

Мишо НЕТКОВ

Универзитетот за аудиовизуелни уметности – Европска филмска академија (ECPA) – Скопје

## МЕДИУМИТЕ И ОПШТЕСТВЕНАТА ОДГОВОРНОСТ

### ВОВЕД

Влијанието на некои од електронските и на писаните медиуми својата кулминација, недвосмислено, ја доживува кон крајот на XIX век<sup>1</sup>, на други во XX век<sup>2</sup>, а пософистицираните електронски медиуми, како што е интернетот, од ден на ден сè повеќе се наметнуваат и во нашиов XXI век. Изјавата на Маршал Маклуан дадена во шеесеттите години дека „светот е едно глобално село“ одамна стана наша стварност. За повеќе од седум милијарди луѓе на планетата Земја, медиумите на некој начин претставуваат дом, вистина, реалност или фикција. Како што ќе напише и Франсис Бал: „Да се мисли не значи ништо, да се комуницира, тоа е вистинското нешто.“<sup>3</sup>

Телевизијата, онаква каква што е денес, претставува само еден од многуте, иако, можеби, најимпресивниот и повеќеслоен прозорец низ којшто гледаме, комуницираме, се запознаваме, пренесуваме информации, плачеме и се радуваме, купуваме, продаваме и, едноставно, ги рефлектираме нашите размисли едни на други, ги споделуваме

<sup>1</sup> Се мисли на писаните медиуми.

<sup>2</sup> Се мисли на радиото и на телевизијата.

<sup>3</sup> Francis Bal, *Moć medija* (Beograd: Clio), 1997, 82.

мислењата за општеството и за сето она што нè опкружува. Значи, ние сме целосно заокружени и принудени да ги следиме медиумските информации. Нивното секојдневно следење е некој вид ментална зависност, но секогаш треба да се има предвид фактот кој вели дека ако дојде навистина до промена на квалитетот на животот, ако навистина нашево време го забавило нашето општествено растење, телевизијата, од тој аспект, е само рефлексија на општествената клима и никако не треба да се смета за главен виновник. Таа, едноставно, нема многу големо влијание врз создавањето на духовните иновативни струења, бидејќи со помош на своите алатки таа го преработува веќе виденото и кажаното и го враќа во нова амбалажа назад. Токму овде, на оваа тема, се отвораат прашањата што се и предмет на нашево размислување: кому му служи медиумот, кој и какви информации прима и колку, кому и како ги враќа?

Во овој поглед, заслужува внимание искажувањето на Херберт Маркус, кој укажува на централното значење на мас-медиумите за манипулација со потребите, односно за создавање репресивни потреси. Тој уште во 1970 година ќе напише: „Нефункционирањето на телевизијата и сродните медиуми, може да го постигне она што иманентните противречности на системот не можат, а тоа е распаѓањето на системот.“<sup>4</sup>

Имајќи го предвид влијанието врз аудиториумот, на овој медиум<sup>5</sup> му се дава посебно значење со тоа што се истакнува како јавен сервис на народот и како битен чинител во општеството. И не случајно обезбедувањето исклучиво право и влијание над овој и над другите медиуми (електронски) многу често е предмет на војна меѓу одредени

<sup>4</sup> Цитирано според: м-р Назми Маљичи, *Политичката толеранција во функција на мирот*, магистерска работа (Скопје: Филозофски факултет, УКИМ, 7 јули 1999), 85.

<sup>5</sup> Се мисли на телевизијата.

политички партии, бизнис-корпорации итн., кои ги користат новинарите како манипулативни алатки.

