

Marica Popić-Filipović, prof. etnologije, viši kustos  
Zemaljski muzej BiH Sarajevo  
Bosna i Hercegovina

## TRADICIONALNI TEKSTIL KAO SUVENIR U TURISTIČKOJ PONUDI

### Abstrakt

Problematika ponude muzejskog suvenira je prisutna i u Zemaljskom muzeju BiH. Tekstilni predmeti tradicionalne kulture su bili u prošlosti, a i danas su, zanimljiv suvenir. Za njihovu uspješnu prezentaciju je neophodna saradnja sa stručnjacima za muzejski marketing. Ranije su za suvenire izrađene od tekstila najčešće birani originalni predmeti koji imaju praktičnu funkciju, dok je danas veoma važno obratiti pažnju na dizajn i poruku koju suvenir nosi. Na nekoliko primjera iz BiH i inostranstva, pokazano je kakva je, odnosno kakva danas može biti suvenirska ponuda predmeta izrađenih na osnovu tradicionalnog tekstila.

### Ključne riječi:

*tradicionalni tekstil, suvenir, savremeni dizajn, suvenirska ponuda, marketing*

Muzejski suvenir zaslužuje da se o njemu veoma ozbiljno razgovara, jer on, osim funkcije poklona koji će neki turist ponijeti iz zemlje koju je posjetio, ima i funkciju prezentacije kulture jedne zemlje u svijetu. Problematika suvenira u turističkoj ponudi u Bosni i Hercegovini, o kojoj danas razmjenjujemo mišljenja i iskustva stečena u dosadašnjem radu, ili kroz kontakte sa stručnjacima u muzejima u susjednim zemljama i šire u Europi, prisutna je i u Zemaljskom muzeju BiH.

Većina tekstilnih predmeta tradicionalne kulture, koji se čuvaju i izlažu u muzejima, mogu biti zanimljiv suvenir ukoliko se potencijalnom kupcu prezentiraju na odgovarajući način. U proteklom periodu, za suvenire su birani predmeti koji, osim ukrasne, imaju i praktičnu funkciju (maramice, pojasevi, rukavice, čarape, itd.). Međutim, savremeni suvenir, koji se u muzeju nudi turistima na početku XXI stoljeća, mora zadovoljiti prefinjeni ukus modernih *nomada* i svojim izgledom "natjerati" posjetioce muzejske ustanove da, kao uspomenu sa putovanja po BiH, ponesu suvenir koji će u njihovom sjećanju izazvati asocijaciju na kulturu i tradiciju s kojom su se upoznali putem muzejske izložbe. Stoga, za *dizajn i odabir* suvenira za suvenirnicu u

nekom muzeju, moraju biti angažirani *stručnjaci, educirani za marketing u muzejima*. Moderni turisti, posjetioci muzeja, danas su daleko bolje educirani, njihove želje i potrebe su veće, tako da je neophodno, paralelno s radom na izložbenoj postavci, raditi i na izradi suvenira koji će pratiti izložbu, odnosno, neophodna je tijesna saradnja kustosa-autora izložbe sa stručnjakom za muzejski marketing. Muzejske ustanove u susjednim zemljama veoma su napredovale u tom pravcu, a takvi suveniri iskorišteni su i kao sredstvo za poboljšanje prihoda u muzeju.

S obzirom da se kao kustos etnolog u Zemaljskom muzeju BiH bavim kućnim tekstilom, svoja ću razmišljanja usmjeriti u tom pravcu. Tekstilni predmeti koji se čuvaju u kolekcijama Odjeljenja za etnologiju su, u bosanskohercegovačkim kućama, osim praktične, imali (a i danas imaju) i ukrasnu funkciju, jer su im žene, koje su bile glavne kreatorke njihovog dizajna, davale specifičan likovni izraz. Stoga su predmeti od tekstila (ukrasni jastučići, peškiri, čevrme-ukrasne maramice, ćilimi, serdžade, zavjese, i dr.), veoma pogodni da budu predstavljeni i korišteni kao suveniri u svom izvornom ili stiliziranom obliku. Već krajem XIX i početkom XX stoljeća, europske zemlje su "upoznavale" Bosnu putem proizvoda tradicionalnog tkanja i veza, izloženih na svjetskim izložbama u Parizu, Budimpešti, Pragu, Minhenu i Beču.<sup>1)</sup> U prvoj polovici XX stoljeća, u Sarajevu je uspješno radila "*Tkaonica beza sa vezionicom*"<sup>2)</sup>, u kojoj su izrađivane kopije predmeta tradicionalnog kućnog tekstila. Značaj ove proizvodnje se ogledao u dva segmenta - prvo, "Tkaonica" je zapošljavala žensku radnu snagu; drugo, njeni proizvodi su kao *suvenir iz Bosne i Hercegovine* prodavani u mnogim europskim gradovima. Osim "Tkaonice" i pojedini trgovci su zapošljavali žene da za njihove potrebe izrađuju vezene predmete za prodaju u inostranstvu.<sup>3)</sup> To je za ono vrijeme bio veoma uspješan način da se dio kulturnog identiteta naroda Bosne i Hercegovine predstavi daleko razvijenijoj Europi. Paralelno s izradom tekstilnih predmeta tradicionalnog dizajna i tehnika rada, putem modnih časopisa, knjižica uzoraka i škola za žensku omladinu, bosanske žene su se upoznale i s novim modnim trendovima, koji su dolazili iz zemalja Srednje Europe. Na predmetima kućnog tekstila počele su primjenjivati nove tehnike rada i često nove motive (vez križićima, kukičanje, šlinga).

