

Даворин Трпески (Македонија)
Институт за етнологија и антропологија, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“
е-маил: davorin@pmf.ukim.mk

ПРОЕКТОТ „МАКЕДОНСКО СЕЛО“: ПРИЛОГ КОН ЕДНА ИЗМИСЛЕНА ТРАДИЦИЈА ВО СКОПЈЕ

Апстракт: Познато е тоа дека поранешните социјалистички општества тежнеат кон тоа да направат крупни промени во изгледот и да го заборават социјалистичкото минато, притоа свртувајќи се кон некое подалечно минато. Градот Скопје предничува кога станува збор за промовирање на поблиското и подалечното минато. Така, меѓу многуте споменици кои беа изградени во последнава деценија е и новоизграденото етно село односно „Македонско село“ во Скопје. Причините за градењето на шеснаесетте куќи кои претставуваат копии од веќе постоечки некогашни живеалишта од повеќе македонски предели според инвеститорот е да се промовира македонската традиција и македонското градителство; и со него да се запознаат не само македонските граѓани туку и странските посетители на Скопје. Комплексот е резултат на предаторскиот економски либерализам на кој целта не му е квалитетна култура, туку профит од културата. Токму, претворањето на културата во роба значи управувана култура, или не култура како начин на живеење, туку како начин на трошење, односно како производ за на пазар.

Клучни зборови: Македонско село, Скопје, економија, музеј, традиција.

Вовед

Во текот на историјата на неговото постоење, човекот неуморно создавал и творел дела кои денес се вреднуваат и се дефинираат како културно наследство, а исто така и се класифицираат по најразлични категории и области, па подобласти, под подобласти итн. Сепак, идејата на човекот низ историјата не била да создава културно наследство, туку создавал, пред сè, за да си ги подобри условите во кои живеел и тоа го правел на најразлични начини кои соодветствувале на околината во којашто егзистирал, на климатските прилики кои биле својствени за поднебјето во кое живеел, на граѓата која доминирала во просторот итн.

Со формирањето на модерните држави во Европа често се забележуваат и обиди за конструкција на општествената меморија, а која се однесува токму на културното наследство. Имено, и двете наведени категории во современите општества претставуваат блиски и поврзани практики кои се однесуваат на репродуктивниот општествен живот. И двете креираат емотивни и спознајни обележја кои ги споделуваат меѓусебно историските промени и континуитетот.

Честопати и се посегнува кон преувеличување на настаните од минатото, па се оди дури и до она што Ерик Хобсбом (Hobsbom 2002: 5 -6) го нарекува „измислување традиција“. Според овој автор ништо не изгледа толку старо ниту поврзано со минатото кое веќе не се памети. Терминот „измислување традиција“, според Хобсбом, се користи во широка, но не и во непрецизна смисла. Секако, за ваквите креирања основен предуслов преставуваат одредени културни елементи од редот на културното наследство, односно елементите кои го чинат т.н. културен капитал. Сепак значењето на идејата за наследството е дека и капиталот и културата немаат намера да го следат концептот на културниот капитал, кој пак е елабориран од страна на Пјер Бурдије (Graham 2002: 1004). Имено, Бурдије го поставил овој концепт во кој владее елитата која, пак, како резултат на својата моќ има можност да зграпчи одредени културни производи на општеството, а исто така го има под своја контрола и критериумот за тестирање, селекција и вреднување на некои од производите и нив да ги искористи во свои цели, се разбира доколку производите се доволно легитимни, влијателни и силни. На овој начин, тоа може да биде доказ дека доминантните идеологии креираат специфични регионални и локални идентитети, кои зајакнуваат со поддршка на државните структури и со поддршка на блиските политички идеологии. Според тоа може да се каже дека наследството е толку моќно што за него се води „борба за контрола“ од страна на доминантните идеологии и истото наследство може да биде интерпретирано различно во секоја култура и во секое време.

