

BAŠTINSKE USTANOVE NA RAZMEĐU

ILI

GDJE JE GRANICA IZMEĐU *PRAVOG* MUZEJA I NJEGOVE ZABAVLJAČKE
INAČICE

TOMISLAV ŠOLA

Filozofski fakultet, Zagreb

POČETNI PROBLEM

Činjenica je da su neki muzeji, u nastojanju da budu atraktivni publici i važni financijerima, zakoračili u područje zabave. Taj se problem u profesionalnom žargonu zove "diznifikacija" muzeja. Okolnost: svijet profita utopljen u efemernu zabavu kao konačnu iluziju sreće. Pitanje: Gdje su granice? Kako prepoznati razmeđe?

ODGOVOR KAO BROJ PROTUPITANJA

- a) Gdje je granica između umjetnosti i kiča?
- b) Gdje je granica između pametnoga govora i ljeporječja?
- c) Gdje je granica između lijepog i napirlitanog (ulickanog, suviše ukrašenog)?
- d) Gdje je granica između glazbe i milozvučja?
- e) Postoji li granica između ljekovitog i otrovnog?

...ltd.

Muzeji su u krizi koncepcije: sve je jasnija spoznaja da u društvu dramatičnih promjena kasne s prilagođavanjem i time ugrožavaju svoju uspješnost ili čak opstojnost. Stoga postoji i iskušenje da se prečacem dođe do društvene relevancije i sigurnosti. Dva su osnovna rješenja za prečac: servilnost dominantnim društvenim snagama ili podilaženje nagonima i primarnim potrebama posjetilaca.

ODGOVOR KAO NAČELNI STAV

Sve je pitanje mjere. Prava umjetnost se zna svidjeti gotovo kao kič, a kič odglumiti pravu umjetnost. Pametan govor najčešće je i dopadljivo izrečen, a ljeporječje (ma kako isprazno) često zvuči pametno. Ono što je lijepo često se takvim (nekom) čini samo zbog ukrasa, ali postoji ružnoća koja ima ukrasa jednako toliko ili više. Glazba je najčešće milozvučna, ali samo milozvučje najčešće nije glazba. Lijek je lako otrov, a otrov pak lijek. Postoji, dakle, mjera ovisna o znanju, inteligenciji, o predodžbama i pojmovima koje imamo, koja nas čini sposobnim uočiti jednu ili drugu kvalitetu. Budući da je i sama ljepota "stanovito suglasje divergentnih elemenata" (Toma Akvinski), jasno je da je osjećaj mjere, spoznaja o odnosu tih elemenata - mjera prosudbe. Lako je razlikovati očite odnose, recimo između Bellinijeva srebrnog svijećnjaka i kvazibaroknog svijećnjaka od galvanizirane plastike. Lako je uočiti i razliku između *Deutsches Museuma* i *Disneyworlda*. Teško je pak reći da li je *Beamish Museum*, "theme park" na sjeveru Engleske, konceptijski već zabava ili "samo" zabavni muzej. Zabavni muzej znači da je u stanju obraćati se svojim posjetiocima na način koji nije već anegdotalno muzejski dosadan. Lako je, naprotiv, reći da je *Viking centre* u Yerwiku muzealizirana atrakcija. Dakle, to je zabavište na jednu od tema iz baštine i stoga njegovih milijun (ili dva) posjetilaca na godinu nisu muzejski posjetioci (pa je, odatle, nepotrebna usporedba), ali da tradicionalni muzeji imaju štošta odatle naučiti, to je neosporno.

PRIJE I UMJESTO ZAKLJUČKA

U praksi je jedino struka mjerodavna da jasno ustanovi na kojemu mjestu komunikacija baštine, vođena nekim iskušenjima, postaje zabavom, a prestaje biti dio "društvenog projekta". Štoviše, ta je sposobnost uvida i procjene cilj i znak stručnosti kakve djelatnicima na području baštine nedostaje. Rezultat tog defekta struke nije, kao što bi se moglo vjerovati, hitna akcija na ostručavanju (da bi se mogli snaći u toj dilemi), nego najčešće povlačenje u "sigurne vode", dakle u oblik djelovanja u kojem strukovna tradicija nije imala takva iskušenja s kojima se sučeljava u suvremenim okolnostima. Postoji samo jedan način da se pobjegne od odgovornosti: da trži svoju samostalnost i integritet, kako je već prije bilo rečeno. To je potpisivanje poraza. Na sreću, u većini muzejski razvijenih zemalja, muzejska je struka s pozitivne strane razmeđa: čvrsto pri prerastanju zanimanja u profesiju. (1)