Како дел од вообичаената новинарска практика и традиција, медиумите не само што ги пренесуваат пораките и информациите од политичките чинители туку и ги анализираат, ги селектираат, ги коментираат, даваат свои мислења и изнесуваат сопствени ставови за одредени политички збиднувања. Покрај тоа, прават компаративни аналитички перцепции и видувања на аналитичари или на политичари за одредени нешта и на тој начин импресивно и влијателно дејствуваат на публиката. Честопати сме сведоци на тоа кога за одредени политички теми се ставаат во улога на судии, проценители и слично, иако не секогаш има поклопување на она што се нуди како информација од страна на политиката и одредени новинарски аналитички и истражувачки согледби. Сакам да подвлечам дека честопати како видеоабоненти, без да сме свесни за одредени работи, едноставно, сме изманипулирани. Како што вели Филип Бретон, „манипулацијата претставува процес на комуникација. Чинот на самата манипулација често претставува сложена појава, која во себе вклучува разно-разни постапки.“<sup>6</sup>

Факт е дека пред осамостојувањето, во Македонија постоеја многу мал, дури би рекол, и ограничен број медиуми. По некоја логика на нештата, властта сметала дека со помалку медиуми ќе има поголема контрола и помалку главоболки.<sup>7</sup> Помалку новинари, помалку проблеми, како што би рекле некој медиолози. По осамостојувањето, ситуацијата драстично се промени. Се појавија голем број дневни, неделни и месечни

<sup>6</sup> Filip Breton, *Izmanipulisana reč* (Beograd: Clio, 2000), стр. 68–70.

<sup>7</sup> Во СФРЈ владее еднопартички систем, а Сојузот на комунистите е единствената политичка организирана сила.

весници и списанија, радија и телевизиски куќи. Сето тоа егзистира на еден исклучително мал географски простор, со малобројна популација, која е мултинационална и мултиконфесионална. Во таквите сложени меѓунационални односи и сложена религиозна консталација, медиумите се ставени на голема мака. Зошто? Од една страна, освен една национална телевизија која е призната од ЕБУ и работи според нејзините стандарди, другите телевизии, радија и весници се во рацете на приватници, кои, фактички, располагаат со средствата.

Во такви услови, самата професија новинар е комплексна зашто личноста е изложена на еден страшен притисок да ја гледа и да ја толкува реалноста од свој агол, но со помош на некои розови очила кои му се даваат од страна за „поарно да гледа“. Уште ако се земе предвид невработеноста, а, од друга страна, и хиперпродукцијата на високообразован кадар, сето тоа го става новинарот во еден тесен простор, во еден агол, така што мора добро да размисли што кажува, како го кажува тоа, за кого е наменета таа информација, бидејќи секоја грешка може скапо да ја плати.

Пишаните и електронските медиуми, во постојаната трка за нови и ексклузивни информации со цел да го привлечат вниманието на публиката и да донесат гледаност (читаност, слушаност), задираат и во чувствителни и не многу популарни теми и интимни факти од животот на одредени политички експонирани лица и партии, па како резултат на ова честопати доаѓа до спорни и непријатни судири меѓу одредени политичари и партии и некој медиум.

Но, ова не е случај само кај нас. Денес како да стана нормално да се манипулира со информациите Околу ова прашање уште во 2010 год. свое видување имаше и генералниот секретар на Европската новинарска

асоцијација, во која членуваат и новинари од Македонија. Меѓу другото, во едно свое интервју тој вели: „Новинарот ги претставува сите гласови во општеството. Ако ги немаме сите гласови, тогаш имаме влијание на политиката врз медиумите и тоа е неприфатливо. Мораме да го најдеме патот за создавање чист плурализам. Ова е обврска за Македонската Влада, таа мора да ги заштити демократските интереси на граѓаните. Но, ако нема транспарентност на медиумите, ако нема новинарски плурализам, ако нема соодветна контрола на луѓето што се во власта, тогаш нема ни демократија.“<sup>8</sup> Колку ова негово укажување соодветствува на истината е друго прашање, со оглед на фактот што поголемиот број земји кои се третираат како демократски, во медиумската сфера ја немаат ни буквата д од демократија. Но, ете, една личност што се наоѓа на чело на една исклучително значајна професионална асоцијација, којашто има големо влијание во светот, укажува на тоа дека само неколку земји од Европа, меѓу кои е и нашата земја, не ја почитуваат демократијата. Оваа изјава дава многу јасна порака за тоа дека извештајот на кој се базира таа е правен токму од луѓе кои формално ги третираат демократијата и човековите права, насочувајќи ги работите во своја полза и за реализација на некои геостратешки позиции. Има мноштво примери кои одат во прилог на нашата теза, но би ги споменале само улогата и значењето што ги има Си-ен-ен (CNN) со своите 146 дисперзиони новинарски редакции низ целиот свет, преку кои пласира известувања со цел да фрла прашина во очите на целиот свет, пропагирајќи ја либералнодемократската идеологија и воените „мировни“ мисии на НАТО и на САД.

