

Никола Крстовић

Музеј на отвореном „Старо село“ у Сирогојну

nkrstovic2002@yahoo.co.uk

Занати: где после музеја?

Економузеји: изазов музејима (на отвореном) или „нова реалност“ у очувању културног наслеђа

Презентација и интерпретација занатских делатности један је од најсложенијих и најизазовнијих задатака за музеје на отвореном. Истовремено, због карактеристика хипертекста, представљање занатских делатности захтева интердисциплинаран и холистички приступ. Историјске, друштвене, културолошке и економске позадине занатске делатности „провоцирају“ традиционалне постулате музејске делатности, и то до мере готово потпуног редефинисања делатности, кроз сагледавање и делимично усвајање савремених музеолошких концепата, материјализованих у новим типовима музеја – економузејима. Крајњи циљ овог рада је сагледавање могућности за интеракцију и прожимање живог занатског наслеђа и простора/симулакрума/посланства скансена, односно – живота и музеја на отвореном уопште.

Кључне речи:

занат, музеј на отвореном, едукација, презентација, економузеј, скансен

Музеј на отвореном, сасвим извесно, представља музејски конструкт¹ у којем је сву сложеност занатског наслеђа могуће сагледати искључиво кроз интегративну заштиту и холистички приступ у презентацији и интерпретацији. Јер, када говоримо о занатима, ми не говоримо о административним поделама – материјалном или нематеријалном карактеру баштине. Говоримо о комплексном феномену који обједињује *предметне*

¹ Музеј на отвореном је вероватно најуспешнији вид институционалног четвородимензионалног симулакрума у служби очувања свеукупности културног наслеђа. Такозвано рекреирање менталних мапа, примењено истраживање које се током 60-их година XX века појавило у дисциплинама као што су географија, психологија, лингвистика и друштвене науке, првенствено у културној антропологији (International Map of Mental Map Researches) постиже се кроз успостављање варијабилног простор-време координатног система (Jameson 1988, 345–346; Lynch 1972, 212–217; Gould and White 1974, 22–33; Harvey 1989; Taylor 1985, 278; Гавриловић 2009, 84–90)

артефакте (објекте, алате и производе), и то у својим значајнијим модификацијама кроз време, *вештине* које се кроз генерације рафинирају и усавршавају, али и *специфична (креативна) умећа* која у свој занат уноси сваки занатлија понаособ.² Истовремено, говоримо и о променљивим антрополошким, социјалним, економским, културним, визуелним контекстима и личним и колективним наративима који су саставни део хронологије настанка, развоја, успона и падова, и евентуалних гашења занатске производње.

Посланство европских (и ваневропских) скансена показује, током читаве своје музеолошке историје суштинску одређеност за очување заната, што је, наравно, и очекивана делатност, имајући у виду да се велика већина ових музеја концепцијски и тематски определила за заштиту и презентацију преиндустријске свакодневице.³ Почети су били аматерски наивни, али прожети свешћу о још увек распрострањеном присуству активних заната. Но, постепеном академизацијом делатности музеја на отвореном, углавном у периоду после Другог светског рата па до 80-их година XX века, академизован је и начин на који су штићени и презентовани традиционални занати и занимања, те су структура, форма и ликовност занатског производа постали супституција за „читање и разумевање“ читавог занатског процеса. Изненада се од посетиоца музеја очекивало „предзнање“, што је за последицу имало дистанцирање од „страног, непотребног и неупотребљивог“ предмета у савременом животу, коначно – и од самог музеја. Активности назване демонстрацијама (традиционалних) заната или њихово „приближавање“ посетиоцима кроз потпуно музеолошки застареле мере ревитализације објеката (народног) градитељства заправо су представљале неуспешан покушај реанимације музејских документација.

² Вештина и (креативно) умеће (skill and know-how) могу представљати исти квалитет. Но, чини ми се, ове две категорије треба градацијски раздвојити као општи и посебан индивидуални квалитет: сваки занатлија вешт је (технички, мануелно) у свом занату, јер ако то није, тешко да ћемо говорити о занату као феномену. Но тек понеки исказује својеврстан креативни дух који га одреди као врсног и препознатљивог, а његов производ добије и квалитет „естетски“ посебног, а не само општег утилитарног. Не говорим овде о посебним категоријама као што је уметничка занатска обрада, већ о „читању“ специфичног талента у сваком од заната, без обзира на то како га ми дефинисали. Ипак, у музејској и музеолошкој обради, каснијој музејској презентацији, овај квалитет не може и не треба да превагне на штету свеобухватности презентације.