Покрај тоа, во изминативе неколку децении континуирано беше создавано општество на бесрамна потрошувачка, а човекот самиот себе започнал да се гледа пред сè како потрошувач. Терминот „консумеризам“ или „потрошувачко општество“ веќе стана излишно, бидејќи за поинакво општество не може ни да се замисли. Мистифицираното слободно време стана време за потрошувачка, човекот стана роб на слободата и жртва на долго ветуваниот подобар живот. Кај луѓето стана силна вербата дека технологијата ќе ги разреши сите проблеми, затоа што тој поим беше најблиску до наметнатото поимање за благосостојба. Поради тоа идеологијата на профитот стана една од позначајните преостанати идеологии, која стекнуваше се поголем глобален идентитет, а силно влијаеше и врз музеите. Незапириливото растење на производството и на потрошувачката поставуваа нови барања. Сè можеше да стане роба, а тоа значеше дека сè може да се произведе, да се купи и да се продаде. Така, новата синтагма на капитализмот беше „економија на слободниот пазар“. Во таа насока и културата може да се произведе како роба. И истата да се продаде за одредена цена. Комодификацијата на културата, односно нејзиното претворање во роба, не е нов процес, но никогаш немал така големи размери како денес. Дел од тоа производство претставува индустрија на знаењето и на забавата. Традиционалните музеи кои делуваат во еднакви околности, се обидуваат, доследно на својот концепт, да го привлечат истиот потрошувач и да му подарат или за мала надокнада да му продадат информации и знаење (Šola 2001: 7).

Контекстот: „Македонско село“ во Нерези

„Ништо не изгледа толку старо, ниту поврзано со минатото кое веќе не се памети“ (Hobsbaum 2002: 5), оди во прилог на идејата за основање на нешто што е целосно ново, а всушност треба да дава асоцијации на нешто старо и да потсетува на некаква македонска традиција. Станува збор за проект на Владата на Македонија за формирање македонско етно село во Нерези над Скопје, веднаш над манастирот Св. Пантелејмон, познато излетнично место на падините на Водно. Првичните најави од страна на надлежните за формирањето на еден ваков комплекс до Скопје беа дека „ќе биде сличен на оној во Стокхолм (Шведска), кој носи 26 милиони евра, а низ него годишно минуваат околу три милиони туристи“¹ и дека целосно ќе биде во функција на промоцијата и афирмацијата на македонското културно наследство и на македонската култура воопшто. И покрај тоа што проектот беше најавуван од 2007 година, па и како јавно - приватно партнерство, сепак неговата изградба започна во 2011 година, а заврши во 2015 и притоа беа потрошени близу 5,5 милиони евра народни пари. И покрај тоа што беше завршена изградбата, сепак, Владата на Македонија не го отвораше за јавноста, а објаснувањето беше дека за комплексот сè уште не е пронајден концесионер, бидејќи според планот, завршениот проект требаше да биде даден на користење за одреден месечен надомест. Најпрвин се откажа првичната фирма концесионер „Тренд плус“, по што беше распишан нов тендер на кој се јави фирмата „Тинекс“, која, на крај, го стартуваше проектот „Македонско село“. На тендерот, освен оваа компанија беше пријавен и хотелот „Квинс“, кој, пак, е во сопственост на компанијата „Тинекс. Според критериумите на Владата, условите за стопанисување на комплексот Македонско селото во Нерези ги исполни само компанијата „Тинекс“, во сопственост на семејството на поранешниот градоначалник на општина Центар, Владимир Тодоровиќ. Според медиумите, месечната кирија која треба да ја плаќа компанијата за стопанисувањето, на државата, во наредните 20 години изнесува 3500 евра.