<sup>8</sup> Христо Ивановски, „Владата ве дискриминира“, *Дневник*, бр. 40502, 7.8.2010, 10-11.

Но како и да е, многу е јасно, а тоа го докажала и практиката, дека секоја општествена група, било да е партија, асоцијација, верска организација, бизнис-групација и друго, било да се работи за позиција или за опозиција, знае дека наметнувањето влијание врз медиумите му/ѝ им обезбедува и поголемо влијание врз јавното мислење. Така било во текот на целата историја на медиумите, најнапред со појавувањето на печатените медиуми, па на радиото и во континуитет сè до денес, со телевизијата и со интернетот. Таквата контрола во разни историски периоди, во зависност од технологијата и од техничките средства, се постигнувала низ најразлични форми и методи, а една од нив, која е и најчеста, некако и најпопуларна и проверена, е повторувањето на информацијата со слика или со текст неколкупати во текот на денот, потенцирајќи една иста работа. Како што пишува Бретон: „Под дезинформација, всушност, се подразбира дејство кое треба да го наведе примателот свесно да биде излажан, лагата да ја признае како вистински одреден опис на стварноста, која е поволна за примателот којшто ова го претставува како сигурна и проверена информација.“<sup>9</sup>

Познато е дека во светот на мас-медиите повторувањето игра огромна улога, затоа што повеќепати повторувана информација сама по себе станува реална и вистинита. Тоа особено се однесува на рекламите за одредени производи или пак на некои политичко-пропагандни кампањи, чија цел е да се придобие што поголем број луѓе. „На луѓето им е тешко да поверуваат дека она што се прикажува во медиумите или од

---

<sup>9</sup> Breton, *Izmanipulisana reč*, 62.

некое официјално место, кога ќе се повтори повеќепати, може да биде лага.“<sup>10</sup>

Колку и да изгледа модерен занает, во новинарството како професијата во XX и во XXI век има многу мршојадство. Речиси секогаш главните вести, главниот производ – веста, се сведува на лични или на колективни драми, на кои им се придава извонредно големо значење за да се замаскира нешто што во моментот или во блиска иднина се планира да се реализира, а не е од полза за гледачот (народот). Позитивните информации речиси секогаш се во втор план, бидејќи консументот повеќе го претпочита она што е деструктивно во човештвото, како што во еден слободен разговор ќе истакне познатиот македонски новинар Љубе Профиловски „Веста е стока, како и секој друг производ од кој треба да се заработи, односно кој треба да се продаде на пазарот. Колку е полоша, толку ќе биде поголем и профитот. По правило, во овој занает добрата и профитабилна стока најчесто е лошата вест.“<sup>11</sup>

Убедувањето како вид на општествено однесување во никој случај не смее да се занемари, бидејќи тоа е дел од нашето секојдневно искуство, било ние да се обидуваме да влијаеме на ставовите на другите, било некој други да настојуваат да влијаат на нашите ставови. Токму тоа, убедувањето, е искуство својствено исклучиво на човечкиот вид. Животното се наоѓа во положба да се изрази или нешто да информира со помош на одредени гестикулации и со животински артикулации кои му се својствени, но никогаш не се наоѓа во позиција да убедува. Иако во совремиево честопати се служиме со голем број модерни и технички

<sup>10</sup> J. A. Serković, „Psihološki problemi masovnih komunikaciskih procesa“, *RTV teorija i praksa*, br. 7, Radio televizija Beograd, Beograd 1977, 42.