³ Свакодневица или свакодневни живот (*everyday life*) „обичног“ човека је синтагма која у дискурзивном добу науке и музејске праксе обједињује у себи готово све раније концепте којима су музеји на отвореном покушавали да дефинишу своју праксу: музеји (народног) градитељства, музеј села, музеј урбаног живота, музеј културе становања, музеј преиндустријских заната, народни музеј, музеј етнографског наслеђа. Продором принципа друштвене историје (*social history*) у научну теорију, а потом и у музејску праксу руше се метанаративи колективне „истине и права на њу“ и етаблирају се такозване „мале, човекомерне историје“ као начин комуникације прошлости и савременог доба, а свакодневица, као феноменолошка категорија, постаје окосница делатности скансена (de Jong 1997, 180–188; Noble 2001, 105–110; Boesmans 2001, 194–206; de Jong 2009, 184–190; Vaessen 2008, 22–31).

Међутим, број заната којима се музеји на отвореном баве толико је велики да је подухват набројати и макар један њихов део: градитељство, грнчарија, корпарство, метларство, резбарство, шуко обрада, тапетарство, качарство, бачварство, млинарство, пиларство, стругарство, уљарство, израда свећа, музичких инструмената, сатова, намештаја, папира, ужади и конопаца, коњске опреме, израда једара, ћумура и угља, колских точкова, бунара и водених цеви, ливеног и кованог гвожђа, израда и поправка обуће, одеће, перика, шешира и оглавља, израда бродова, бицикала, кола, кочија, израда конца и предмета од конца, костију, рогова, корења, коре дрвета, коже и крзна, обрада камена, тресета, обрада стакла, злата, сребра, бакра, калаја, свиле, лана, вуне, штампање на тканини, производња димљене и сушене хране, хлеба, колача и пецива, дувана, чоколада, слаткиша, пива, вина, шпиритуса, тапацирање, штампа и књиговезање, , бојење, штављење, берберски и фризерски занат... Штавише, неке од ових делатности разгранаву се у обиље специфичних подврста. Не постоји, наравно, ниједан музеј на отвореном који је у могућности да представи апсолутно све занате, без обзира на то ког географског опсега он био: локалног – (међу)регионалног, (интер)националног. Но, проблем чешће настаје оног момента када музејска институција учини *избор*, не само врсте занатске делатности, него и *избор* фрагмента процеса, што неминовно води у парадокс вечности и непроменљивости – један историјски тренутак постаје замена за читаву историју. Тако се, на истоветан начин на који се музејски артефакт деификује у музеју – „храму културе“, један реалан временски ток (занат) у музејској структури фетишизује до нивоа низа статичних слика.

Заштита и презентација заната одликују се у скансенима новим решењима од 80-их година прошлог века. Много је разлога за тај заокрет, али су следећи извесно најважнији: утицај „нових музеологија“ и њихових деривата на преиспитивање академизованог и елитизованог приступа (ван)музејским „ресурсима“, прилагођавање скансена тржишно оријентисаном „пост“ друштву (друштву услуга и доколице), прихватање чињенице да је генерацијски јаз између „главне музејске теме“ и посетилаца постао превелик, те појава (или поновно откривање) концепта *living history*,⁴ најпре у америчким, а потом и у европским музејима... Резултати су интензивирани сарадња са локалном заједницом, превазилажење тензија око дилеме да ли музеј може да зарађује новац (не и да ствара профит),⁵ те нови презентациони и интерпретативни модели приближавања посетиоцима историјских и друштвених процеса, а не предмета. Сви ови аспекти

⁴ У свом тексту, Кетрин Бордмен прати развој концепта пре готово једног века, најпре у Европи, где су га представили историчари и антиквари, тражећи нове начине да „оживе“ прошлост. „Скорија инкарнација плод је труда међуратних визионара, какав је био и Хенри Форд, оснивач музеја на отвореном „Гринич Вилиџ“ у САД“ (Boardman 1997).

⁵ ‘*We do not make museums to earn money. We earn money to make better museums!*’ (Bloch Ravn 2008). Дакле, функционисање по моделима тржишне привреде у оквирима музејске делатности није више предмет дискусије (Bloch Ravn 2008, 71–74; Tolstrup and Bengtha Ruhe 2008, 66–70).

најдиректније се односе и на заштиту и презентацију заната. Велика пажња почела је да се посвећује и едукацији, уз интензиван дијалог у најширем смислу, превазилазећи тако музејски монолог као начин комуникације.⁶ Едукација је постала употребљива „инвестиција“, како због физичког очувања објеката и предмета тако и због изградње узајмног поверења између музеја и друштвене заједнице, кроз периодичне или сталне ангажмане у музејском комплексу. Шведски музеји „Културен“ и „Јамгли“ су током последњих деценија веома успешни у успостављању занатских школа; занатлије и њихови ученици део су сталних програмских активности.