Nedvojbeno je, koliko i površno, da se atraktivnost i dostupnost muzeja povećava premještanjem ciljeva muzeja na područje koje već tradicionalno pripada djelatnostima zabave. Štoviše, budući da su zabava i korištenje slobodnog vremena postale moćnim industrijama, njihova je konkurencija tako jaka da muzeji i ostale ustanove s područja baštine moraju napraviti taj iskorak. Ali, dakako, ne da bi se natjecale u tom poslu, nego da bi svojoj ponudi dale onaj potrebn minimum atraktivnosti koji suvremeni posjetilac muzeja traži i treba. Dakle, pitanje mjere.

Ulazeći u demokracijsku sintagmu sa zakašnjenjem od nekoliko desetljeća, ponegdje i cijelog stoljeća, muzeji (a čini se i srodne ustanove) tek sada uočavaju: (a) da im je osnovni zadatak komunikacijske prirode i (b) da moraju sudjelovati u društvenom projektu. Uravnotežen, suzdržan razvoj, očuvanje vitalnih sila identiteta, kontinuiranje vrijednosti radi preživljavanja i "spasenja" (kao što bi rekao D. S. Ripley) - to su osnovni zadaci ustanova i akcija baštine u tom projektu.

INSTITUCIJE BAŠTINE NA RASKRŠĆU

"Razmeđe" zvuči i intelektualno i jednostavno: ili - ili. Ali, život izvan profesorskih domišljaja nikad ne nudi eleganciju te vrste. Zato razmeđe nije razmeđe, nego upravo raskršće. Evo o čemu je riječ. Nakon kašnjenja koje je nastalo u evoluciji društvene uloge muzeja, struka se u ovih nekoliko desetljeća našla pred nekoliko mogućih smjerova razvoja. Na raskršću su očite četiri mogućnosti, od kojih je jedna bila nastaviti smjerom u produžetku obavljenog puta. Taj ćemo smjer dosta ispravno nazvati "Sciencia", dakle, znanost.

Drugi je smjer obrazovanje - "Educatio". To je ozbiljan put koji najradije poduzimaju moralisti - ljudi koji ne bježe od odgovornosti, ali obrazovanje potajno smatraju postupkom kloniranja dopuštenih vrijednosti. U šezdesetim godinama činilo se da se preuzimanjem obveze obrazovanja posjetilaca rješava problem preživljavanja institucije, očita kriza profesije i potreba da se muzeji prilagode promjenama. Još do danas je živo uvjerenje da je to ispravan put.

Treći je pravac "Euphoria" - recimo, veselje. Staza je silazna i vodi prema šarenoj dolini. Tim bi se putem stiglo do muzeja kojem je mjerilo uspjeh kod najšire publike, dakle broj posjetilaca i puna blagajna, a način da se to postigne bio bi da im se na temu baštine pruže sadržaji ushita, smijeha, nostalgije. Uza sve poštovanje respektabilnoj instituciji cirkusa, gdje ti ciljevi mogu imati gotovo umjetnički oblik, takvi profitabilni ciljevi ne ostavljaju mjesta za više ambicije.

Malo ih je vidjelo da sasvim na suprotnoj strani od "Euphoriae" (dakle, tamo ulijevo) postoji četvrti odvojak - uska uspinjuća staza na čijem početku stoji oznaka "Sapientia" - mudrost. Za taj se put treba opredijeliti.

Zašto je četvrti smjer najbolji? Zato jer je to dostojna idealistička projekcija općeg dobra i zato jer nudi golem institucionalni i stručni sklop kao sredstvo i metodu djelovanja *hic et nunc*. Putokaz "Sapientia" (ili možda "prudētia") dobro imenuje cilj - djelatnu mudrost. Da bi se obranio savjet i bolje odgovorilo na pitanje, potrebno je objasniti kakav se muzej nalazi na kraju te malo korištene i naporene staze, i gdje je granica prema zabavljačkome muzeju. Recimo

da je to muzej za običnog čovjeka i za svakodnevnu uporabu. Taj je muzej rezultat konceptualne reforme postojećeg stanja.