<sup>11</sup> Изјава на Љубе Профиловски дадена на авторот во слободен разговор во 2005 година.

усовршени електронски машини кои во многу нешта ни помагаат во мислењето, тие никогаш не се во состојба да извршат одредено влијание, да дадат сугестија или да наметнат убедување. Тоа е затоа што машините немаат ни сопствена свест, ни сопствени погледи на одредени нешта. Само човекот може да убедува и токму зборот, кој е клучниот инструмент за убедување, го одделува од другите живи суштества. Човековиот исказан збор е посебен по она што може да означува нешто сосема спротивно од она што го прави личноста во моментот додека го изговара зборот, односно, како што вели Бретон: „Човекот е единственото животно кое е способно да лаже.“<sup>12</sup>

Евидентно е дека во секој говор, ако добро го анализирате, ќе забележите дека има малку информации, а многу повеќе докажување. Токму поради наведениве, а и поради други бројни претпоставки кои во поново време се пласираат преку електронските медиуми, секоја власт сака да ги контролира и да влијае преку нив врз народот. Заенмното влијание и поврзаност на политиката и медиумите од самата нивна појава е во перманентна испреплетеност и зависност. Има многу примери кои ја потврдуваат оваа теза, но за илустрација ќе се задржиме на неколку. Имено, во македонското општество по Втората светска војна, поради одредени идеолошко-политички причини посочени од дел од државно-партиското комунистичко раководство, вистината за одредени настани (случувањата на скопското Кале од 6 и од 7 јануари 1945 година, судбината на политичките затвореници на Голи Оток и многу други примери на репресија за време на ИБ, колективизацијата, расчистувањето со идеолошките неистомисленици итн.) била табу-тема за јавноста, а историчарите одбегнувале да ги расветлат, воведувајќи си

<sup>12</sup> Breton, *Izmanipulisana reč* (Beograd: Clio, 2000), 32.

најчесто автоцензура. Во таа смисла, Јован Донев во еден напис посочува: „Системот на милитантната репресија што владееше кај народот во Република Македонија доведе до создавање на две историски вистини – официјална и народна вистина. Во сите комунистички држави, општествените појави се проучуваат и објаснуваат на начин што им одговараше на интересите на владејачката номенклатура.“<sup>13</sup> Со овој контекст се поврзува и изјавата на Жельу Желев, кој вели: „Историјата се приспособуваше и се фалсификуваше во полза на политичката коњуктура.“<sup>14</sup>

И навистина било така, барем тоа го покажуваат многубројните истражувања што ги имаме направено за време на 40-годишното работење во Македонската телевизија (МТВ).<sup>15</sup> По 1945 година, односно по ослободувањето, во југословенската заедница, како, впрочем, и во целиот комунистички блок, информациите биле од затворен тип и биле во насока на зајакнување и афирмирање на заедничката творба Југославија и на нејзиното општествено уредување, како и на улогата на КПЈ. Но во тоа време, како противтежка, Американците го инсталираат радиото *Гласот на Америка за Европа*, со познатиот водител Грга Златопер. Тоа со своите информации настојува да ја разбие комунистичката информативна бариера, пренесувајќи најразлични пропагандни информации, често произволни и неточни, за кои народот си давал свое толкување во отсуство на вистинска и реална информација. На тој начин, во тоа време „во повеќето случаи новинарите многу повеќе ги

<sup>13</sup> Проф. д-р Јован Донев, „Збор два за двете вистини“, *Дневник*, 13.12.1997.

<sup>14</sup> Жельу Желев, *В големата политика* (София: 1998).

<sup>15</sup> Авторот е сценарист или коавтор на повеќе од 120 емисии посветени на народноослободителната борба кои се изработени во Документарната програма, а се наоѓаат во Одделението за документирање при МТВ.

