

Trg v Vzhodni Aziji: med izvozno umetnostjo in spominki

Nataša Vampelj Suhadolnik in Maja Veselič

Pomorščaki na avstro-ogrskih ladjah so konec 19. in v začetku 20. stoletja na Kitajskem in Japonskem naleteli že na povsem izoblikovan trg spominskih in drugih izvoznih predmetov, ki so ustrezali estetskim smernicam evropskih kupcev. Vzhodnoazijski obrtniki in umetniki so se namreč pri izdelavi izvoznih umetniških izdelkov že od prvih stikov z evropskimi trgovci, ko so v Macau leta 1557 vzpostavili portugalsko trgovsko postojanko (Kerr in Mengoni 2011, 9), prilagajali ter pri tem kombinirali različne oblike, motive, material in tehniko, da bi kar najbolje zadostili zahtevam evropskega okusa. Z odprtjem pristanišča v Kantonu (danes Guangzhou) leta 1698 za neposredno in stalno trgovanje med Kitajsko in čezmorskimi državami pa so se v naslednjih letih in stoletjih še natančneje izoblikovali kriteriji izdelovanja dekorativne umetnosti, namenjene izvozu, pri čemer so še posebej izstopali porcelan, pohištvo, lakirani in kovinski predmeti, emajlirani izdelki in slike (Choi 2000, 337). Vzporedno s tem so se v 17. stoletju vzpostavila večja trgovska podjetja, znana kot »vzhodnoindijske družbe«, ki so prevladovala v trgovanju z azijskimi državami.

Poleg dobave in veleprodaje vzhodnoazijskega blaga s strani omenjenih podjetij je bila za oskrbo s tovrstnimi dobrinami in zlasti za oblikovanje novih potrošniških trendov v Evropi zelo pomembna privilegirana trgovina pomorskih elit na ladjah, ki je zasebnike doma oskrbovala s po naročilu kupljenimi in včasih tudi izdelanimi predmeti. Poveljniki,

predstavniki trgovskih družb in kapitani so imeli namreč pravico, da na krovu, tako v kajutah kot v skladiščnih prostorih, hranijo del svoje zasebne lastnine. Po vnaprejšnjem naročilu so za znane končne stranke naročali in kupovali njihovim željam prilagojene izdelke ali po lastni presoji izbrali blago in ga po vrnitvi domov prodali ali podarili sorodnikom, poslovnim partnerjem in drugim. Ker je to zgodnjo trgovino močno zaznamovalo pomanjkanje transportnega prostora, so izpilili tehnike zlaganja in pakiranja predmetov ter do zadnjega kotička napolnili njim dodeljen prostor (von Brescius 2022, 125–26). Celo navadni mornarji, ki so v svojem razredu predstavljali kozmopolitsko kulturno avtoriteto, so pomembno oblikovali okus potrošnikov in domače delavske sloje seznanjali z eksotičnim blagom. Na svojih potovanjih so spoznavali raznolike predmete, s katerimi so trgovali, jih uporabljali in podarjali ali – ponavadi v nasprotju s pravili trgovskih družb – prodajali po vrnitvi domov (Lemire 2015).

Dostop do azijskih dobrin se je s tem v 18. stoletju še povečal, evropski trg pa so preplavili vzhodnoazijski izvozni izdelki, prilagojeni evropskemu okusu. V 19. in v začetku 20. stoletja so ti postali tudi pomembni zbirateljski predmeti, saj je po okrepitvi stikov med vzhodnoazijsko in evro-ameriško regijo ter zaradi izboljšane infrastrukture vedno več ljudi različnih profilov potovalo v Vzhodno Azijo.

Stalni dotok kitajskih predmetov ter obsedenost z »eksotičnimi« in nenavadnimi kitajskimi izdelki sta že v 17., v večji meri pa v 18. stoletju vodila v

izoblikovanje nekakšnega evropskega »globalnega« sloga *chinoiserie*, ko so v Evropi začeli posnemati posamezne elemente kitajske ornamentike in jih vključevati v produkcijo dekorativnih izdelkov, v arhitekturno in vrtno zasnovo, pa tudi v literaturo, gledališče in glasbo. Kot ugotavlja Oliver Impey (1977, 10), so predmeti s kitajskim dizajnom predstavljali »evropsko idejo, kako naj bi izgledali orientalski predmeti ali kako bi morali izgledati«, torej interpretacijo razumevanja »Orienta«, kot so jo skonstruirali na osnovi uvoženih predmetov in takratnih potopisov. Tovrstna manija po kitajski estetiki je dosegla tudi današnje slovenske kraje, ko je plemstvo dvorce krasilo s tapiserijami, okrašenimi s kitajskimi elementi, urejalo posebne »kitajske« sobane ter vanje umeščalo lokalne kitajsko obarvane in druge vzhodnoazijske izvozne predmete. Predmete tipa *chinoiserie* tako najdemo na Ptujskem gradu, vključno s poslikanimi tapetami, ki upodabljajo kitajske arhitekturne in vrtno elemente – zlasti pagodo – ter imaginacije kitajskih figur. Tudi lastniki gradu Lemberg so si v okroglem stolpu uredili kitajsko sobano, v kateri so hranili različne vzhodnoazijske predmete, stene pa okrasili kar z naključno kombinacijo kitajskih pismenk brez posebnega pomena. Navduševanje nad takratnim popularnim slogom pa ni ostalo le v domeni aristokratskih krogov, temveč se je širilo med srednji sloj. Meščansko hišo v Idriji so ravno tako krasile stenske slikarije z motivi *chinoiserie*,¹ med katerimi lahko še vedno prepoznamo motive pagod.

