

Кога завлегуваме во помирни води, сега кога почнуваме да ја одработуваме последната фаза од влезот во Европската унија, кога конечно и покрај сиромаштијата можеме да си кажеме дека ќе има малку мир за нас и сосредоточеност на нашиот секојдневен живот: сега е време за консолидирање на културната и идентитетска агенда за Македонците и за Македонија. Сега треба да го дефинираме конечно патот по кој ние ќе се идентифицираме во Европа, која за нас е "глобалното село", со зборовите на М. Маклуан.

Мое мислење е дека нашата консолидација треба да се одвива во неколку правци:

Првиот е секако довршување на "борбата за името", која не смее да заврши никако поинаку од изборување на правото уставното име да биде и меѓународно име на земјата. Последната формула на Нимиц е зона која може да биде решение за проблемот. По завршувањето на оваа фаза, не е крај туку почеток на нова "борба за БРЕНДИРАЊЕ" на името и поврзување на истото со Република Македонија. Ова мора да се разбере како основа на нашата идентификација бидејќи друга во догледно време (ако воопшто) нема да имаме. Нашите можности за економски "тигер" или воено стратешки актер се минимални и комедијални. Стратешката позиција на Македонија во регионот е клучна, но силата за наметнување на нашите интереси, користејќи "тврда моќ", од таквата позиција е минимална. Нашата среќа е што тоа наметнување во меѓународните односи од позиции на "тврда моќ" е во неможност да се користи од мноштвото земји (фала му на Бога), со исклучок на големите сили, па глобализацијата се одвива по некои други авени и информациски фронтови. Тука идентитетот и културата, со еден збор ЗНАЦИТЕ се форми на комуникација и позиционирање од највисок и најпрофитен национален интерес. Брендмирањето на името Македонија е моќно оружје во тој контекст.



Љубомир Д. ФРЧКОСКИ

“
*I li rabot et e
kako lu/e
ili umret e!*

FRČKOSKI
”

КОНСОЛИДА



Како нема да имаме монопол на тоа име (Грција ќе биде интензивен наш конкурент за тоа), ние мораме да ја искористиме предноста на тоа што Македонија е основата на нашето уставно и меѓународно име - за сè што правиме да залепиме со таа етикета. Нормално на "брендот" треба да се работи стратешки и оперативно. Не е најважно (иако е исклучително важно), државата преку министерствата да подготви план за презентација на РМ во странство и слични баналности. Тоа е само плацентата на активностите кои се подлабоки и потемелни. Мораме да работиме на "квалитет" на културната продукција која ќе

на православното христијанство, а Охрид негов светилник, и секако словенската култура. Македонија баштини и артефакти од римската и од исламската култура во регионот од ретка важност и вредност. Македонија е копчата на светот и Скопје мора да стане во регионот она што е Брисел за Западна Европа - раскрсница на вредности, информации, пари и центар на регионот.

Владата мора да ја смени и реконцептуализира својата надворешна политика од аспект на приоритетите. Не дали ЕУ или НАТО, што е општо место и апсолвирани вредности и цели, туку што понатаму? Понатаму "брендирање" на името и културата, промоција на човечкиот материјал од посебен квалитет. Имено, ние треба да станеме познато место на европските проекти за заштита на културното богатство и археолошки ископувања. Министерот за надворешни работи не смее да излезе ниту на една посета надвор ако во агендата не му е да донесе пари и оперативен проект за заштита и промоција на нашето културно милје. Други активности тој тешко дека ќе има или дека ќе бидат важни!

Во Охрид веројатно треба да се основа еден мал, но елитен "византолошки институт" и веднаш да се умрежи со меѓународни проекти, пред сè, ориенти-

Економски, Филозофски, Филолошки и некои од блиските институти, ќе треба да го задржи името "Кирил и Методиј". Таквите реформи ќе мора да бидат проследени со јасни и силни финансиски осамостојувања на универзитетите, кои се финансиски добро стоечки и со јасно дефинирана поддршка од страна на државата, каде таа има свој интерес.

Ова сè поради императивот: знаењето мора да се постави како државен приоритет број еден. Потоа знаењето мора да се УМРЕЖИ и да се компарира, мери и конкурира. Мораме да воведеме остри критериуми и голема мобилност на знаењето и трудот поврзан со тоа. Нам, како мала држава, тоа не смее да ни биде тешко, а нашата културна матрица ни дава шанси за добра позиција на селектираниот материјал.