бомбардираат слушателите и гледачите со информации отколку што можат коментентите да возвратат и да водат дијалог“<sup>16</sup> Како што потенцира и Раде Гогов: „Електронските медиуми во исто време беа и јавни обвинители и концертна сала, естрада, театар, универзитет и институти. Едноставно, овие медиуми (радиото и телевизијата) беа во тоа време јавни амфитеатри каде што се дебатираше и едноставно се всадуваше и се надградуваше идејата за марксизмот и ленинизмот, се воспитуваше во класно-партиски дух за популаризација и создавање културни вредности на ниво на тогашните општествени норми.“<sup>17</sup>

Како и кај пишаните медиуми, улогата и значењето на радиото и особено на телевизијата растат паралелно со развитокот и усовршувањето на социјалистичкото југословенско општество. За разлика од печатените медиуми, радиото и телевизијата не се толку едноставни средства за информирање и за пропаганда. Колкава е силата на медиумите може да се отслика со неколку примери, како што е и оној кога за време на распадот на Југославија медиумите беа ставени во функција на извонредно битни и суштествени алатки за разни политички манипулации. Ова е доминантно особено во дваесеттиот век, а денес, во овој век на „медиумски тероризам“, толку многу има земено замав што човекот, под превезот на тоа дека е слободен и осознаен, живее во еден привиден медиумски мрак, во кој таа слобода, божем, му е овозможена од неговата информираност и од слободните медиуми коишто општеството го прават „транспарентно“. Денес сè поочигледно станува дека одлучувачка улога во умножувањето на манипулацијата имаат токму

<sup>16</sup> Breton, *Izmanipulisana reč*, 145.

<sup>17</sup> Изјава на Раде Гогов, носител на Партизанска споменица од НОВ од 1941 година, дадена на авторот на текстот во 2010 година.

медиите. Оттука, Бретон ќе напише: „Далеку од тоа дека медиумите можеме да ги сметаме за битни елементи во декодирањето на манипулацијата. Тие не ретко дури ја сочинуваат и сржта, столбот на манипулацијата.“<sup>18</sup>

За корисниците на мас-медиумите честопати е многу тешко да ги препознаат манипулациите кои не ретко се присутни во медиумите и многу луѓе претпоставуваат дека сето она што го читаат и го слушаат е точно без да прашаат за потеклото на изворот. Тие манипулации или да ги наречеме манипулативни алатки, кои се многубројни, се манифестираат во најразлични форми и многу тешко се откриваат зашто се во најтесна врска со системот на вредности воспоставен во општеството во кое се користат.

Една особено ефикасна стратегија на медиумска манипулација беше користена во регионот во текот на конфликтот како последица на распадот на Југословенската Федерација, со тоа што честопати за да се зацврсти военниот морал кај борците, се споменуваа конфликти и злосторства од минатото. Во почетокот на 90-тите години од XX век некои српски телевизии редовно емитуваа снимки од Втората светска војна и од други конфликти и прикажуваа злосторнички дела како што се оние од логорот *Јасеновац*, кои ги подгреваа реваншистичките чувства за одмазда меѓу Србите и Хрватите, отворајќи ги сè уште незалекуваните рани.

Денес покрај телевизијата и радиото, сè повеќе простор во сферата на информациите заземаат и интернетот и новите компјутерски и електронски модуси на комуникација. Не се потребни никакви истражувања за да заклучиме колкав дел од светската популација секојдневно посегнува по информациите што ги нуди

---

<sup>18</sup> Breton, *Izmanipulisana reč*, 20.