Poleg vneme za vse, kar je predstavljalo kitajski svet, je v 19. stoletju na evropske umetnike močno vplival japonski svet večbarvnih lesorezov, znanih kot *ukiyo*e oziroma »lebdeče slike«, ki so upodabljale mestno življenje, gledališke motive in življenje kurtizan ter beležile motive takratne sodobne Japonske. Še posebej veliko zanimanje so pozele med impresionisti. Ti niso le upodabljali posameznih japonskih predmetov na slikah, temveč so se predvsem podali v raziskovanje same umetnosti, pri čemer so jih še posebej navduševali dvodimenzionalnost in slikanje brez enokotne perspektive, nepričakovani

zorni koti in asimetrične kompozicije, kontrast med praznimi in naslikanimi deli, odnosi med človekom in naravo ter svobodna raba barvnih potez. Poleg japonskih grafik je med evropskimi prebivalci veliko navdušenje požela dekorativna umetnost, predvsem keramika, lakirani in emajlirani izdelki, samurajski oklepi in drugo orožje, *netsuke* – miniaturni kipci, s katerimi so na oblačila privezali škatlice za hrambo manjših predmetov – ter vezeni in slikani japonski paravani.

19. in zgodnje 20. stoletje je bil čas, ko so se v evropskih muzejih oblikovale prve večje zbirke vzhodnoazijskih predmetov; posredovali so jih prvi zbiratelji, ki so daljši čas bivali v Vzhodni Aziji ali za daljše obdobje tja potovali. Za avstro-ogrski prostor je tako še posebej zanimiva zbirka Heinricha von Siebolda (1852–1908), prevajalca in diplomatskega uslužbenca na avstro-ogrski ambasadi v Tokiu, ki jo je pridobil takratni avstrijski umetnoobratni muzej, pa tudi zbirka princa Enrica di Borbone (1851–1906), grofa Bardija iz Benetk, ki je v letih 1887–1889 na potovanju po Indoneziji, Japonski in Kitajski zbral zavirljivo zbirko približno 30.000 predmetov (Kumakura et al. 2001, 645). Sprva je bila na ogled v njegovem domu v Benetkah, po njegovi smrti pa je leta 1906 prišla v dunajsko dražbeno hišo Trau, tako da so jo prodajali v Avstro-Ogrski in zunaj nje (Vampelj Suhadolnik 2019, 103–104). Vedno večja prisotnost vzhodnoazijskih predmetov v Avstro-Ogrski je bila med drugim posledica vzpostavitve prvih diplomatskih stikov takoj po odprtju Sueškega kanala leta 1896, s čimer je Avstro-Ogrska pri potovanjih v Vzhodno Azijo dobila rahlo prednost pred zahodnoevropskimi državami.

Velik vpliv na širjenje kitajske in japonske kulture ter predmetov med takratne prebivalce je imel tudi svetovni dunajski sejem leta 1873. Njegovi organizatorji so namreč v težnji po predstavitvi Avstro-Ogrske kot moderne države, ki leži med »Zahodom« in »Vzhodom«, veliko pozornost posvečali prav postavljanju azijskih paviljonov, pri čemer so ustanovili poseben »odbor za Orient in Vzhodno Azijo« (*Comité für den Orient und Ostasien*). Vodil ga je kranjski baron Jožef Schwegel (1836–1914), ki je verjetno prav na tem sejmu pridobil manjšo

1 Za informacijo se Nataša Vampelj Suhadolnik zahvaljuje Metki Lokar.

japonsko skodelico, okrašeno v slogu *imari*, njen par pa je pristal v Muzeju uporabne umetnosti na Dunaju (MAK).² Nova japonska vlada in Kitajska sta na takšnem sejmu formalno sodelovali prvič, njuna prisotnost pa je v javnosti požela veliko zanimanje in navdušenje. To je vidno ne le v ustanovitvi Orientalskega muzeja na Dunaju (Orientalisches Museum) leta 1874, temveč so tudi druge javne zbirke začele vključevati vzhodnoazijske predmete, od katerih so nekateri prišli neposredno s sejma, hkrati pa je ta spodbudil vrsto drugih zasebnih zbirateljev, ki so jih vedno bolj navduševali predmeti iz Vzhodne Azije. Vse to nakazuje, da so si lahko tudi pomorščaki s slovenskega etničnega ozemlja brusili estetski okus ter zanimanje za Vzhodno Azijo gojili še pred odhodom na daljše morsko potovanje ter prvim stikom z deželami in prebivalci na Kitajskem in Japonskem. Nekateri so na ulicah svojih krajev morda celo srečali kitajske krošnjarje: že leta 1905 je v avstro-ogrskih časopisih in policijskih poročilih – tudi v Ljubljani – zabeležena prisotnost kitajskih potujočih prodajalcev kipcev iz milnika, slabo desetletje kasneje pa še prodajalcev papirnatih rož, pahljač in rezljank (Bofulin in Kalc, v tisku).