Занатске вештине су као животиње и биљке: они живе, али неопходно је да се репродукују. Могу се замрзнути или депоновати јајне и матичне ћелије, сперма, гени или семе за сејање. Али нико не гарантује да ће `успавано` бити `пробуђено` на прави начин. Исто важи и за занате. Једини начин спречавања њиховог губитка је омогућавање младим људима да уче од старијих `мајстора` како би наставили самостално да се баве послом и да своје знање, додатно унапређено, пренесу (Rentzhog 2007, 399).

Ова идеја, схвати ли се радикално, драматично мења однос према заборављеном или угашеном занатском наслеђу, чак ретроактивно. Наравно, документовање и колекционирање се не доводе у питање (уколико су настали пре гашења живог сећања на занатске активности), али демонстрације, ревитализације и „остале музејске и музеолошке -ације“ – свакако да. Још значајније, ова идеја дословце тера музеје (на отвореном) у сталан активан однос према постојећим занатима, у смислу изражене друштвене одговорности: не само документовати занат „док га још има“⁷ (и „дислоцирати“ га у музејске оквире), већ се укључити у његово промовисање, разматрање модела економске одрживости, унапређење вештине и личног умећа. А да би се то постигло, неопходно је не само идејно него дословце разумети да музејско посланство није централни простор ка коме гравитира периферија (заправо, сâм живот), већ су то низови периферија (интересовања музеја) које гравитирају ка низовима центара (сложеностима реалног живота).

Ширење интересовања за бављење занатом у локалној и широкој заједници бива од велике важности, и то је главни разлог за постојање

⁶ „Модернистички“ концепт – „музеј као активни давалац и посетиоци као пасивни примаоци“ – јесте јалов посао, који посетиоца удаљава од музеја, парадоксално, управо зато што изазива „дивљење атракцији“ и фасцинацију „егзотичним“, а не интеракцију. У суштини, ствара се комплекс ниже вредности, чији је резултат флоскула: *‘музеј се не обраћа мени већ неком паметнијем’*.

⁷ “There is also another pattern, all too often repeated. The open air museum invites in the last practitioner of a dying trade. The public look admiringly. The craftsman then dies, and the next step is to invite in the last craftsperson in another, less skilled kind of work. Then that person dies too. The skill and knowledge is lost, and only thing achieved by the open air museum is to have from it as long as it existed. This, of course, is highly unsatisfactory.” (Rentzhog 2007, 399)

једнодневних, дводневних, или тродневних курсева које нуде многи музеји на отвореном. Ипак, летњи или дуготрајнији курсеви показали су се као успешнији. У швајцарском „Балембергу“ је таква врста едукације установљена током 90-их година XX века и континуирано функционише као центар за курсеве чији је циљ обука за локалне занате и градитељство. Сличан „занатски центар“ постоји и у „Плимутским плантажама“, али је његово усмерење ограничено само на обуку ради музејске демонстрације или каснијег развијања хобија код заинтересованих појединаца, у циљу продаје (самосталне или у музеју). Готово идентичне активности спроводио је, истина не нарочито систематски и у континуитету, и Музеј на отвореном „Старо село“ у Сирогојну.⁸ Покушаји буђења интересовања за занате кроз фестивалски карактер показали су се као веома инспиративни у румунској „Астри“, руским „Архангелима“, и у украјинском „Кијеву“. Фестивалско такмичење и награде били су средство за достизање другачијих циљева: успостављање и промовисање значајнијег статуса занатске делатности, привлачење млађих и иновативнијих занатлија, али и мотивисање старијих „мајстора“ да наставе свој рад и прихватају и стимулишу „шегрте“.

Дакле, јасно је да очување заната представља активност читавог друштва усмерену према потребама тог истог друштва, активност у којој музеј на отвореном представља тек једног од модератора. Стога је холистички приступ у презентовању и интерпретирању заната драгоцен, а вишеслојна едукација и стимулација интересовања – незамењиви модели у ширењу свести о значају занатске производње. Глокалност као свеукупни животни феномен, савремене тенденције ка ручно прављеном, органски гајеном, стремљења ка употреби природних и/или еко-материјала у циљу побољшања квалитета живота иду на руку реалним донетима заштите – не самих заната (живих, умирућих, заборављених или несталих), већ друштвених, економских и културних *система вредности*, које се из прошлости транспонују у савремено доба. Музеј је, тако, активни учесник, а не културни и друштвени ауторитет. Такав систем више није утопија „занатских колонија“, по узору на Џона Раскина или покрет Виљема Мориса *Arts and crafts movement*, већ стил живота потрошачког друштва у његовим последњим стадијумима.⁹ Дакле, друштвене

⁸ „Обука старим занатима у циљу едукације младих незапослених људи из села.“ (Ћалдовић (и др.) 2005); „Талентовани будући ствараоци су (...) више година заредом похађали летње курсеве израде мозаика (...), радионице дрвореза.“ (Ивковић (и др.) 2007); „Едукативни програми кроз тематске радионице обраде вуне и конопље, старих техника ткања (1995.године), обука младих старим занатима (столарски, корпарски и качарски) (1997. године)“ (Томић Јоковић 2009).