No prije daljnjeg obrazloženja, treba o reformi reći i ovo: neki elitni muzeji trebaju odoljeti nekritičnim reformama (opet, pitanje mjere!) jer je društvo bez dobre elite vlak bez vuče. No takvih je muzeja posve malo, i ja ih jedva vidim u našoj sredini. Linearnoj reformi trebaju pridonijeti i neki muzeji koji su postali dio kulturnog identiteta zajednice kojoj pripadaju, te uvesti jasniju socijalnu misiju u svoje djelovanje (takvih je muzeja malo). Ostale institucije (dakle, većina), a posebno one nove koje nastaju, trebaju biti upotrebljive u svakodnevnim nedoumicama suvremenog čovjeka, ali ne tako da ponude rješenje, nego da obrazlože širinu problema i posljedice mogućih rješenja onako kako se mogu vidjeti u nepristrano sakupljenoj retrospektivi, dakle s širokim argumentima mudrog starca. Takvi muzeji trebaju biti mjesto posredovanja kvalitete ljudskog iskustva s ciljem da se sačuva vitalni dio svakog postignuća kako bi svijet ostao bogatstvo različitosti. Kao ustanove kulture, muzeji su korektivni mehanizmi razvoja, u mjeri u kojoj je kultura "savjest znanosti" (R. Barth). Takav je muzej kibernetičkog karaktera (2) jer mu je namjera da protudjelovanjem pridonese skladu i ravnoteži. Mudrost, kao znanje s namjerom, kao poruka dobra, nije mistična kategorija nego svakodnevna potreba, koliko u životu zajednice toliko i u pojedinačnim životima. Takav muzej ne može sakupljati i istraživati građu vođen znanstvenim perfekcionizmom, nego mora provoditi stvaralačku selekciju prema ulozi koju je sebi namijenio u društvu.

Od "uloge" u društvu, muzeji su, zasad možda još samo načelno, evoluirali do "poslanja", a to je pozicija jasne odgovornosti. I izbor i odgovornost samo su funkcije moralnog stava prema prošlosti i ulozi prošlosti u sadašnjosti i budućnosti. Dakle, humanistički stav i etika odredit će poslanje institucije. Ne bismo se trebali zavaravati da smo još uvijek samo u komforu svojih institucija jer ta vrata, jednom otvorena, vode u politiku i strategiju razvoja. A upravo tu nas i trebaju naši korisnici, jer muzeji, arhivi i knjižnice drže u svojim spremištima pregolemo blago ljudskog iskustva, svjedočanstva o usponima (koje treba ponoviti) i padovima (koje treba izbjeći). Rezultat je, naravno, prepun rizika i nepoznatih izazova, ali i društvene važnosti koja se, kao i svaka važnost, daje pretvoriti u materijalnu sigurnost. No do toga je još dug put, a staza, rekosmo već, strma i uska.

ZAŠTO NE VALJAJU OSTALE STAZE?

Nešto je već o tome i rečeno, ali treba ponešto i dodati da bi obrazloženja bila jasnija. Prva je staza odvela u scijentizam - znanje zbog znanja, informacije zbog znanstvenog interesa, u hiperprodukciju koja drži svojom kvalitetom nezainteresiranost za konkretne okolnosti i potrebe članova najšire zajednice. No takva znanstvena objektivnost i nepristranost imaju svoju cijenu, a ona je u ustanovama baštine, dakle, plaćena krizom relevancije. Uz tu primjedbu koja se ne

mora svidjeti, stoji i druga: razvijena društva kojih se ovo razmišljanje i tiče, financiraju sve više specijaliziranih znanstvenih, istraživačkih ustanova koje proizvode nekoć nezamislive količine znanja. U toj konkurenciji institucije baštine, koje nisu ni znanstvene ni istraživačke institucije *par excellence*, nemaju šanse.

To nipošto ne znači da muzeji, uza sve, nisu i znanstvene ustanove.