Izvozni porcelan

Med najbolj iskanimi predmeti kitajske izvozne umetnosti je bil porcelan. Evropska elita je masovno naročala in kupovala različne jedilne in čajne servise v belo-modri dekoraciji, ki so se ji v kasnejših stoletjih pridružile palete različnih barvnih odtenkov zelene, rumene, črne in roza, znane kot *famille verte*, *famille jaune*, *famille noire* in *famille rose*, odvisno od prevladujoče barve. Pri tem sta se razvila tudi dva osrednja tipa dekoracije: kobaltno modra poslikava pod glazuro, ki je bila žgana v enem postopku in zato cenejša, ter barvni emajli nad glazuro, dodani po prvem žganju, kar je zahtevalo večkratno žganje, to pa je izdelke podražilo (cf. Kerr in Mengoni 2011, 21). Kar se tiče motivike, je bilo poleg

tradicionalnih kitajskih motivov, kot so cvetje, borovci, bambus, slive in drugo sadje iz vrst prunusov ter krajina s pagodami, od 17. stoletja priljubljeno okraševanje z grbi evropskih kraljevskih in drugih aristokratskih družin ter večjih korporacij, s čimer je porcelan postal nov medij izražanja družbenega statusa in družinskih povezav. Poleg grbov so bili priljubljena dekoracija različni religiozni, mitološki, alegorični in zgodovinski prizori, ki so jih kitajski izdelovalci kopirali po evropskih grafikah in risbah (Kerr in Mengoni 2011, 59). Hkrati so posnemali različne oblike v Evropi popularnih keramičnih posod, kot so lonček za kavo v obliki hruške ter vrči raznih oblik z ročaji in pokrovi, vključno z izdelovanjem emajliranih živalskih figuric, figur trgovcev, plesalcev in drugih oseb. Tovrsten porcelan so v Evropi večkrat rahlo preoblikovali, saj so ga obdali s kovinskimi (zlatimi in srebrnimi) dodatki, še posebej ročaji, kljuni in pokrovi.

Glavno središče izdelovanja porcelana je bil od 10. stoletja Jingdezhen v provinci Jiangxi (še danes prevladujoče središče izdelovanja porcelana), ki je izdeloval tudi porcelan za cesarski dvor v Pekingu. Z vedno večjim povpraševanjem pa so se tudi v drugih krajih v bližini obalnih predelov, še posebej v provincah Fujian in Guangdong, začeli vedno bolj usmerjati v proizvodnjo izvoznega porcelana. Še posebej velja omeniti figurice Dehua (Fujian), v Evropi bolj znane kot *Blanc de Chine* (»Belo iz Kitajske«). Med njimi je še posebej izstopala popularna kitajska bodisatva Guanyin, eden najpomembnejših likov budističnega panteona, ki so ga večkrat spremljali fantki (slika 1). Na Kitajskem je bila namreč Guanyin znana kot »boginja«, ki parom prinaša sinove (Kerr in Mengoni 2011, 125). Podobnost s krščansko Marijo z Jezusom, še posebej ko je otrok sedel v naročju, je tako še pospešila prodajo tovrstnih figuric.

V trgovanje s porcelanastimi izdelki se je kmalu vpletla tudi Japonska, saj se je proizvodnja porcelana v dinamičnem obdobju prehoda med dinastijama Ming (1368–1644) in Qing (1644–1912) na Kitajskem občutno zmanjšala, evropski apetit po porcelanu pa se je kvečjemu povečal. Zato so se trgovci v tem času obrnili na otok Kyushu na Japonskem.

² Več o Schweglu, raziskovanju provenience japonskih skodelic in njegovem delu pri dunajskem sejmu glej Berdajs 2024.



Slika 1: Sedeča bodisatva (skrt. *bodhisattva*) Guanyin z otrokom, Kitajska, dinastija Qīng, ok. 1700–1705 (Rijksmuseum, Nizozemska, foto Europeana, javna domena).

Tu je še posebej popularen slog postal *kakiemon* z nadglazurno emajlirano dekoracijo (Kerr in Mengoni 2011, 27). Nadvse priljubljen japonski porcelan je bil tudi *imari*, ki so ga izdelovali v kraju Arita, prav tako na otoku Kyushu, imenuje pa se po pristanišču, od koder so ga odpošiljali v svet. Okrašen je bil v kobaltni modri barvi pod glazuro, nad glazuro pa so slikali rdeče in zlate vzorce. Ta tip porcelana so začeli po umiritvi razmer ob prenosu dinastične oblasti kmalu posnemati na Kitajskem, zatem pa je na evropskem trgu vedno bolj prevladoval.