⁹ Ово је лични став аутора, обојен примесима футуролошког дискурса у науци. Али јасно је, уз све промене које потресају либерални капитализам (не као економски и финансијски систем, већ као глобално стање свести), да се чак и мултинационалне компаније у сегментима свог пословања окрећу „архаичним“ типовима производње (органска храна, еколошке играчке, веганска мода...), купујући мала предузећа и интегришући њихове концепте рада најчешће, нажалост, као алиби, а услед све чешћих оптужби на рачун штетности мегамасовне производње. Занимљиво је да све изразитији тренд куповине „преиндустријских look like производа“ користи базични закон тржишта који користи и

околности из времена убрзаног захуктавања индустријске револуције/модерног доба (сам крај XIX и почетак XX века) и тадашњи начини схватања заштите заната (који у том моменту немају епитет традиционалних) дијаметрално су супротни савременом добу: индустријско доба, као највећа претња занатској производњи, ствар је прошлости (те као такво – и само предмет заштите). Његово наслеђе је физички и вредносно угрожено готово колико и занатска производња, а занатске вештине добиле су у технолошком добу управо онај епитет који је пре више од једног века промовисао антииндустријски покрет, касније подржаван и у стремљењима примењене уметности и уметности уопште: *art-nouveau* у Француској, односно сецесија у Аустроугарској, *Chippendale* у Енглеској, *Jugendstil* у Немачкој.

(Ауто)деконструисањем ауторитета музеја неминовно се деконструира и поимање традицијског карактера заната као предуслова за музеализацију. Сегментирање на традиционалне и уметничке занате и домаћу радиност (Zanati 2011) могао би да верификује „импотентни“ музејски дискурс поделе на традиционалне и неке друге (новије, традиционалне, чак „немузејске“) занате. Међутим, новоуспостављене везе (линкови) портала са продајном мрежом данашњих сувенира Србије/сувенира у Србији (Suveniri 2011) указују на демократичнији вид музејског поимања занатске делатности. Видљивост континуитета између информативног прегледа и наратива о изабраним традиционалним/уметничким занатима на порталу zanati.org и производа и објашњења делатности на порталу suvenirisrbije.com није примаран предмет расправе у овом раду. Међутим, јасан је став иницијатора и аутора портала¹⁰ да музејски приступ, уколико не спаја „стално пролазећа“ времена све до савременог момента, може представљати аутистичан музеолошки чин поновног академског „убиства“ заната. У том смислу, портал zanati.org представља корак напред у музејској (виртуелној) пракси која се деелитизира и повезује са реалним животом ван њега, не оптерећује се вредносним судовима (иако сам сигуран да их има напретек) о савременом утемељењу заната у Србији, у сопственој традицији, и покушава (кроз јасно одређење циљних група) да створи реалну искуствену везу између прошлости и садашњости. Но, левитира питање: колико је институција музеја (у овом случају – Етнографског) кадра да у оквирима свог реалног посланства имплементира виртуелни предложак? Одговор на ово питање захтевао би консултовање принципа савременог колекционарства, али и преиспитивање односа слободе кустоса (појединца или тима) у односу на институционални ауторитет који је, по сили свог посланства, окренут идеализованој прошлости (Larsson 2010, 147–160; Thelin 2010, 169–175).

музеј: реткост и ексклузивност, недоступност свима, те стога предмет жеље и пројектоване потребе (не само физичке за поседовањем, већ и интелектуалне, културне, емотивне) за дефинисањем друштвене позиције појединца.

¹⁰ Основну замисао су представили и иницијативу покренули Мелиса Потер (САД), Саша Срећковић (Србија) и Радмило Петровић (Србија).