Музејска поставка во комплексот

Постмодерното општество, односно потрошувачкото општество има свои законитости кои не може да се игнорираат. На музеите се гледа само како на „туристички точки“, а не како на дискретни установи кои собираат, чуваат, истражуваат и презентираат артефакти (Mat, Flac, Lederer 2002: 10). Музеите не се само места каде што може да се научи нешто повеќе за некоја култура, за нечие минато, туку на нив се гледа и како на места за забава. Во такви констелации, традиционалните управи на музеите не се во состојба да се борат со падот на приходите и притисокот на новите проблеми кои се од политички карактер, а музеите се толку многу ранливи, па штом се соочат со промена на економските

1 „Тренд плус“ ќе управува со Македонското село во Нерези, Утрински весник, 23.02.2014, <http://www.utrinski.mk/?ItemID=A5A6423DBA81274DBE5D036226BC27B2>, последен пат посетена на 03.12.2016. Најверојатно се мисли на Скансен – музејот под отворено, основан во 1891 година од страна на Артур Хазелиус.

услови и новите политички околности, нивните управни структури се рушат како кули од карти (Anderson 1992: 159). Можеби од такви причини во рамките на комплексот „Македонско село“ било проектирано да има и етнографски музеј кој ќе ги надополни празнините во целиот комплекс. Така, според известувањата на Владата на Република Македонија, проектот „Македонско село“ се простира на површина од околу 12.000 квадратни метри, на која се изградени 16 автентични куќи. Покрај куќите, во комплексот има и музеј, амфитеатар, сувенирница, работилници, воденица, трла и сл. Во етнографската музејска поставка која ја зазема централната позиција во комплексот, според информациите на претпоставените од Етнологскиот музеј во Скопје и од Министерството за култура, се изложени над 150 етнографски предмети кои досега не биле изложувани. Најголем дел од нив се женски народни носии и накит и потекнуваат од крајот на XIX и почетокот на XX век.²

Од најавата до реализацијата на проектот „Македонско село“ поминаа години, сепак, не се дозна дали при осмислувањето на целиот проект имало вклучени етнологи или не. Со оглед на тоа дека станува збор за мошне мала стручна фела, набрзо беше заклучено дека во реализацијата на проектот целосно е изоставен еснафот и притоа не е побарано стручно мислење за целокупната концепција на замислениот проект. Во последната фаза од изработката на проектот, во кој беше планирано да се направи и музејска поставка во некој од објектите, бил консултиран Етнологскиот музеј во Скопје, од каде било побарано од страна на надлежните да бидат отстапени 20 комплети женски и 20 комплети машки народни носии. Очигледно дека разочарувањето кај осмислувачите на комплексот било големо кога од етнологите од Етнологскиот музеј во Скопје им било објаснето дека ниту една музејска институција во Македонија не поседува 20 комплетни машки носии од причини што машките народни облековни елементи се напуштени значително порано од женските, па до формирањето на музејските институции во Македонија во 20-те и 30-те години на XX век, речиси целосно биле исчезнати.

Македонско село, ама со градски куќи!

Шетајќи по калдрмисаните улици на македонското село во Нерези се добива впечаток дека убаво се живеело пред повеќе од 100 години во Македонија. Македонците имале убави двокатни живеалишта, сите од делкан камен, нареден во т.н. бондрук техника. Во целата „приказна“ за т.н. „Македонско село“, апсолутно е изоставен делот кој соодветствува за периодот од крајот на XIX и почетокот на XX век кога најголем дел од христијанското население било чифчиско и живеело по селата, а живеалиштата биле далеку од она што е претставено во „Македонското село“ во Нерези. Впрочем, најголемиот дел од луѓето во тоа време живееле во троњови (во рамничарските предели) или земјанки (во ридско-планинските предели). Не дека претставените живеалишта во проектот „Македонско село“ не постоеле, но претставувале значително помал процент во вкупниот број на

² Музејска поставка во комплексот кај Нерези, Дневник, 21.07.2016, <http://www.dnevnik.mk/default.asp?ItemID=12D6F4284883CC41BE873C0847F6A506>, последен пат посетена на 03.12.2016.

живеалишта во Македонија, а во нашиот случај се добива впечаток дека тоа биле вообичаените живеалишта.