интернетот. Интернетот и неговата распространетост говорат сами за себе, како и фактот дека во денешно време нема работно место на кое не се користи компјутер или пак самата работа, работниот процес да не е поврзан со компјутер. Сепак, без разлика на тоа што информациите се достапни и лесно можат да се поврзат со други корисни податоци, би било корисно да се провери нивната вистинитост и од друг вид извори пред да се применат. „Во случај да сте заборавиле, постојат и електронски медиуми, како што се радиото и телевизијата, и пишаните медиуми (...)“<sup>19</sup> се вели во една препорака на интернет-порталот на еден познат светски менаџер во врска со користењето на информациите и на нивната важност.

Сепак, кога станува збор за веродостојноста на информациите, телевизијата, како сложен информативен и мултимедиски сервис, е интересна, се обидува на гледачите да им наметне свое мислење за одредени општествени проблеми, културни движења, личности и слично, едноставно, таа го наметнува своето веќе однапред детерминирано мислење, најчесто преку своите редовни информативни рубрики. Откако ќе го стори тоа, таа го враќа гледачот во групата, а тој како корисник, сега веќе „вооружен и опремен“ со нејзините информации, без да е свесен само ги пренесува нејзините ставови, немајќи, притоа, свој критичен однос кон нив. И не случајно еден од доајените на македонското новинарство, Слободан Чашуле, во една од своите колумни во весникот *Дневник* со право ќе забележи: „Во Македонија се води беспоштедна битка за контрола врз јавноста меѓу

---

<sup>19</sup> „Компјутерот нека не биде ваш најверен другар“, *Бизнис*, 11.11.2009, 22.

медиумите и политичките партии. Единствената придобивка од неа е целосната деградација на демократијата.<sup>20</sup>

Денес, во ерата на масовна медијализација, голем број од светската популација сè уште не е свесна дека нејзиниот секојдневен живот го надгледуваат моќни поединци и групи, кои преку масовните медиуми систематски, по пат на одбрани и организирани симболи, успеваат да ја исполнат својата функција – не да го информираат светот, туку да ги искористат неговите потреби.

Македонскиот медиумски амбиент уште од самите почетоци се соочува со одреден број системски дефекти. Еден од нив, ако не и најважниот, е пренатрупаноста со над 200 официјално регистрирани радиски и телевизиски приватни дифузери, при што никој не води грижа што се сè еmitува на нивните програми. За самата регистрација се потребни само документи што се бараат за да се задоволат техничките стандарди за еmitување програма, додека програмската шема е без никаква контрола, а покрај тоа, има преку 200 илјади кабелски претплатници. Во вакви услови на пренатрупаност во медиумскиот простор, на површина со должина од само 200 км (за споредба, градот Париж се простира на територија со должина од околу 200 км) се создава збунувачка ситуација кај населението како корисник на електронските медиуми, особено во информативно-политичкиот дел, кога се знае дека зад секоја телевизија стои одредена политичка партија или личност со одредени погледи.

Во такви услови, слободно може да се постави прашањето: за какво независно новинарство станува збор и дали е тоа возможно во овие

<sup>20</sup> Слободан Чашуле, „Борба за срцата и душите на граѓаните“, *Дневник*, бр. 2934, 10.12.2005.

социо-економски услови, кога постои борба за елементарна социјална егзистенција и кога новинарската професија е крајно девалвирана? „Новинарите во земјата се жалат дека власта им ја скратува слободата. Сакаат да формираат синдикати за да се заштитат од сопствениците кои им кажуваат кога и како смеат да мислат. Но, секако кога е во прашање нивната сервилност тука не треба ништо да се менува.“<sup>21</sup> Сличен е ставот и на Александар Чомовски, кој во едно свое исказување потенцира: „Во нашето новинарство доминираат финансиските и политичките амбиции на сопствениците на медиумите и отсъството на професионален и личен интегритет на новинарите.“<sup>22</sup>

Очигледно е дека современиот човек, кој има развиена свест за своето општествено постоење, настојува да се запознае со сите аспекти и факти во светот во којшто живее. Тој сака сè да види и пред ништо не сака да ги затвора очите, наоѓајќи сила да се соочи и со најтемните страни и со раните на животот со цел полесно да ги преболи и да ги залекува. Телевизијата ја нуди (повеќе би рекол, наметнува) таа можност, иако често по цена на тешки психички и политички повреди (што им ги нанесува на луѓето), вршејќи аутопсија на општеството и на околината. Затоа оние што располагаат со такво моќно оружје (инструмент) за операција на човековата психа и на општествениот морал мораат да имаат и да чувствуваат одговорност пред вистината, секако, со развиено чувство на хуманост.