Међутим, шта бива са занатском производњом (без обзира на то којој хронологији припадала) уколико изостане класична музејска структура, дакле, уколико нема институционалног „културно-историјског“ надзора, односно, уколико су они „препуштени“ свом најпримарнијем и најсуровијем закону – закону (савременог) тржишта? Могу ли они и даље имати епитет традиционалних ако не постоји музеј, односно стручна и научна класификација? Говоримо ли о самоодрживости у вредносном смислу? Уколико консултујемо глобални портал, карактера *web 2.0*, за продају само три категорије производа: (1) занатских или/и руком израђених производа, (2) *vintage* колекција и (3) сировина за претходне (Etsy 2011), изненадиће нас закључци. Један је већ наведен: савремена тржишна оријентација високо (материјално) позиционира ручне/занатске производе, и неважно је да ли је то резултат маркетиншке агресије – „бити јединствен“ у глобалном свету. Занимљивија је чињеница да простор виртуелне продаје функционише по готово истоветним принципима по којима је функционисало занатски и трговачки конципирано друштво. Изузетак је једино почетна страна са обједињеном понудом. Али, када изаберемо производ који нам привуче пажњу, улазимо у сасвим други свет – свет мале производње, виртуелних и реалних радњи занимљивих назива, умећа, вештина и техника рада, личних прича, мотива и емоција, проучавања локалних историја и култура, свега онога што персонализује однос према производњи и појашњава сам производ. Постаје очито да је занат (био и још увек јесте) веома лична/породична категорија, и та емотивна нота се без проблема пресликава и у структуру савремене технологије (тј. форму друштвене мреже). Додатно, интерактивност портала отвара могућност за међусобна повезивања по укусу, начину производње, по изгледу или функцији производа, стварајући виртуелне „еснафе“ самосталних и независних „трговина“, еснафе који функционишу у циљу промоције, донекле и заштите аутентичности производа. Савремена технологија омогућила је корисницима праћење свих оних аспеката успешности делатности који су примењиви у реалном свету: колика је продаја које „радње“ (Sales), са ким је повезана у „еснаф“ (Circle), који је проценат задовољних купаца (Feedbacks), препоруке да ли или не куповати (субјективне: harts, like/dislike, или објективне: confident seller __%) итд.

Портал *etsy.com* суштински је глобализовао питање одрживости (али и дигиталне заштите) заната, јер је неке од процеса производње (углавном зарад доказивања аутентичности) могуће пратити у видео запису (*youtube.com*), али и на другим друштвеним мрежама. Али, портал *etsy.com* применио је модел функционисања једне реалне структуре, која је у свету (најпре у Канади, а потом и у северној Европи) почела да се развија деведесетих година XX века – Мрежа економузеја. Концепт је 1992. године осмислио Сирил Симар, доктор наука на пољу архитектуре и дизајна и етнолог, назвавши га Удружењем економузеја Квебека (*Fondation des Économusée du Québec*). Данас се организација препознаје под именом International ECONOMUSEUM[®] Network Society. Организована као непрофитна организација, Мрежа представља појединце/групе који/које деле заједничку

визију у погледу развоја, оснивања и делатности економузеја. Администратори Мреже потичу са универзитета, из културног и пословног сектора, као и из регионалних удружења (Ecomusee 2011).

Шта је економузеј? По званичној интернет презентацији, економузеј је „забава! У њему можете научити о трговини на коју су се људи ослањали еонима, као што су грнчарија, предење, прављење сапуна... Можете, чак, имати могућност да се опробате у прављењу нечега за себе“.

Након уводне, готово маркетиншке идеје, ствари постају озбиљније, барем када говоримо из угла заштите наслеђа:

Економузеј је „живи музеј“, где можете открити историјат заната/трговачке делатности, срести се са занатлијама и из прве руке сазнати на који начин они прилагођавају традиционална умећа (know-how, savoir-faire) модерним потребама. (превод Н. К.).

У суштини, економузеј је делатност која користи традиционалну занатску технику у својој производњи, делатност у којој се производи традиционални и/или савремени производ са културном конотацијом, која отвара своја врата посетиоцима како би промовисала вештину и своје занатлије; која има простор за анимацију и интерпретацију своје производње и производа, која тежи да буде економски потпуно независна уз поштовање Етичког кодекса (Charte Valeurs 2011).¹¹ Свака врста заната (и занимања) може бити обухваћена Мрежом економузеја – од ручног ткања и fine обраде злата до производње џема и вина. Ипак, занатлије морају испунити читав низ критеријума како би њихова делатност постала део Мреже економузеја, а најважнији су следећи:

- самоодржива занатска делатност у којој се производни процес одвија ручно или уз минимум механизације,
- иноваторство у својој области – проналажење нових начина како би се очувала (традиционална) вештина,
- делатност отворена према посетиоцима најмање четири месеца годишње

Током 2008. године започет је и пројекат оснивања Мреже економузеја северне Европе на Универзитету Лавал (ecomusee.no). Пројекат није подразумевао само развој мера којима би се подржали нови економузеји, већ и упутства како да се унапреди посао, увећа зарада и осигура добит у будућности. Како је наглашено у „Документу о имплементацији за период 2008–2011“, циљ пројекта је и подстицање имагинације, потврђивање вере у

¹¹ Етички кодекс чланова мреже (став 10): „Развијамо наше активности у складу са културним постулатима који нас чине особенима и различитима од других. Деламо са сталним респектом према принципима одрживог развоја, пословног развоја, очувања нематеријалног наслеђа и културног идентитета“ (превод Н. К.).