Од друга страна, станува збор за „донесени“ куќи од други предели во Нерези, крај Скопје, со цел да се направи некакво село во кое ќе може да се смести Македонија. Но, куќите се само виртуелно „донесени“, односно, донесена е само идејата за изградба на тие куќи. Во најголем дел од ваквите примери во светот, реално се разградуваат конкретните објекти од просторот и за нив се создава најблизок можен амбиент и истите објекти одново се градат со истиот материјал со кој што некогаш биле направени. Значи, во тој случај, куќите се пренесуваат од еден во друг контекст (кој можеме да го наречеме музејски). Од она што е реализирано во македонскиот случај, може да се забележи дека се внимавало при реализацијата на проектот „Македонско село“ да бидат вклучени куќи, односно живеалишта од повеќе предели од Македонија, но притоа не се внимавало, или не се знаело дека во македонската градителска традиција постои типологизација на куќите: на селски и на градски. На прв поглед, лаички, речиси и не е битно дали куќите се во село или во град, битно, но само за проектот, е дека некогаш во вакви куќи живееле Македонци и дека при реализацијата на еден ваков контекст истите ќе ја презентираат македонската традиција од крајот на XIX и почетокот на XX век. Идејата за да се направи еден музејски етнографски контекст од крајот на XIX и почетокот на XX век е во ред, но, притоа мора да се нагласи дека во тој период населените места Битола, Кратово, Тетово и некои други кои се наведени во проектот биле типични градски центри и за нив од културолошки аспект, во етнологијата важат сосема различни правила и принципи од оние кои што важат во македонските села.

Независно што идејата е наменета за македонскиот или за странскиот турист, кој има цела низа непознати, сепак, покрај автентичниот изглед на куќата, треба да му се прикаже и автентичниот амбиент каде што некогаш егзистирала куќата (во примарниот контекст), а не, каков што е примерот во проектот „Македонско село“, да му биде презентирана типичната низинска куќа од Прилеп во еден целосно планински амбиент. Исто така, идејата да се прикажат соодветни традиционални занаети кои биле практикувани и карактеристика за тој период во рамките на проектот е добра идеја, но барем да се обрнело внимание да бидат соодветно презентирани, а не грнчарскиот занает да биде ставен во приземјето на битолската куќа, а притоа постои велешка куќа. Сосема друго прашање е колку занаетите биле развиени во македонските села – многу малку. Градовите се значајни по тоа што биле познати занаетчиски центри, а не селата. Не дека немало занаети во селата, но, тоа било на некое елементарно ниво. Овде, имаме село, но со исклучително значајни занаетчиски одлики! Има десетина занаети, од кои посебно се истакнуваат кујунцискиот и филигранскиот занает кои ги немало апсолутно во ни едно село во Македонија во периодот кој ни се презентира преку проектот „Македонско село“. Но, просечниот македонски или странски турист ќе ги впише информациите што ги гледа или што ќе му бидат предочени.

Сето ова не било важно доколку останело само на тоа. Еден пазарно ориентиран комплекс кој на свој начин се обидува да ја презентира македонската култура и традиција, претворена во роба која сака да ја продаде и со тоа да направи пари. Но, како што е веќе спомнато погоре, во комплексот „Македонско село“ е

вклучена и една институција, а тоа е Етнолошкиот музеј од Скопје, кој во рамките на Македонското село има и свој депанданс, односно своја музејска поставка со свои вработени стручни лица. Сето тоа на целиот овој комплекс му дава легимитет и всушност гарантира за веродостојноста на „приказната“ што тој ја „раскажува“. И доколку го прифатиме речникот на постмодерното општество и на економијата на слободниот пазар, комплексот „Македонско село“ во Нерези крај Скопје, заедно со етнографската музејска поставка на Етнолошкиот музеј, добро ја продаваат својата роба проткаена со серија измислени и нејасни моменти од македонската традиција. Податокот дека од вкупно шест вработени во депандансот на Етнолошкиот музеј во Македонско село, само двајца се етнологи, а останатите се археолози, на целата идеја за проектот и дава предзнак на уште една гротестка.

