



Datum: 02.11.2017
Medij: Original Magazin
Rubrika: Bez naslova
Autori: > Nikola Milović
Teme: Etnografski muzej Srbije

Napomena:
Površina: 948
Tiraž: 0



Naslov: U potrazi za savršenim suvenirom

Strana: 30,31

BRENDIRANJE TRADICIJE

U potrazi za savršenim suvenirom



Brendirati tradiciju? Neophodno je. Ukazati na značaj, nepresušnu riznicu isprepletenih iskustava, doživljaja, kolektivnog nasleđa, umotvorina... Čitav vek bi bio potreban da se zagrebe po površini i krene sa naglašavanjem značaja tradicije i ni tada ne bi bilo otkriveno sve što se kao zaveštanje predaka ponosno smatra zaostavštinom za nas, inspiracijom **Piše Nikola Milović**

Vreme je potrage za originalnošću. Definisanje identiteta, pripadnosti, pitanja od kojih specifičnih svojstava smo satkani, šta je to što pravi diferencijaciju, daje nam svojevrsan pečat. Sublimacija prošlosti, sadašnjosti i budućnosti manifestuje se kao nikada do sada. Kakav trag ostavljamo za generacije koje dolaze, na koji način da istaknemo svoju prednost u aktuelnom momentu? Samo treba posegnuti za jednim odgovorom, neiscrpnim izvorom koji je tako lako dokučiti, osvetliti, odenuti mu novo odelo i izvesti ga na pistu svakodnevice bez straha da neće dobiti aplauz. Tradicija. Toliko očigledna, blizu, a naizgled nedokučiva.

Ta moderna reč „brendirati“. Uzmimo je kao stavljanje u fokus, davanje vrednosti, prepoznavanje nečega očigledno autentičnog, priče koja vredi da bude pričana.

Brendirati tradiciju? Neophodno je. Ukazati na značaj, nepresušnu riznicu isprepletenih iskustava, doživljaja, kolektivnog nasleđa, umotvorina... Čitav vek bi bio potreban da se zagrebe po površini i krene sa naglašavanjem značaja tradicije i ni tada ne bi bilo otkriveno sve što se kao zaveštanje predaka ponosno smatra zaostavštinom za nas, inspiracijom, da budemo precizni.

❖ Svet kao pionir dobre prakse

Duboko u mom sećanju stoji primer kuće Dolce Gabanna koja je na ostrvu Kapri prikazala novu kolekciju, a u fokusu samo i samo ornamentika, sećate se? Suptilno prelivanje elemenata na tkanini očaralo nas je preko slike, možemo zamisliti utisak koji je ostavila na posetioce koji su uživo posmatrali, možemo slobodno reći, spektakl za sva čula.

Svakako nije u pitanju usamljen primer. Etihad Airways u saradnji sa LUXE City Guides lansirao je kolekciju setova za ličnu negu namenjenu putnicima biznis klase koji su inspirisani poznatim gradovima i njihovom ornamentikom. Ponovo mi je u fokus došlo pitanje do kada ćemo čekati i kada ćemo shvatiti da je potrebno vratiti se u prošlost i odatle crpiti inspiraciju da se tradicija prezentuje u novom ruhu, da se oprobanim konceptima da upotrebnost vrednost.

More je primera u svetu u novije vreme gde se za ideju vodilju kreativnih poduhvata uzima estetika minulih vremena, kao skriveno, davno zaboravljeno blago sa koga je potrebno skinuti prašinu, osvežiti mu patinu i prepuštiti se čarobnim kombinacijama ornamentike koja se u detaljima može iskoristiti na potpuno nov način.

Ne moramo ići daleko da shvatimo važnost definisanja utabanog puta i korena

koji se nadovezuje na savremene upotrebne predmete, na taj način se priča priča i vrlo diskretno, nenametljivo, ostavlja trag.

Ne smemo posegnuti za opravdanjima o novom vremenu, nedostatku vrednosti, gubljenju motivacije naših sunarodnika, svakodnevnici, žurbi za novcem, nema mo izgovor za stavljanje tradicije pod tepih.