Druga staza, koja sugerira da su muzeji obrazovne ustanove, pretpostavljajući da je to ujedno rješenje za njihov sve krhkiji položaj u društvu - slaba je nada. Piramida školskog sustava sve je šira i obuhvaća, što prisilom i regularnošću, a što samo regularnošću, sve veći broj članova zajednice. U odgovoru na eksplozivni rast potreba za specijalističkim znanjima, industrija obrazovanja postala je moćnija nego ikad. Na području posredovanja socijalno formiranog znanja i s kvalitetama u dosizanju odgojnih ciljeva, muzeji i slične ustanove ne mogu biti nego usputna, makar i dobrodošla, nadopuna. Dakle, put u obrazovanje vodi prema tradicijski već zauzetoj poziciji.

To nipošto ne znači da muzeji, uza sve, nisu i obrazovne ustanove.

Treća staza, "Euphoria", lagodan put prema sve napućenijoj Dolini iluzija, izgleda kao dobar prečac do važnosti, lagan i unosan, koliko je moguće od kulture očekivati. Na odredištu što slični na sajam (s kojega se Pinocchio vratio tako grješan i prevaren), došljaci ove vrste imaju slabe šanse. Industrija zabave grandiozan je posao za posebnu vrstu eksperata koji izlaze iz sve brojnijih fakulteta turizma, sporta, organizacije slobodnog vremena i zabave. Vrijeme je, doduše, da se toj industriji doda kvaliteta, ali ne tako da im se pridružimo. Baština im je dugo na oku, a unatrag dvadesetak godina uvidjeli su da nosi u sebi dva odgovora na primarne ljudske nagone: nostalgiju i potrebu za snovima. Industrija zabave i slobodnog vremena služi se baštinom kao u supermarketu, uzima što joj treba, koristi i troši s pohlepom i bezobzirnošću koja je poznata kod svih koji su opčinjeni zaradom. Ta je industrija zbog štete koju proizvodi (jer baštinu samo troši, a ne štiti), još jedan razlog za postojanje institucija baštine. Sindrom globalne komodizacije, tj. Pretvaranja svake vrijednosti u robu, ne ostavlja ništa izvan svojeg dosega. Taj će proces, ne bude li protudjelatne akcije, opustošiti planet. U svojoj neevoluiranoj verziji, industrija zabave i turizam neprijateljski su tabori jer imaju niz osobina koje nas za svagda razdvajaju. Njihov je motiv profit, a naš poslanje; na jednoj strani "easy buck", a na drugoj trud za kvalitetom života. Razlika mora ostati.

Dakle, postavljeni ciljevi i njihova realizacija bit će teulja na kojoj se razlikuje područje zabave od projekta općeg dobra (ma kako to preuzetno zvučalo). Institucije se zabave u interpretaciji svijeta za svoje potrebe zadržavaju na mehaničkom i izvanjskom: njih ne zanimaju pitanja zašto i s kojim ciljem. No budući da je od uzvišenog do smiješnog tek korak, tako vrhunsku zabavu treba tražiti sasvim blizu vrhunskog umjetničkog čina i znanstvene komunikacije. Diznizacija muzeja, doduše, kao ni sam Disneyland, ne podrazumijeva vrhunsku

zabavu kojoj ima mjesta svagdje pa tako i u muzeju. Komunikacija na području baštine posebna je vrsta znanstvenog teatra, blizu jedne stare definicije poezije, prema kojoj je njezin zadatak "delectari et prodesse", da zabavi i bude korisna. Što bi trebalo biti drukčije s muzejima?

To nipošto ne znači da muzeji, uza sve, nisu i mjesta zabave i oplemenjene okolice.

OKOLNOSTI INFORMACIJSKE TEHNOLOGIJE

I - još jedna okolnost koja bistri pogled, olakšava izbor i upućuje na zajedništvo u djelovanju "informatička tehnologija".