квалитет, и доказивање вредности вештине у занату, а дефинисани циљеви су следећи:

1. *Финансијски*. Циљ економузеја је да самофинансира не само своју занатску делатност него и сопствено културно посланство. То се постиже кроз унапређење нових производа који су намењени тржишту. Увек се има у виду интеракција (дијалог) са посетиоцима кроз коментаре и повратне реакције.
2. *Квалитативни*. Створити лепезу нових производа, уз стално поштовање очувања „најбољег из традиције“. Сврха је задовољство купца због висококвалитетног културног производа који доприноси свакодневном животу.
3. *Технички и административни*. Економузеј доприноси развоју културног и научног туризма регије кроз продају производа у „музејском“ амбијенту. Он наглашава значај локалног наслеђа и помаже у очувању препознатљивих одлика регије. Посетилац директно комуницира са производом, процесом производње и са самим занатлијом у току производње, као особом која самостално доноси одлуке у/о свом послу.

Основни принципи осмишљавања и развоја Мреже економузеја базирани су на квалитету живота, заштити животне средине, *човекомерности* и поимању регионалног/локалног окружења и његових карактеристика. Иако је идентификовано шест функционалних простора који суштински дефинишу економузеј, није неопходно да они физички буду раздвојени. Може бити функционалније уколико се неки од њих споје у циљу кохерентнијег приказа. Тако, идеални економузеј има:

1. *Пријемни простор*. Представља стимулативно искуство за посетиоца, јер спаја прошлост и садашњост у јединствени контекст. Истовремено, то је простор који наговештава сусрет са занатлијом у његовим производним активностима, уводи у причу о текућим начинима производње, али и о културном наслеђу локалне заједнице у којој је настао и/или развијан занат.
2. *Производни простор*. Модели израде, изглед/дизајн и функција производа црпу се из традиционалних сегмената локалне културне баштине и идентитета, и бира их сам занатлија. Но, савремени производ треба да одговара савременим потребама, уз истовремену јасну референцу на традиционални узор. Додатно, производни простор је и едукативан: демонстрирањем занатске вештине показује се да су технике/вештине компликоване и/или да је неопходно прилично дуго време до достизања „мајсторства“. Обучавање новог особља осигурава се стручношћу занатлија, што последично обезбеђује очување *know-how* методологије, повећава заинтересованост за занат у локалној заједници и доприноси самоодрживости делатности. Занатлије се, приде, стално морају усавршавати у својим вештинама, техникама и дизајну – као чину личног и професионалног развоја. У већини случајева се ова стална едукација

обезбеђује кроз сарадњу са партнерима из Мреже, или у званичном систему образовања. Отуда и девиза упућена „аматерима“: *Молимо вас, немојте да будете креативни! Ако нисте сигурни како, консултујте професионалце.*

3. *Простор традиције.* Основни фокус овог дела економузеја јесу традиционални производи и друштвено/културно-историјски контексти уобличени у промузејску, изложбену форму, *showroom*. Овај простор захтева повремене измене како би се имао увид у развој и промене током времена: савремени производи, сасвим извесно, у једном тренутку морају бити рекатегорисани као традиционални, а њихов допринос свакодневном животу постаје препознатљив кроз контекстуализацију културног развоја заједнице.
4. *Простор савремене производње.* У овом простору посетилац упоређује савремене производе настале у економузеју са оним традиционалним који су послужили као предмет истраживања занатлије или инспирација. Овде је добро представити и иновацијске моменте у историјату предмета, алата и техника, како би се илустровао развој и/или приступ производњи, али и нагласио континуитет. Простор може садржати и информације о тренутном пословању и савременим производима, као и о пословној политици и филозофији – *raison d`etre*...
5. *Простор за информације и документацију.* Служи за додатна истраживања посетилаца у вези са прошлошћу и садашњошћу заната. Може укључивати и библиотеку или вид архива референтних докумената, чланака, признања, атеста, књига, фото, видео и аудиозаписа, цртежа, слика, писама, финансијских књига, поруџби, испорука и слично, у циљу проширивања и продубљивања свести и знања о занату (у и ван економузеја).
6. *Простор за излагање и продају.* Искуство посетилаца из претходних простора верификује разлоге за куповину. Продаја производа који настају унутар економузеја суштински је важна за финансијску независност делатности. *Трговина* је *кључна* за осигуравање унапређења технике и очување квалитета производа. Ово је уједно и простор у којем се могу наћи и производи из других економузеја са „исте туристичке/културне руте“, како би се промовисала читава Мрежа и стимулисале посете другим економузејима.