Наместо заклучок

Имаме музеј кој е во рамките на поголем економски комплекс. Хотел со божемна „традиционална и стара“ архитектура, со ресторани и кафулиња кои апсолутно не кореспондираат со амбиентот. Егзистирањето на комплексот оди во прилог на тоа дека потрошувачкото општество претставува општество на културата на трошење, но не и културно општество. Комплексот е резултат на предаторскиот економски либерализам на кој целта не му е квалитетна култура, туку профит од културата. Токму, претворањето на културата во роба значи управувана култура, или не култура како начин на живеење, туку како начин на трошење, односно како производ за на пазар. Постмодерниот консумеризам конечно посегнал по симболичкото и по концептуалното како кон своја роба. Така е објасниво затоа што и покрај сите институции и извори на знаење, сепак доживуваме растечка културна неписменост. Дивата пазарна економија нуди неограничена легимност на секое посегнување со кој профитот е очекуван резултат. Затоа е можно да се стави и „минатото за продажба“ (McLean 1997: 143-153).

Покрај тоа, преку комплексот, се конструира една нова вистина, односно се измислува нова македонска традиција. Тука, „измислената традиција“ се користи во смисла на одреден број активности кои се од ритуална или од симболичка природа, кои се управуваат спрема отворено или прикриено прифатени правила и кои тежнеат да всадат одредени вредности и норми на однесувања преку повторувања, што автоматски подразбира континуитет со минатото (Hobsbaum 2002: 6). Всушност, кога е можно, тие обично тежнеат да воспостават континуитет со минатото кое одговара. Такви примери има и во проектот „Скопје 2014“, кога многу објекти изградени во социјалистичкиот период добиваат нови фасади во стил на еклектицизам. Историското минато во кое се вметнува новата традиција не мора да биде долга толку што ќе се протега наназад до времето кое магливо се замислува. Се додека постои референца спрема историското минато, посебноста на „измислените“ традиции е таа дека континуитетот со неа е главно вештачки. Активностите кои се практикуваат, а кои се дел од таа измислена традиција претставуваат перика или одора, односно ритуализирани активности кои ги следат нивните конкретни акции (Hobsbaum 2002: 7-8). Во оваа прилика треба да се напомене и ангажманот на фолклорниот ансамбл „Македонија“ од Скопје кој беше

вклучен во надопонување на целокупниот амбиент. Не постои време и место со кое истражувачите се занимавале, а во кое не е видно „измислување“ на традицијата во ваква или некоја слична смисла. Меѓутоа би требало да очекуваме дека тоа ќе се повторува почесто и тоа тогаш кога брзата трансформација на општествата значително ги заслабнува и ги разорува општествените обрасци.

Литература:

- Anderson, David. 1992. *Museums at the time of change*, Marketing the arts. Paris: ICOM MPR Committee.
- Graham, Brian 2002. 'Heritage as knowledge: capital or cultural?', *Urban studies* 39(5-6): 1004.
- Hobsbaum, Erik. 2002. 'Uvod: kako se tradicije izmišljaju', во *Izmišljanje tradicije*, Erik Hobsbaum i Terens Rejndžer (ur.), Beograd: Biblioteka XX vek.
- Mat, Gelard, Tomas Flac, Judita Lederer. 2002. *Menadžment muzeja. Umetnost i ekonomija*, Beograd: Clio.
- McLean, Fiona. 1997. 'Le passé est a vendre: reflexions sur le marketing des musees', *II Publics et musees* 11/12.
- Šola, Tomislav. 2001. *Marketing u muzejima ili o vrlinii i kako je obznaniti*, Zagreb.
- „Музејска поставка во комплексот кај Нерези“, Дневник, 21.07.2016, <http://www.dnevnik.mk/default.asp?ItemID=12D6F4284883CC41BE873C0847F6A506>, последен пат посетена на 03.12.2016.
- „Тренд плус“ ќе управува со Македонското село во Нерези“, Утрински весник, 23.02.2014, <http://www.utrinski.mk/?ItemID=A5A6423DBA81274DBE5D036226BC27B2>, последен пат посетена на 03.12.2016.