Muzeji i ostale institucije baštine, ponajprije arhivi i knjižnice, raspolažu zastrašujuće velikim fondovima dokumenata, knjiga i predmeta u mješavini i preklapanju koja njihove podjele čini organizacijskim domišljajem administracije i znanstvenih specijalizacija. Ekspanzivni informatički sustavi, uz banke podataka hiperdimenzijskih osobina, ne razlikuju podatke po porijeklu i sve više upotrebljavaju institucije baštine kao jedan od svojih izvora. Kad bi bilo po poslovnoj logici, a vrijeme je da muzeji u tom smislu nešto nauče - važno je tko će imati većinski udio u konceptualnim dionicama. Dakle, kad je riječ o stvaranju informatičke mreže s bazom informacija koja se pravi na fundusima muzeja, knjižnica i arhiva, važno je dogovoriti tko odlučuje o koncepciji i tko zarađuje novac. Bez morala kojem nosioci mogu biti samo institucije s misijom, informacijskim sustavima vladaju *business* i kaos u mjeri mogućeg sređivanja i u promjenljivim odnosima. WWW-u nedostaje kvaliteta, dakle u osnovi etička dimenzija, da bi bio prohodan i uporabljiv. Informatička logika, koja informacije gleda bez potrebe da ih institucijski razdijeli, najinstruktivnija je pouka institucijama baštine: ono što pripada kompleksu baštine spada zajedno jer jedino tako može ostvariti potpunost koja je odsjaj, metafora cjeline. Time se otvara novo poglavlje suradnje s kumulativnim efektima koje je već moguće predvidjeti.

I, još jedna napomena: industrija posredovanja podataka, informacija i znanja, kakvu predstavlja globalno "umreženje mreža", jasno pokazuje da to nije područje na kojem institucije baštine trebaju tražiti svoju pravu realizaciju. To je *još uvijek*, a čini se i *sve više*, mjesto kvantitete, a ne kvalitete - u najboljoj varijanti mjesto znanja, a ne mjesto mudrosti. Kako je, naime, informacija prema poruci, zapravo sirov materijal, tako je mudrost etički izabrano i nekoj vitalnoj namjeri usmjereno znanje. Ne tješi mnogo da nam se sve više nude usluge kvalitetnog pretraživanja ili kvalitetnih baza podataka. Kao i na newjorškoj cesti: posve uz izlog preskupog restorana, beskućnik će jesti svoje otpatke, jer sve jest ili će bar biti pitanje novca. Kako iza te socijalno angažirane sličice stoji moralni stav jer podrazumijeva potrebu boljeg svijeta, tako će vjerojatno biti lako zamisliti da se muzeji, arhivi i knjižnice trebaju naći s ove strane razmeđa, odnosno na putu djelatne mudrosti. *Business* je stvorio *cyber-space* kreativnošću unajmljenog

rada i *cyber-space* ne može biti nego slika tog istog svijeta u kojem je profit jedina ideologija. To nije svijet koji možemo bespogovorno prihvatiti, i zato je svako izbjegavanje jasna angažmana pitanje odgovornosti baštinskih profesija. Baština bez morala nužno je samo manipulirano znanje o prošlosti.

DODATNI ZAKLJUČAK

Put "Sapientiae" kao sublimiranog, ako je moguće, i poetiziranog iskustva čovječanstva, vratit će nas na same početke gdje, uostalom, obitavaju sve istine. Vratit će nas na neke kvalitete primitivnog društva koje je sličnim mehanizmom osiguravalo sebi duhovno i materijalno preživljavanje. Malo mijenja na stvari što je taj beskrajno jednostavan mehanizam prijenosa i posredovanja vitalnih osobina identiteta po svemu ostalom neusporediv s našim golemim institucionalnim aparatom. Naš je pak svojom veličinom vjerojatna slika naše ugroženosti, straha od nestajanja i neskromne potrebe da se vječnost protumači i osigura svijetom predmeta.

Pitanja s početka o tome gdje odrediti razmeđe između prave profesionalnosti u muzejima i zabave (dakle, zabavljačke inačice ustanove) jest legitimno jer je postavljeno na osnovi stvarnih dvojbi iz prakse. Ali pitanje postaje neosnovano ako se složimo da muzeji nisu i ne mogu biti zabavljačke institucije, mjesta razonode i razbibrige. Postavljeno je pak zbog jedne zabune da je dobro ono što je uspješno, što je općeprihvaćeno, što je trendovsko i što donosi, bar se tako nevoljnoj većini čini, lagano stečenu relevanciju, status, financijsku sigurnost itd. Odgovor je već ponuđen, a ne šteti reći da je višeslojan i da, kao i svaki, zadire u bit poslanja baštine u suvremenom društvu. Bez temeljita obrazovanja za struku, stvari će se i dalje činiti fatalno jednostavnima, a to će pak struku(e) stavljati ili pred ovakve krive dileme ili je dovoditi u dobrovoljnu ataksiju pred svijetom koji ulazi u odlučujuću fazu svoje sudbine. Treba spoznati da izraz "globalizacija" nije nevin tehnički termin kojim označavamo slobodno širenje kapitala ili informacija. Ulog je veći: mi smo pred golemim inženjeringom kojem je posljedica (kad već ne i cilj) internacionalizacija kultura svođenjem na najmanji zajednički nazivnik. Rezultat toga brza procesa bit će tradicionalistička "muzealizacija" pamćenja i opća komodizacija svih vrijednosti, dakle i vrijednosti identiteta. Manipulirane tradicionalne baštinske ustanove pridonijet će inženjeringu kulture, stvorit će *managed identity*, odnosno u posljedici: društvo bez kulture. Možda je to i neizbježno, ne znam, ali ne želim misliti da će baštinske ustanove, osobito muzeji, ostati skrštenih ruku.