Nadaljnji razvoj v večbarvnih izvoznih izdelkih je opazen v prvi polovici 18. stoletja, ko so v Kantonu vzpostavili delavnice za izdelovanje emajlov. Angleška vzhodnoindijska družba je tu vzpostavila tovarne, v katere so iz Jingdezhen pošiljali neokrašene porcelanaste izdelke, ki so jih krasili v teh delavnicah, kar je tujim trgovcem olajšalo dostop in omogočilo večji nadzor (Pierson 2007, 39). Ko so evropske manufakture v poznem 18. stoletju same začele izdelovati porcelan, se je po eni strani dinamika še povečala, saj so kopirale kitajski in japonski izvozni porcelan, tovrstne evropske posnetke pa so nadalje posnemali tudi na Kitajskem. Po drugi strani se je v Evropi zmanjšala potreba po vzhodnoazijskem izvoznem porcelanu, zato so kitajska proizvodna središča pozornost preusmerila na druge trge, predvsem Singapur in Malezijo, pri tem pa razvila druge tipe posod, ki so ustrezali okusu tamkajšnjih prebivalcev (Pierson 2009, 108–109). Kljub vsemu so bile lokalne trgovine v obalnih predelih Kitajske in Japonske v poznem 19. in v začetku 20. stoletja založene z najrazličnejšimi porcelanastimi posodami, še posebej čajnimi servisi. Po njih so posegali tudi pomorščaki s slovenskega etničnega ozemlja, še posebej pa jih je privlačil japonski izvozni porcelan.³

Izvozni lakirani izdelki

Poleg porcelana so evropske prebivalce navdihovali lakirani izdelki, saj je bil lak, podobno kot porcelan, neznan. Izdelke iz teh materialov so tako začeli enačiti kar z geografskim izvorom, izraz »china« je

postal sinonim za vse porcelanaste posode (tudi za kasnejši evropski porcelan), z izrazom »japanning« ali »jappaned« pa so poimenovali vso kasnejšo imitacijo vzhodnoazijskega laka. Tako kot porcelan so tudi lakirane izdelke že od 16. stoletja izvažali v Evropo. Okrašeni po okusu evropske noblese so pri plemstvu kmalu postali modni hit. Sprva so prevladovali japonski izvozni lakirani predmeti, poznani kot *nanban* (*namban*). *Nanban* v osnovi pomeni »južni barbari«, tako so namreč Japonci po prvih stikih s Portugalci v 16. stoletju imenovali tujce iz Evrope, ki so do Japonske pripluli po južnem morju. Za te predmete je značilna zlata poslikava na črnem laku, ki je bila večkrat okrašena z biserno matico. Posebnost japonskega laka je namreč tehnika okraševanja, znana kot *makie*, kar dobesedno pomeni »posuta slika«, saj so zlati ali sicer manj pogosto srebrni prah posipali na še ne posušeno črno lakirano podlago. Tehnika je pogosto kombinirana z intarzijami iz drugih kovin, večkrat pa je dodana tudi biserna matica. Večinoma so jo uporabljali za okrasitev albumov, majhnih prenosnih etuijev, pisemskih škatlic, škatlic za hranjenje pisalnega pribora in posod za prenašanje hrane, pa tudi za krašenje izvoznega laka.

Še posebej popularne so bile posebej za izvoz izdelane kabinetne omarice z notranjimi predali, ki so v sobanah, običajno ob zidovih, stale na visokih nogah (slika 2). Te so skupaj z zbirko modro-belega porcelana postale modna dekoracija azijsko navdihnjenih notranjščin. Poleg kabinetnih omaric so notranjščino večkrat krasile okrogle lakirane mizice. Tem predmetom so estetske smernice večinoma narekovali nizozemski uslužbenci Vzhodnoindijske družbe, saj so po izgonu Portugalcev iz Japonske v začetku 17. stoletja ti postali edini Evropejci, ki so lahko trgovali z Japonsko, sicer omejeni na življenje na umetnem otoku Dejima v zalivu Nagasakija (Vampelj Suhadolnik 2021a, 32). Poleg japonskih lakiranih kosov pohištva so bili zaželeni kitajski izvozni predmeti iz laka. Med njimi je v 17. stoletju prednjačil zložljivi paravan »Bantam« oziroma »Coromandel«, ⁴ okrašen z vrezovanjem vzorcev v lak, s katerim so prevlekli leseni del.

3 Več o tem glej prispevek Tine Berdajs v tej knjigi.

4 Ime je izviralo iz imen pristanišč v Indoneziji in Indiji, preko katerih so tovorili blago (V&A n. d.).



Slika 2: Kabinetna omarica, v katero je nizozemski mizar vstavil dele japonske lakirane skrinje, ki je prešla iz mode, les, Nizozemska, ok. 1700–1705 (Rijksmuseum, Nizozemska, foto Europeana, javna domena).



Slika 3: Album slik s prizori deklet in otrok, papir iz drevesa *Tetrapanax papyriferus* (*tongcao*), svila, Kitajska, Guangdong, dinastija Qing, pozno 19. stoletje (Skušкова zbirka, SEM, foto Blaž Verbič).

Izvozni lakirani izdelki so bili zanimivi tudi za pomorščake, ki so v 19. in 20. stoletju pogostejše in za dalj časa prihajali v stik z Vzhodno Azijo.⁵ Hkrati je naraščajoči dotok zahodnih obiskovalcev srednjega razreda na Kitajsko in Japonsko ustvaril povpraševanje po manjših, prenosljivih in cenovno dostopnih spominkih, kar je dodatno spodbudilo zbirateljsko manijo v 19. stoletju.