Osvrnemo li se dalje na okruženje, primeri se nižu poput plavog zmijskog veza koji je našao svoje mesto kao zaštitna baština UNESCO-a.

❖ Gde smo mi u vozu, koji vagon zauzimamo?

Gde smo mi, kaskamo li, imamo li svetlih primera i čime se možemo pohvaliti?

Pre svega bih istakao inicijativu Prve srpske fabrike sreće i njihovu izložbu „Osvežavanje memorije“.

Tom prilikom prvi put vidim da se neko usudio da dosegne dublje u istoriju i istraži motive srednjovekovnih manastira i prikaže ih beogradskoj publici kao remek-dela koja nestvarno asociiraju na prošla vremena, sa velikom svežinom kao da su danas nastala, zadržavajući umešnost i neophodnu estetsku ekskluzivnost.

To je prva inicijativa da se ornamentika koristi u svrhu adekvatnih suvenira





Datum: 02.11.2017
Medij: Original Magazin
Rubrika: Bez naslova
Autori: > Nikola Milović
Teme: Etnografski muzej Srbije

Napomena:
Površina: 948
Tiraž: 0



Naslov: U potrazi za savršenim suveniro

Strana: 30,31

zemlje, prvi put izlaze u javnost i na policama Beoizloga upravo možete naći preslikanu tradiciju na mouse padu, olovci, rokovniku ili fascikli. Mislim da je rešenje problema između zatvorenosti umetničke zajednice koja sigurno sa zadržskom gleda na komercijalizaciju ovakve vrste simbola, a sa druge strane te tanke granice kako upotrebiti ornament na pravi način da on zadrži svoju istinsku nepotvorenu lepotu.

❖ Inspiracija je svuda oko nas

Kada prolaznik svoj pogled usmeri na traganje upravo za ovakvim načinom izraza, inspiracija je zaista svuda oko nas: stepeništa, pločnici stoje potpuno zaboravljeni, o manastirima kao što je Manastir ili Žiča da ne govorim, to su mesta koja nas podsećaju na obaveznu posetu u osnovnoj školi, ali skrenite sa puta, bili biste zadivljeni kakvo blago oni kriju.

❖ Priča se razvija

Polako niču mesta u gradu na kojima ovu vrstu inspiracije možete naći, skrivene od očiju javnosti, bez primesa masovne kineske proizvodnje koju možete naći u glavnoj pešačkoj zoni. Istakao bih Etnografski muzej, Concept Store Makadam, FabLiving By Una, jedine oaze autentičnih suvenira koji zaista imaju veze sa nama a vrlo su prijemčivi stranom auditorijumu.

Od pirotskog ćilima, stakla iz Paraćina ili ručno rađenih filigranskih rukotvorina, u pitanju su riznice naše tradicije prekomponovane u savremeno pojavno ruho, zaista za preporuku da se provede par slobodnih trenutaka i prođe kroz odaje priče koju priča naša istorija.

Ne smemo smetnuti sa uma da postoje inicijative koje decenijama istrajavaju, opstaju, upravo u želji da sačuvaju od zuba vremena ono što je vredno čuvanja. Potpuno slučajno, a ništa nije slučajno, naišao sam na radnju u tako maloj, sporednoj ulici poznate joj komšinice, Skadarske. Zetska ulica i „Dobro učiniti boljim“ koncept.

Upravo nam ovakve priče pomažu da ne moramo ići na izvorište ideja, u sam Piroto u potrazi za pirotskim ćilimom. Mada sam morao učiniti upravo to i saznati gde nastaje čarolija.

Ne bih elaborirao o tome šta je potreb-

no dati kao alternativu ili sinergiju u pristupu, mislim da je jasan način na koji se pravi brend, ili bi bar trebalo da se to čini.