Телевизијата безобзирно нè навикнува да ги гледаме, да ги согледуваме од повеќе страни нашиот бит, нашиот живот и вистината

<sup>21</sup> Гоце Дртковски, „Македонската соба со поглед кон ЕУ“, *Дневник*, бр. 40498, 31.7.2010, 14.

<sup>22</sup> Бранко Ѓорѓевски, „Лошо им се пишува на медиумите“, *Дневник*, 2.5.2009.

(реалноста) што нè опкружува и сè повеќе го свртува нашето внимание на појави пред кои не би требало да ги затвораме очите. „Телевизиските консументи ја користат телевизијата за задоволување на некои свои потреби како што се забавата, информацијата, личниот идентитет и комуницирањето со општеството. Телевизијата и нејзините програми (како што забележал Фиск, 1987) не влијаат на луѓето, едноставно, гледачите и телевизијата меѓусебно комуницираат“<sup>23</sup>

Според тоа, телевизијата, очигледно, нè принудува да се соочиме со реалните проблеми без никакво декорирање, честопати на брутален начин, што не смее да биде пресудно во оценувањето на значењето и на действото на медиумот. Со таквото отворање кон стварноста, телевизијата би можела да помогне во созревањето на луѓето за разумно прифаќање на вистината за самата неа. Затоа некој медиумски мудрец на шега кажал и една голема вистина. Имено, „за успешен брак се потребни тројца: маж, жена и телевизиски приемник“.

---

<sup>23</sup> Dejvid Mek Kvin, *Televizija* (Beograd: Clio, 2000), 236–237.

Misho NETKOV

## MEDIA AND SOCIAL RESPONSIBILITY

### -SUMMARY-

It is obvious that the modern man, a man with developed awareness for his social existence tends to become acquainted with all the aspects and facts in the world in which he lives. He wants to see it all, not wanting to close his eyes before anything, finding strength to face the darkest sides of life in order to recover and heal more easily. Television, as key medium offers (more so enforces) that opportunity, although often at the cost of severe psychological and political injuries (that inflicts on people), performing autopsy on society and environment. Therefore, those who are in possession of such a weapon (instrument) for manipulating of human psyche and the social moral must possess also a sense of responsibility before the truth, certainly with a developed sense of humanity. Every journalist, at least one who considers oneself a journalist and belongs to that social privileged profession, from time to time one should recall and re-read the journalistic code. Unfortunately, strange and frighteningly today everyone can become a journalist (without validated standards and tests) and no one feels responsible. Therefore, it is not accidental that we live in a time where there are no binding parameters that give appropriate measures and standards. If Seneca and Publius Syriski were alive they would say “Quae fuerant vitia, mores sunt”<sup>1</sup>

Whatever the case, Television unscrupulously gets us to watch and perceive our way of living, our live and the truth(reality) that surround us, it turns our attention to phenomena before which we should not close our eyes. As one of the greatest connoisseurs of this medium David McQueen says: "Television consumers use television to meet some of their needs, such as entertainment, information, personal identity and communication with the

society. Television and its programs (As Fisk noticed 1987) does not influence people, simply the viewers and the television interact with each other.<sup>2</sup>

One media sage unintentionally as a joke told a great truth. Namely “for a successful marriage you need: man, woman and a television receiver”

This article is only a broad look on media and their social responsibility. This is one vast and versatile multilayered matter that soon will be discussed in more detail and with numerous diverse contents in my new book titled “Media outlook” published by the University of Audiovisual Arts EFTA Skopje.