Podobe Vzhodne Azije za oči tujcev

Pristaniška mesta so bila preplavljena s poceni predmeti, kot so albumi za fotografije in razglednice, običajno iz lesa in laka z vložkom iz slonovine ali biserne matice, lakirani pladnji, pipe za opij, vezenine z motivi ladij in pristanišč, porcelanaste skodelice in

krožniki, čajni servisi in majhne izvozne slike, namenjene ponazarjanju lokalnih običajev, ki so pritegnile pozornost radovednih tujih oči.

Ravno te so bile odlična zamisel kantonskih umetnikov, ki so iskali bolj cenen medij za vedno večje potrebe množične turistične potrošnje. V te namene so iz stržena avtohtonega zimzelenega grmičastega drevja *tongcao* (*Tetrapanax papyrifer*) začeli izdelovati poseben mehek papir žametne teksture, idealen za upodabljanje »eksotičnih«⁶ kitajskih običajev. Upodabljali so lepa dekleta, proizvodnjo čaja in svile, razkošna vezena oblačila višjih slojev, prizore iz pekinške opere in drugih gledaliških predstav, ladje v okolici pristanišč, pa tudi pravni sistem in kazni ter druge, za tujce ne navadne običaje. Tudi v Skuškovski zbirki najdemo dva kompleta teh slik, ki so jih običajno po 12 vezali v posamičen album. En album prikazuje vesele in sproščene prizore deklet v njihovem vsakdanu, kot so igranje na

⁵ Več o tem glej prispevek Hrvatini v tej knjigi.



Slika 4: Album slik s prizori kaznovanja, papir iz drevesa *Tetrapanax papyriferus* (*tongcao*), svila, Kitajska, Guangdong, dinastija Qing, pozno 19. stoletje (Skuškova zbirka, SEM, foto Blaž Verbič).

inštrumente, opazovanje okolice, klepet, varovanje otrok in igranje namiznih iger (slika 3). Dekleta so oblečena v tradicionalna oblačila, v ozadju pa jih spremljajo potonike, vrbe, slivova drevesa ter druge vrste cvetja in dreves. Na poslikavah so dodani zapisi v kitajščini, ki opisujejo prijetno in sproščeno vzdušje. Drugi album nasprotno prikazuje različne načine kaznovanja v dinastiji Qing, ravno ti pa so bili med najpopularnejšimi motivi med tujimi popotniki, ki jih je pot v 19. stoletju zanesla na Kitajsko (slika 4).

Na področje izvoznega slikarstva je sredi 19. stoletja močno posegel izum fotografske tehnike. Fotografije na začetku zaradi zapletenih in dragih postopkov niso bile konkurenčne kantonskim slikarjem, temveč so jim dodatno olajšale delo, saj so si z njimi pomagali kot z modeli, vzorčnimi podobami, po katerih so nato množično ustvarjali slikarske albume. Toda z napredkom fotografskih in kasneje tiskarskih tehnik,

ki so poenostavile prenos in reprodukcijo fotografij na papirju, so fotografije in razglednice postopoma nadomeščale izvozne slike. Zato so se delavci v slikarskih delavnicah sčasoma preusmerjali v barvanje fotografij in razglednic (Titus 2012, 9). Kljub novim tehnikam pa so tipi motivov v precejšnji meri ostali enaki – predstavitev različnih vrst obrti, prevoznih sredstev, kaznovanja, življenja žensk v zasebnih prostorih in podobno (sliki 5 in 6).

Predmeti vsakdanje rabe kot zbirateljski in izvozni predmeti

Tuje povpraševanje po cenejših in dekorativno prilagojenih vzhodnoazijskih predmetih je privedlo do množične proizvodnje tudi drugih priljubljenih tipov predmetov.



Slika 5: Fotografija z naslovom »Mlade Kitajke« iz albuma fotografij Pekinga in okolice, Kitajska, konec 19. ali začetek 20. stoletja (Skuškova zbirka, SEM).



Slika 6: Kitajska jetnika v kladi podobni kaznovalni napravi, razglednica, ki jo je Ivanu Koršiču 19. 4. 1907 poslal Zvonimir Ožegović, Kitajska, začetek 20. stoletja (album razglednic Ivana Koršiča, PMSMP).



Slika 7: Vezenina na svilo, Japonska, 19. ali 20. stoletje (PMSMP, foto Boris Farič).

Sem sodijo kovinski izdelki, kot so kosi samurajskega orožja in delov opreme, ki so v tem času med Japonci in tujci postali priljubljeni zbirateljski predmeti. Kar so bili prvotno posamezni sestavni deli, kot so ročaji majhnih nožev *kozuk* in brani ki samurajskih mečev *tsuba*, so postali samostojen izdelek, ki je imel svojo vrednost kot zbirateljski predmet ali spominek (Shigemori Bučar 2020).⁶ Podobna prilagoditev tradicionalnih tipov predmetov so tudi lakirani pladenj iz zapuščine Josepha Bertholda ter reliefni slike na lakiranem lesu, ki ju je domov prinesel Anton Ukmar (vsi iz Japonske). Čeprav so bili lakirani izdelki tam izjemno priljubljeni predmeti vsakdanje rabe, pri pladnju relief, ki onemogoča polaganje stvari nanj, pri reliefnih

slikah pa neobičajne dimenzije in okvir za pritrdjevanje na steno, dokazujejo, da so bili izdelani kot dekorativni predmeti za tuji trg.⁷ Zgoraj omenjeni majhni, a prefinjeno dekorirani oblačilni dodatki *netsuke*, s katerimi so na Japonskem na kimono privezovali manjše predmete, kot so denarnice in tobačnice, so se iz praktičnega vsakdanjega pripomočka prav tako spremenili v zbirateljski predmet. Pri tem so pogosto izgubili luknjice za napeljavo vrvic in se spremenili v majhne kipce.⁸

