedefинира националната културна меморија, која полека, но сигурно ќе го напушта инфериорниот концепт – „А, бре Македонче“, а ќе го прифаќа концептот на „Над Македонецот“.

Идентификаторите, карактеристиките (кои се подложни на константна реконструкција) на македонскиот национален идентитет и во моментот и понатаму ќе претставуваат теми за дебата. Нивното менување, надополнување, конструирање, реконструирање или деконструирање секогаш е отворено, како и на самиот идентитет.

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 човек.

ENDNOTES

- [1] Плоштадот „Македонија“ пред да биде изграден со споменици.

REFERENCES

- [1] Barker, K. (2004). The Sage Dictionary of Cultural Studies. London, Sage
- [2] Bennett, T. Grossberg, L. and Morris, M. (2005). New keywords: A Revised Vocabulary of Culture and Society. USA, Blackwell Publishing Ltd
- [3] Durham, M.G. and Kellner, D. (2006). Media and cultural studies – Key works Revised Edition. Oxford, Blackwell Publishing Ltd
- [4] Hall, S. and Gay, P.D. (1996). Question of Cultural Identity. London, Sage.
- [5] Lewis, J. (2008). Cultural studies: the basics. Los Angeles, Sage Publications.
- [6] Бодријар, Ж. (1981). Симулакруми и симулација. Скопје, Магор 2001
- [7] Фуко, Мишел (1982). Историја сексуалности, воља за знањем, Просвета, Београд
- [8] Вест, 2010. 05.02 2010, Полицијата ги спречи пишувачите на графити
<http://vest.com.mk/?ItemID=ACEBB39C5731ED42A76070A1C54E8B9E>
- [9] Утрински весник, 2010. 07.02 2010. Оливера Војновска: 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>
- [10] Нетпрес, 2010.08.02.2010, НСДП:Скопје 2014 е порака дека се уште не знаеме кои сме
<http://www.netpress.com.mk/mk/vest.asp?id=67844&kategoriija=7>
- [11] Дневник, 2010. 09.02.2010, Опозицијата се мобилизира контра „Скопје 2014“
<http://dnevnik.com.mk/?itemID=0B73E2BA393B5C4F8CFA3DF285C87ADC&arc=1>
- [12] Дневник, 2010. 09.02 2010, Разговор со Јасмина Силјановска: Ова е духовна импотентност за сопствена негација
<http://www.dnevnik.com.mk/default.asp?ItemID=081CB0CAD59A1B41B75968A6282C66CC>
- [13] Вест, 2010, 11.02.2010, Скопје сега личи на паланка
<http://vest.com.mk/?ItemID=7B8AF4E40C2F4442A16F0AAB9133AA9B>
- [14] Макфакс, 2010, 11.02.2010, Дел од авторите на „Скопје 2014“ го бранеа проектот
<http://www.makfax.mk/archived/99074>
- [15] МТВ, 2011. 14.01 2011, Мартин Пушевски, Груевски: Нема антиквизација. Тоа е манипулација на СДСМ
<http://mtv.com.mk/mk/sport/5607>
- [16] МТВ, 2011. 19.05 2011. Пренесен текст од Wall Street Journal, Скопје 2014 – фејслифтинг за Македонија
<http://mtv.com.mk/mk/sport/14915>
- [17] Вечер, 2011, 23.06 2011, Митрополит Наум: Зошто Александар Македонски?
<http://vecer.com.mk/?ItemID=199615FE3E20BB4AB3C661879C4AF152>
- [18] Дневник, 2011. 24.06 2011, Зоран Димитровски, Кар или зијан од Александар?
<http://dnevnik.com.mk/?itemID=1C3F71752FEC194195A73BB354A011B4&arc=1>
- [19] Курир, 2011. 08.07.2011, Лавот – симбол на македонската историја
<http://www.mn.mk/aktuelno/4492>
<http://kurir.mk/makedonija/ekonomija/35626>
- [20] Утрински весник, 2011. 14.10.2011. Пренесен текст од Њујорк тајмс, Загриженост околу авторитаризмот во Македонија
<http://www.utrinski.com.mk/?ItemID=8626890B04DECA489B7B9B8DCDE75FB6>
- [21] Курир, 2012. 11.07 2012, Ѓорѓи Сламков, Зошто „Скопје 2014“?
<http://kurir.mk/makedonija/ekonomija/77464>
- [22] Нетпрес, 2012. 24.07 2012. Пренесен текст од Дојче Веле на бугарски јазик, Големо, поголемо, македонско
<http://www.netpress.com.mk/mk/vest.asp?id=106623>
- [23] Утрински весник, 2012. 14.08.2012. Пренесен текст од Le Temps- Женева, автори Жан Арно Деренсе и Лоран Геслин, Менување на македонската историја
<http://www.utrinski.com.mk/?ItemID=43AC5B070BB58A4F8BD024E127F817DD>