Имаме среќа дека она со што располагаме, културна идентификација и знаење, е клучна вредност во епохата на глобализацијата. Сега треба да ги воведеме ПАРИТЕ во целата таа приказна, а за тоа ни треба поинаков, побезмилосен критериум на селекција и знаење.

Од сè тоа ќе профитираа сите во Македонија. Тоа не е утопија туку можеби и единствена опција, која сега не ја гледаме или некои не ја гледаат.

ЦИЈА

го има брендот "Македонија"). Тука ЕЛИТИЗМОТ И КВАЛИТЕТОТ имаа апсолутна предност. Нашите значајни културни творци и интелектуалци мора да добијат статус на поддржувани мајстори со "сите права". Мораме да развиеме самоодржувачки инстинкт за селекција и поддршка на младите таленти и паметни деца по секоја цена. Мораме сè тоа да ГО УМРЕЖИМЕ во меѓународни центри за соработка, промоција, со еден збор културен живот и конзумција. И мора внатре во државата да развиеме систем на мрежи и селекција, која ќе знае што бара и што сака да добие од меѓународната помош во ЕУ или кој и да е странски партнер. Кога на меѓународна конференција ќе се каже дека доаѓа некој од "Македонија" тоа секогаш треба да значи, во најмала рака некоја интересна персона, која има што да каже. Тоа никогаш не смее да биде "метилъаво дете". Видете ги сега дел од нашите експерти по комисиите на европските тела: муватори, пензионирани, слаби, комуњарски професори, изгубени и најмолчаливи суштества што некој некаде ги видел?! Ако тие ни го досоздадат "имиџот" тоа многу тешко ќе се "опраа".

Треба да стане дел од културата на Македонија, една стоичка и спартанска црта на политиката, дека во тела каде се бори за националните интереси се испраќаат секогаш најдобрите и најталентирани деца да учат и да се борат.

Она што тие деца ќе го репрезентираат и за чии интереси ќе се борат е земја која баштини три клучни култури во регионот: онаа на старомакедонската држава на Филип I Александар; византиската екумена; Македонија е центарот

ОНА ШТО ТИЕ ДЕЦА ЌЕ ГО РЕПРЕЗЕНТИРААТ И ЗА ЧИИ ИНТЕРЕСИ ЌЕ СЕ БОРАТ Е ЗЕМЈА КОЈА БАШТИНИ ТРИ КЛУЧНИ КУЛТУРИ ВО РЕГИОНОТ: ОНАА НА СТАРОМАКЕДОНСКАТА ДРЖАВА НА ФИЛИП I АЛЕКСАНДАР; ВИЗАНТИСКАТА ЕКУМЕНА; МАКЕДОНИЈА Е ЦЕНТАРОТ НА ПРАВОСЛАВНОТО ХРИСТИЈАНСТВО, А ОХРИД НЕГОВ СВЕТИЛНИК, И СЕКАКО СЛОВЕНСКАТА КУЛТУРА. МАКЕДОНИЈА БАШТИНИ И АРТЕФАКТИ ОД РИМСКАТА И ОД ИСЛАМСКАТА КУЛТУРА ВО РЕГИОНОТ ОД РЕТКА ВАЖНОСТ И ВРЕДНОСТ. МАКЕДОНИЈА Е КОПЧАТА НА СВЕТОТ И СКОПЈЕ МОРА ВО РЕГИОНОТ ДА СТАНЕ ОНА ШТО Е БРИСЕЛ ЗА ЗАПАДНА ЕВРОПА - РАСКРСНИЦА НА ВРЕДНОСТИ, ИНФОРМАЦИИ, ПАРИ И ЦЕНТАР НА РЕГИОНОТ.

рани по "Виа Игнација" од Рим до Константинопол.

Потребна е реформа на уситнување на мамутскиот Универзитет "Св. Кирил и Методиј" во веројатно три до пет "тематски универзитети", кои ќе организираат предметно и интересно поблиски факултети и ќе бидат поцентрализирани, помобилни и конечно во согласност со стандардите на европскиот систем на образование. Новиот универзитет за општествени науки (Правен,

Идентификационата матрица на Македонецот не може да биде (по цена на суицид) исплашеност, неснајденост, и изгубеност од една страна, а од друга селски национализам и плачи-пи... коვნост над судбината и конспирациите кои други ги плеткаат околу нас! Профилот на Македонецот е индивидуализам со јасна свест за културните корени, прецвакани и подигнати на софистицирана културолошка чипка на глобалното село на информатичката култура.