Indici kažejo, da je bila tudi japonska vezzenina na svilo neznane provenience, ki jo hrani Pomorski muzej Piran, predelava prvotno po domačih standardih izdelanega predmeta (slika 7). Vezzenina, ki

6 Več o tem glej prispevek Shigemori Bučar v tej knjigi.

7 Več o tem glej prispevek Hrvatini v tej knjigi.

8 Več o tem glej prispevek Visočnik Gerželj v tej knjigi.

bi lahko po velikosti služila kot pregrinjalo za posteljo, je namreč sestavljena iz štirih, na robovih med seboj s posebno tehniko zlepljenih kosov. Dimenzije posameznih kosov nakazujejo, da bi jih lahko vpeli v okvir paravana. Toda priložena etiketa, ki je sicer zaradi obledelosti težko berljiva, spodbuja sklep, da je neznani obiskovalec vezenino kupil nekje na Japonskem že v takšni obliki, ne pa kot posamezne kose, ki bi jih dal povezati doma. Bogdana Marinac domneva, da bi pri nas kose med seboj povezali s šivanjem, ne lepljenjem.⁹

Tekstil in vezenine iz Kitajske so bili že od 17. stoletja predmet živahnega trgovanja z Evropo, tako v obliki sočasnega izvoznega blaga kot v obliki starin in zbirateljskih predmetov. Ker je bilo kose blaga ali razkrojena oblačila enostavno prilagoditi za domačo rabo – na primer v obliki prtov, okrasnih obrob na oblačilih ter pri izdelavi oblazinjenega pohištva, baldahinov, pregrinjal, blazin in drugih dodatkov –, so postali modni element v domovih britanskih in drugih višjih slojev. Njihova raba se je dodatno razširila od sredine 19. stoletja, ko so po opijskih vojnah na Kitajskem odpravili omejitve glede trgovanja s tujci, in pomembno zaznamovala imaginarije Kitajske pri britanskem prebivalstvu. Kitajske vezenine, tudi cele halje, so konec 19. stoletja že množično prodajale britanske veleblagovnice (Cheang 2008).¹⁰ Med zbiratelji je bilo v tem času popularno tudi zbiranje različnih japonskih vzorcev tekstila, kar lahko povezujemo z njihovo dobavo lokalnim tekstilnim tovarnam, ki so iz teh vzorcev črpale nove ideje. Različne vzorce so povezovali v albume, tovrstni tekstilni albumi, ki sicer izvirajo iz japonske težnje po katalogizaciji redkih primerov kitajske svile, pa so ravno tako postali priljubljen zbirateljski predmet (cf. Vampelj Suhadolnik 2019, 126–127).

Posebna oblika vezenin za tuje stranke, ki je značilna za zapuščine pomorščakov, so po naročilu izdelane spominske vezenine s podobami ladij, zastav in grbov, datumi in lokacijami, ki so obeleževale pomorščakovo pot v Vzhodno Azijo. Gre za med

pomorščaki priljubljen spominski žanr, ki se pojavlja od sredine 19. stoletja. Tovrstne vezenine so pogosto izdelovali sami, da bi si po lastni volji ali naročilu nadrejenih krajšali čas (Ivašič 2019, 656–59). Bogdana Marinac po drugi strani iz pisnih in ustnih virov povzema, da so take vezenine v Vzhodni Aziji pomorščaki dali tudi izdelati.¹¹

Prodaja dekorativnih predmetov in spominkov v Vzhodni Aziji

Obmorska, na Kitajskem pa tudi rečna pristaniška mesta, kjer so pristajale ladje avstro-ogrske mornarice, so bila polna trgovin in prodajalnic, ki so prodajale prave starine in njihove sodobne posnetke, tehnološko dovršene umetniške izdelke in manj kakovostno – v različnih gradacijah – izdelane različne tipe priljubljenih zbirateljskih predmetov in spominkov, tako da je lahko vsakdo našel kaj svojemu žepu in okusu primerne. Nekatere predmete so obravnavali kot komercialno blago, druge kot kuriozitet, spominke, starine, umetnine ali obrtne izdelke – meja med kategorijami je bila pogosto zbrisana.