DODATAK O SADAŠNJOSTI I BUDUĆNOSTI

Tumačenje jedinstva baštinskih institucija danas je nešto lakši zadatak nego unatrag nekoliko godina. Neće biti da smo postali pametniji, nego tek da je potreba zajedništva očitija, dakle da

su okolnosti dramatičnije. Da bismo o tome uspješno govorili, a kamoli da bismo se za oblike zajedništva dogovorili, potrebna je odgovarajuća teorija, ako već ne i znanost. Od 1986. na odsjeku za informacijske znanosti na Sveučilištu u Zagrebu predaje se Opća teorija baštine, i to je dobar znak. Konceptualna osnova je bila davno predložena, ali razina inovacije u nekoj sredini ne može nadići opće sociokulturne i ekonomsko-političke znanosti.(3) Zbog istih razloga će biti teško očekivati da se u praksu uvedu konkretni oblici suradnje i mehanizmi zajedništva baštinskih struka koji bi teorijske lamentacije materijalizirali u aktualnim okolnostima.(4) To ne izgleda ni lako ni očito, i zato mislim da je to sljedeća faza naše suradnje i dogovaranja. Za zemlje kao što je naša, koje su tako opterećene regresivnim tendencijama, kreativnost te vrste bit će (makar simboličan) znak uključivanja među zrele i samosvjesne narode.

Bilo je prijeko potrebno više govoriti o muzejima nego o drugim ustanovama baštine zbog dva razloga: (a) zbog mogega slaba poznavanja knjižnica i arhiva i (b) zbog toga što su muzeji najviše izloženi iskušenjima suvremenog društva. Oni su, naime, očito je i laicima, komunikacijske ustanove i, gle vraga, na njima se (bar u nekoj varijanti) dade zaraditi stvarni novac. Razmeđe je za njih doista dramatično raskršće i to danas - ne sutra. Je li današnje društvo upravo društvo zabave, kao što je predloženo na ovom savjetovanju, ili je pak društvo iluzija, kako bih ga radije zvao - ostaje da se dogovori. *Poznavanje sadašnjosti* je, držim, najvažnije polazište u strategiji naših struka, u pokušaju da zasluže relevanciju i status, jednako kao što je promišljanje zajedništva baštinskih ustanova najjači prilog *rekonceptualizaciji*. Oba strateška opredjeljenja svjetski su trend za sljedeću dekadu.

I konačno, da se spustimo u stvarnost: Gdje će u tome svemu biti Hrvatska u kojoj misleći mozak na pragu trećeg milenija vrijedi - *jašta, marak i po kilo?*

BILJEŠKE

1. O tome da muzejska djelatnost nije profesija nego zanimanje, često sam pisao i pritom nailazio na značajan otpor i podršku. Smisao je bio uvijek, pa i sad, da budem *advocatus diaboli*, ne bi li tako lakše razgovarali o bitnim problemima struke.
2. Šola, Tomislav. Essays on museums and their theory - towards the cybernetic museum. Finnish Museums Association, 1997. Str. 294.
3. Prijedlog da se muzeologija konceptijski proširi u znanost o baštini ili *heritologiju*, dao sam u referatu "A contribution to a possible definition of Museology", "Interdisciplinarity in Museology", Annual Symposium ICOFOM, Paris, 1982, te mnogo puta poslije.
4. Neki su projekti u tom smislu već pokušani (autor: T. Šola): Slovenianum, 1985; Tama on Suomi, 1993; u svijetu je sve više pojedinačnih oblika suradnje, zajedničkog zakonodavstva, informatičkih mreža itd.