Социјални и културни аспекти и донети постојања економузеја (последично и Мреже/Мрежа) видљиви су у напорима да се занатска производња сачува од нестајања или претеране комерцијализације, да се очувају послови у сектору мануфактуре, форме и структуре занатске производње у оквирима локалне заједнице, да се одржава и развија локалитет повезан са занатском делатношћу, да се развија традиционални дизајн и техника производње у савременом пословном окружењу, али и да се примени модерни дизајн/know-how у традиционалним занатским вештинама, зарад охрабривања израде нових и иновативних производа са унапређеним

квалитетом, и, коначно, да се допринесе обogaћивању културног (у зависности од делатности, и прехрамбеног, здравственог) туризма.

Вратимо се назад, на музеје на отвореном. Као јединствена структура, скансени имају могућност да у своје посланство интегришу занатску делатност по принципима функционисања економузеја. Остали типови музеја немају тако јасно изражене могућности (изузев екомузеја, али то је предмет сасвим другачијег приступа наслеђу): њихова делатност се пре своди на легитиман истраживачко-документациони рад, екстерну сарадњу са живим занатлијама, или – у најбољем презентационом случају – на добру сценографску поставку. Тешко да можемо замислити неког активног занатлију како у „класичном“ музеју ради (своје пуно радно време) и продаје сопствене производе, и то не само музејским посетиоцима. Чак и у таквом (фантастичном) сценарију он је деконтекстуализован и естетизован као изузетак, као феномен. Разлог је једноставан: музеј и живот су (још увек!) две различите ствари. Готово као гробља: иако су гробља реални сведоци постојања живота (у блиској или даљој прошлости), стварни живот који се одвија на гробљу јесте део живих и њихових свакодневица. Како каже Томислав Шола:

Савршеност, у облику амбиције објективности, и вјечност (кроз механизам чувања) двије су легитимне амбиције музеја и два неизбежна извора фрустрација. Савршен је једино живот и није него иронична чињеница да се на крају развојног пута музеја, налази музеј-живот (Šola 1985, 188).

Музеј на отвореном може знатно лакше превазићи „комплекс“ гробља, или пак колизију савршености (живота) и вечности, и то зато што на њега не треба гледати као на врсту музеја:

Наше су могућности далеко шире. Можемо се подједнако успешно сматрати и за театар, тематски парк, фестивалску позорницу, простор заштите градитељског наслеђа, парк природе, вернекјуларни урбанистички и архитектонски склоп, галерију, чак и просветну институцију. Имамо понешто заједничко са свим поменутиим, али и још много више. (Rentzhog 2008, 11; превод Н. К.).

А то много више јесте могућност да се живот реално интегрише у оквире музејског посланства. Онај горепоменути, *деконтекстуализовани* занатлија савршено добро се налази у скансенима, али само под једним условом – да му је омогућена потпуна слобода у занатском изразу и његовом представљању. Музејској институцији ће свакако остати чиме да се бави и у његовом раду. Да ли то значи да се мора редефинисати само посланство музеја на отвореном? Зашто да не! То више није ствар теорије; неки од европских музеја су то већ учинили у мањој или већој мери: „Јамтли“ и „Скансен“ у Шведској, „Турку“ у Финској, „Ден Гамле Бај“ у Данској, „Арнем“ и „Зансе Сканс“ у Холандији, „Бимиш“ у Енглеској, „Балемберг“ у Швајцарској.

Уколико заиста разумемо да су музеји на отвореном потпуно самосвојне и специфичне институције културе, далеко нам је лакше да пронађемо начине комуникације са спољним (ванмузејским) животом. Морамо увидети да је то неопходан корак како бисмо ослободили сопствене мисли и идеје. Можда ће једног дана искрснути неко са новим именом за наше посланство, именом које не укључује реч „музеј“. Гледајући уназад лако је рећи да усвајање имена „скансен“, као замене за „музеј на отвореном“ у земљама источне и централне Европе, уопште није било лоша идеја (Rentzhog 2008, 11–12; превод Н. К.)

Литература:

- Bloch Ravn, Thomas. 2008. “How Den Gamle By Has Adapted to the Demands of Market Economy”. In *On the future of Open Air Museums*, edited by Inger Jensen and Henrik Zipsane, 71–75. Jamtli: Ostersund.
- Bloch Ravn, Thomas. 2008. “Open Air Museums on the Verge of a New Era”. Lecture at the conference on the 40th anniversary of the foundation of the first Hungarian Open Air Museum, Göcseji Open Air Museum, Zalaegerszeg September 9.
- Boardman, Kathryn. 1997. “Revisiting living history: A Business, An Art, A Pleasure, An Education”. In *ALHFAM Proceedings 1997*, <http://www.alhfam.org/whitepapers.html>
- Boesmans, Annick. 2001. “The sky is the limit (?)”. *Report from 20th AEOM Conference in Hungary 2001*. 194-206.
- Ђалдовић, Светлана (и др.). 2005. „Стари занати и занимања: обука у радионицама Музеја на отвореном „Старо село“ у Сирогојну“. Сирогојно: Музеј на отвореном „Старо село“ у Сирогојну.
- de Jong, Adriaan. 1997. “You are lucky, the farmer has just returned! The role of the open air museums in interpreting life of individuals as opposed to the history of architecture”. *Report from 18th AEOM Conference in Estonia, Latvia and Lithuania 1995*. 180–188.
- de Jong, Adriaan. 2009. “National history and ethnology as new neighbours”. *Report from 23rd AEOM Conference in Netherlands/Belgium 2007*. 184-190.
- Гавриловић, Љиљана. 2009. *О политикама, идентитетима и друге музејске приче*. Београд: Етнографски институт САНУ.
- Gould, R. Peter and White, Roger. 1974. *Mental Maps*. 1st ed. Harmondsworth: Penguin.
- Harvey David. 1989. *The Condition of Postmodernity*, Oxford: Basil Blackwell.
- Ивковић, Зорица (и др.). 2007. „Музеј на отвореном „Старо село“, Сирогојно, Србија“. Сирогојно: Музеј на отвореном „Старо село“ у Сирогојну.

- Jameson, Frederic. 1988. "Cognitive mapping". In *Marxism and the Interpretation of Culture*, edited by Nelson, C. and Grossberg, L., 345–346. London: Macmillan.
- Larsson, Helene. 2010. "Dealing with contemporary issues in exhibition". In *The museum as forum and actor*, edited by Frederik Svanberg, 147–160. Stockholm: The museum of national antiquities.
- Lynch, Kevin. 1972. *What Time is this Place?*. Massachusetts Institute of Technology.
- Noble, Ross. 2001. "We need to save more than the buildings". *Report from 20th AEOM Conference in Hungary 2001*. 105–110.
- Rentzhog, Sten. 2007. "Open Air Museums. The history and future of a visionary idea". English edition, coop. of ALHFAM and AEOM. Carlssons & Jamtli.
- Rentzhog, Sten. 2008. "What I Learnt From Writing the History of Open Air Museums". In *On the future of Open Air Museums*, edited by Inger Jensen and Henrik Zipsane, 9–17. Jamtli: Ostersund.
- Šola, Tomislav. 1985. „Ka totalnom muzeju“. Doktorska disertacija. Univerza v Ljubljani.
- Taylor Charles. 1985. "Philosophy and the Human Sciences". *Philosophical Papers 2*: 272–288. Cambridge: Cambridge University Press.
- Theelin Samuel. 2010. "Hot spot – a forum for social debate". In *The museum as forum and actor*, edited by Frederik Svanberg, 169–175. Stockholm: The museum of national antiquities.
- Tolstrup, Inger and Benghta Ruhe, Rikke. 2008. "Frilandsmuseet as a memorable setting: New ways of earning income In *On the future of Open Air Museums*, edited by Inger Jensen and Henrik Zipsane, 66–70. Jamtli: Ostersund.
- Томић Јоковић, Снежана. 2009. „Улога Музеја на отвореном „Старо село“ у Сирогојну у очувању и оживљавању старих заната и занимања“. У *Музеју* бр. 2 (н. с.), Уредница: др Љиљана Гавриловић. Београд: МДС.
- Vaessen, Jan. 2008. "Know Thy Neighbour". In *On the future of Open Air Museums*, edited by Inger Jensen and Henrik Zipsane, 22–31. Jamtli: Ostersund.

Извори:

- CharteValeurs. 2011. Последњи приступ: 4. мај 2011. године
http://www.economusees.com/docs/SIE_CharteValeurs_v6.pdf.
- Economusee. 2011. Последњи приступ: 4. мај 2011. године
http://www.economusees.com/iens_en.cfm#charter.

↩ Гласник Етнографског института САНУ LX (1) ↩

Economusee.no. 2011. Последњи приступ: 4. мај 2011. године.
<http://www.economusee.no/>

Etsy. 2011. „*Your place to buy and sell all things handmade, vintage and supplies*”
Последњи приступ: 9. мај 2011. године. <http://www.etsy.com>.

International Map of Mental Map Researches. 2011. Последњи приступ: 9. мај
2011. године <http://www.mentalmap.org/index.php?m=8>

Suveniriri. 2011. Последњи приступ: 11. мај 2011. године.
<http://www.suvenirisrbije.com>.

Zanati. 2011. Последњи приступ: 11. мај 2011. године.
<http://www.zanati.org/srb/tradicionalni-zanati.html>