Kot ugotavlja Bogdana Marinac, med predmeti pomorščakov prevladujejo tisti iz Japonske.¹² To je mogoče pripisati občudovanju in privlačnosti, ki so jo vzbujali hiter tehnološki napredek, organiziranost družbe ter hitro naraščajoča gospodarska in vojaška moč modernizirajoče se Japonske, medtem ko so Kitajsko videli kot bolj kaotično, neurejeno in propadajočo (Marinac 2014, 33–35, 39–40). Toda razlika je bila tudi v dostopnosti predmetov: poleg skokovitega naraščanja števila tujih obiskovalcev, ki ga je spodbudilo vsestransko odpiranje Japonske na eni ter razvoj transporta, zlasti ladijskih parnih potniških linij in dostopnosti popotovanj kot pristočasne dejavnosti na drugi strani, je množično izdelavo spominkov pospeševal razcvet domačega turizma, ki ga je omogočalo vse bolj razvejano železniško omrežje. Na Kitajskem so bili na trgu starin poleg drugih predmetov močno zastopani

9 Bogdana Marinac, ustna komunikacija z Majo Veselič, marec 2025.

10 Več o svilenih oblačilih in vezeninah glej prispevek Paul in Vampelj Suhadolnik v tej knjigi.

11 Več o tem glej prispevek Marinac »‘Vso Kino bi ti kupil’« v tej knjigi.

12 Ibid.



Slika 8: Notranjost trgovine s kuriozitetami, barvan albuminski tisk, fotograf Felice Beato (ok. 1832–1909), Japonska, ok. 1868 (Wellcome Collection, Velika Britanija, foto Europeana, javna domena).

uplenjeni ali zaradi obubožanja prodani visokokakovostni predmeti aristokratske provenience, ki pa so bili za avstro-ogrske pomorščake cenovno pretežno nedosegljivi, povečini pa tudi precej zahtevni za transport.

Najprezentativnejši tip trgovin, ki so pritegnile tuje obiskovalce, so bile t. i. prodajalne kuriozitet (običajno oglaševane kot ang. *curio stores*). V lasti so jih imeli bodisi domači trgovci bodisi tuji posredniki, ki so se naselili v Vzhodni Aziji ter so starine in druge predmete pogosto izvažali. Nekateri so imeli izpostave tako na Kitajskem kot na Japonskem

– v britanskem Hongkongu, kozmopolitskem Šanghaju, osrednjem japonskem pristanišču v Yokohami in drugod. Lyce Jankowski (2022) navaja potopis iz leta 1874, v katerem avtor pravi, da je bila prva stvar, ki so jo ob prihodu na Japonsko storili evropski popotniki, nakup kuriozitet. Nekateri posredniki so s prefinjenimi umetninami in starinami po naročilu oskrbovali najuglednejše evropske in ameriške zbiratelje in muzeje, spet drugi so ponujali izdelke za srednje in manj premožne obiskovalce. Premožni kupci so med različno dolgimi obiski v Vzhodni Aziji pogosto nakupili več zabojev ali več deset zabojev

predmetov – nekateri, ker so se na Kitajskem ali Japonskem zaradi dela zadržali dalj časa, spet drugi so Japonsko in Kitajsko obiskali prav z namenom zbiranja (cf. Chang 2013). Kot kaže primer prodajalne Kuhn & Komor iz Yokohame, prestižne ponudnice ekskluzivnih predmetov za dom in osebno rabo, so imele tovrstne prodajalne zaposlene lastne obrtnike, na primer srebrokovce, mizarje in rezbarje, ki so izdelovali nadvse zaželeno dekorativne predmete. Trgovci s kuriozitetami niso le zadovoljevali povpraševanja po tovrstnih predmetih, ampak so ga z oblikovanjem novih tipov in slogov zbirateljskih predmetov tudi ustvarjali (Jankowski 2022).

Prodajalne kuriozitet so bile pogosto v bližini velikih hotelov ali celo v njih, saj se je tam zadrževalo veliko tujcev. Hoteli so bili pomembna središča mreženja tako z domačini kot s tujci in so bili zato pogosto bistveni tudi za zbirateljske posle (cf. Fukunaga 2018). Medtem ko so lokalni posredniki umetnin in visokokakovostnih izdelkov evropske in ameriške elite oziroma trgovce oskrbovali z umetninami, so bili, če lahko sklepamo po raziskavah šanghajskega trga nekoliko kasneje, tj. v prvih treh desetletjih po koncu prve svetovne vojne, v trgovanju s kuriozitetami izjemno pomemben člen tudi lastniki manjših trgovin ter krošnjariji. Slednji so tovrstne predmete prodajali na premičnih stojnicah ali kar razstavljene na prtihi na pločnikih. Njihov inventar je bil sicer skromnejši – tako po številu kot po raznovrstnosti predmetov –, predmete pa so prodajali tako drugim posrednikom kot končnim kupcem. Manjši prodajalci so bili pogosto skoncentrirani na specifičnih lokacijah, na primer v bližini popularnih čajnic, kjer so posledično nastajale tržnice s kuriozitetami, kar je še bolj pritegnilo stranke (Lu 2013).

V mestih se je zlasti v predelih okrog pristanišč trlo obratov, ki so zadovoljevali različne potrebe pomorščakov, med njimi so bile tudi trgovinice s priljubljenimi okrasnimi predmeti, spominki in razglednicami. Ohranjeno arhivsko gradivo iz zapuščin slovenskih pomorščakov priča o tem, da so prodajalci prihajali tudi na ladijske krove ter tam ponujali hrano in različne predmete.¹³ Friedrich

Kirchner (1890–1964), ki je leta 1913 na avstro-ogrski torpedni križarki Kaiserin Elisabeth odplul v Vzhodno Azijo,¹⁴ v dnevniškem zapisu iz Nagasakija zabeleži dva obiska trgovcev na ladji, ki so prodajali porcelan, lakirane predmete, svilo ter predmete iz lesa in kamna. Po barantanju so visoke cene oklestili na tretjino prvotne vrednosti (Pantzer in Miyata 2019, 50). Viktor Kristan (1876–1947) v svojem dnevniku poroča, da je šel s kolegom v Kantonu (Guangzhouu) po nakupih. Z vodičem sta po trgovinah hodila vse popoldne, kar šest ur. Čeprav ne omeni, kaj je kupil, so njegovo pozornost pritegnile ulice, ki so bile v celoti namenjene prodaji posameznih tipov predmetov, med njimi slonokoščenih izdelkov ter predmetov iz »črnega« lesa (PMSMP, Kristan, dnevnik).