Promocija grada ili zemlje leži samo u pričanju priče, priče koja je samo nama svojstvena, koja je srodna lokalitetu okolnih zemalja ali dovoljno autentična da pravi razliku i ostavlja pečat. Jedino na



Splavovi, noćni život i lepe žene? Dajem alternativu pristupu: skriveni kutak, zabačena ulica, manastir, mala porodična radnja, iskonske, neiskvarene zubom vremena sačuvane priče vredne pomena

taj način možemo biti unikatni, dovoljno konkurentni, zanimljivi da budemo uvršteni u obaveznu rutu obilaska zemalja Balkana. Splavovi, noćni život i lepe žene? Dajem alternativu pristupu: skriveni kutak, zabačena ulica, manastir, mala porodična radnja, iskonske, neiskvarene zubom vremena sačuvane priče vredne pomena.

Istakao bih svakako napore koje ulažu Muzej Nikole Tesle, Istorijski muzej i postavka posvećena Tesli i Pupinu, inicijativu 4D projekcije na fasadama institucija, zaista za svaku pohvalu, ali nam nedostaje jezik koji komunicira sa milenijalcima. Oni jesu reper po kome moramo ravnati naša usmerenja i tendencije.

Imamo toliko toga zaboravljenog, imamo čoveka koji pravi ratluk, čoveka koji pravi parfeme, čoveka koji pravi kravate, decenijama, a kada ste poslednji put videli priču o njima, sem na svetskim portalima? Ili pak možemo istaći keramiku Ras, devojkicu koja se diči opančarskom tradicijom ili dečka koji krase slatke zalogaje našom tradicijom.

Mišljenja sam da smo zajedno na putu da sve ono što je lepo, vredno pažnje, potisnuto u sveopštem uvlačenju u neku virtuelnu stvarnost, istaknemo i vratimo na površinu, da naši preci to zaslužuju, da mi zaslužujemo da postavimo temelj svemu što će doći posle nas, da ostavimo trag. **Nema opravdanja za lenjost, nema bega od izazova, obojimo našu stvarnost i svakodnevicu lepom pričom.**

A mislim da je samo potrebno pronaći ljubav – prema gradu, zemlji u kojoj živimo, pismu kojim pišemo... 📧





Vreme: 03.11.2017 09:59

Medij: ozon.rs

Link: <http://www.ozon.rs/najave-desavanja/2017/smotra-etnografskog-i-dokumentarnog-filma/>

Autori: Redakcija

Teme: Etnografski muzej Srbije; Međunarodni festival etnološkog filma

Naslov: Smotra etnografskog i dokumentarnog filma

1320



Sremska Mitrovica - U ponedeljak i utorak, 6. i 7. novembra u 18 časova, u maloj sali Muzeja Srema biće održana . Sada već tradicionalni program ove, pete godine održavanja, donosi dvodnevni program koji obuhvata odabir filmova sa poslednjeg 24. Međunarodnog festivala etnološkog filma održanog u Beogradu, kao i retrospektivu dosadašnje video produkcije Muzeja Srema.

Program smotre je tako podeljen u dve tematske celine pa nas u ponedeljak očekuju filmovi Anplagd, Popika - zaboravljena dečja igra, Raskovnik - sveti gral među biljkama i Kovačka vodica, nabavljeni zahvaljujući saradnji sa Etnografskim muzejom u Beogradu. Drugi dan smotre rezervisan je za filmove nastale u produkciji Muzeja Srema i predstavlja petogodišnju retrospektivu upotrebe filma kao sredstva u muzeologiji i etnografskom istraživanju. Filmovi Kovač, Ima leta kad žita ne rode, Vašar u Rumi i Golubinačke mačkare iz produkcije Muzeja Srema do sada su osvajali nagrade i bili prikazivani na festivalima u Kučevu (Festival televizijskog etnološkog filma), Velikoj Plani (Festival dokumentarnog filma "Zlatna buklija"), Beogradu (Međunarodni festival etnološkog filma) i Sofiji (Internacionalni festival etnografskog filma), a posetioci smotre će imati priliku da ih pogledaju u utorak, drugog dana smotre. Ulaz za sve programe je besplatan.

,