Zaradi priljubljenosti fotografskih albumov s podobami krajine, znamenitosti in uličnega življenja med pomorščaki in drugimi tujci so na Japonskem in Kitajskem cveteli fotografski studii. Odpirali so jih tako domači fotografi kot tujci, ki so iskali poslovne priložnosti v Vzhodni Aziji. Motive s fotografij so zaradi tehnološkega napredka sčasoma začeli reproducirati na cenejših razglednicah. Kupiti jih je bilo mogoče v fotografskih studiih, prodajalnah s kuriozitetami, na poštah in drugod. Zaradi priročnosti in cenovne ugodnosti so razglednice postale neizbežen spominek s poti v daljne kraje, zlasti kadar popotniki niso sami fotografirali svojega potovanja.¹⁵

Tuji zbiratelji, tako tisti, ki so bili sami v Vzhodni Aziji, kot oni, ki nikdar niso potovali tja, so sodelovali z lokalnimi agenti, ki jim niso le pomagali priskrbeti predmetov, ampak so jih tudi podučevali,

13 Več o tem glej prispevek Marinac »‘Vso Kino bi ti kupil’« v tej knjigi.

14 To je bila zadnja pot ladje, ki je v Vzhodno Azijo plula šestkrat in je tam delovala kot postajna ladja. Med okoli 450 člani posadke je bilo na krovu po dosedaj zbranih podatkih vsaj 15 pomorščakov z območja današnje Slovenije (Marinac in Veselič 2025, 153–155). Zaradi izbruha prve svetovne vojne so vsi pristali v vojnem ujetništvu, večina na Japonskem, ostali pa na Kitajskem. Med slednjimi je bil tudi Ivan Skušek.

15 Več o tem glej prispevek Veselič v tej knjigi. Poleg številnih starih razglednic iz Vzhodne Azije, ki jih najdemo tako v zapuščinah pomorščakov, ki so pluli tja, kot pri tistih, ki sami niso nikoli služili tam, je več kot 300 razglednic iz Vzhodne Azije domov prinesla Alma M. Karlin. Hranijo jih v Pokrajinskem muzeju Celje (cf. Shigemori Bučar in Veselič 2021a).

kaj je vredno oziroma nujno kupiti za zaokroženo zbirko. Iz ohranjene korespondence z misijonarjem Klugejem vemo, da je imel Ivan Skušek takšnega lokalnega svetovalca za numizmatično zbirko, o kvaliteti zbranih novcev pa je razpravljal tudi s Klugejem, ki je prav tako zbiral star kitajski denar.¹⁶ Pomorščaki so o tem, kaj in kje kupiti, najbrž izvedeli od drugih pomorščakov ter od tujcev in domačinov, s katerimi so prihajali v stik. Pomemben vir informacij za prišleke v Vzhodno Azijo, tudi glede lokacij trgovin, so bili imeniki podjetij in tujcev, ki so bili tam poklicno, ter prvi turistični vodniki. Potopi-sni žanr, ki je zaradi vse večjega števila popotnikov doživel pravi razmah, je dodatno utrdil predstave o tipičnih predmetih, ki so bili prepoznani kot reprezentativni za posamezne dele Kitajske ali Japonske, o krajih, ki jih je treba obiskati, ter izkušnjah, ki jih je treba doživeti.

Pristopi k zbirateljstvu in posledično izdelovanju izvozne umetnosti so se torej začeli spreminjati, ko so se v poznem 19. in zgodnjem 20. stoletju okrepili stiki med evroameriško in vzhodnoazijsko regijo. Ko sta se bili Kitajska in Japonska zaradi vojaškega in političnega pritiska prisiljeni odpreti in trgovati z zahodnimi državami, se je številnim posameznikom različnih poklicev (zlasti vojakom, mornarjem, trgovcem, misijonarjem, raziskovalcem in popotnikom) v večjem številu odprla pot v Vzhodno Azijo. Stacey Pierson (2023, 48) ugotavlja, da je potovanje in zbiranje na lokaciji mogoče razumeti kot »ekvivalent radovednosti in zbirk porcelana iz 17. stoletja, ki so vizualizirale dostop do blaga 'Vzhoda' prek trgovine finančno privilegiranih«. Zdaj so privilegirani postali tudi pomorščaki, ki so služili na vojaških in trgovskih ladjah. Njihova prisotnost v Vzhodni Aziji pa je vodila v poplavo trga izvoznih izdelkov in najrazličnejših spominkov.

16 Več o Skuškovih numizmatični zbirk glej Grčar (2021).