Tekstilni predmet, kao suvenir, zadržao je primat i tradiciju u turističkoj ponudi i nakon Drugog svjetskog rata. Turistička ponuda u BiH je bila prezentirana putem proizvoda kućnog rukotvorstva u zanatskoj ponudi ili u organizaciji preduzeća "*Bosnafolklor*", u kojoj je značajno mjesto zauzimala ponuda suvenira izrađenih od tekstila. Osim suvenira - kopija upotrebnih predmeta, koje su izrađivale tkalje i vezilje, izrađivani su i prodavani i stilizirani predmeti. Tradicionalni motivi sa odjevnih predmeta (vez, aplikacije), korišteni su za izradu odjevnih predmeta savremenog dizajna i, naravno, na savremenim materijalima (ženske bluze, haljine, prsluci, poprsja na

1) Sarajevski list, 1917., br. 234: *Bosanski zlatovez u Beču i Pragu*, str. 7.

2) Ćurčić, Vejsil: *Ženski vez*, Gajret, Sarajevo, 1924. i Janjić, Zorka: *Ženski ručni radovi u starom Sarajevu*, katalog izložbe, Muzej grada Sarajeva, Sarajevo, 1964., str. 10 i 11.

3) Janjić, 1964., str 10 i 11.

košuljama, manjete, itd.). Međutim, *Bosnafolklor* nije dovoljno iskoristio lokalne karakteristike tekstilnog rukotvorstva, kako bi ponudu suvenira od tekstila učinio atraktivnijom za strane turiste.<sup>4)</sup> Za razliku od prilično stereotipne ponude u gradu, u suvenirnici Zemaljskog muzeja BiH u Sarajevu, prodavani su originalni predmeti (čarape, rukavice i dr.) sa Bjelašnice-suvenirima veoma cijenjeni kod stranih turista.

Danas je turistička ponuda u gradu stihijska, velikim dijelom bazirana na prodaji tradicionalnih predmeta od tekstila ili metala, ali i na prodaji predmeta uvezanih iz bliskistočnih zemalja ili Kine. Osim toga, stare gradske porodice, osiromašene ukupnim društveno-političkim zbivanjima nakon zadnjeg rata, prisiljene su, po veoma niskoj cijeni, prodavati originalne tekstilne predmete koji su bili dio njihovog porodičnog naslijeđa, odnosno dio njihovog porodičnog i ličnog identiteta. Strani turisti su u zadnje vrijeme zainteresirani za kupovinu starih, često oštećenih, bosanskih ćilima. Za razliku od njih, bosanskohercegovački građani koji nakon zadnjeg rata žive u dijaspori, prilikom posjete domovini izrađuju podmetače ili zidne slike od srmom vezenih čevrma, jagluka ili učkura, koje kao suvenir čuvaju u svojim novim domovima. I to je jedan primjer očuvanja tradicionalnih predmeta koji su, u savremenom dobu, izgubili svoju prvobitnu namjenu, ali su, kod svojih novih vlasnika, zadržali funkciju očuvanja nacionalnog identiteta i kulturne tradicije iz koje potiču. Ulične prodavačice, često veoma siromašne žene iz prigradskih naselja, nude na prodaju "originalne" vunene čarape i priglavke, koji su odavno izgubili vezu sa originalnim predmetima. U novootvorenim suvenirskim radnjama mogu se kupiti ćilimarski proizvodi-ćilimi, serdžade, stoličnjaci ili mali podmetači. Jedan dio ovih predmeta izrađuju tkalje u okolini Sarajeva i tako doprinose poboljšanju kućnog budžeta, dok je jedan dio ovih proizvoda porijeklom iz susjednih zemalja.

Ponuda suvenirskih proizvoda je organizirana i preko nevladinih organizacija koje okupljaju žene rane rata ili samohrane majke, a koje u svom programu također imaju proizvodnju i prodaju tekstilnih predmeta-bilo da su to kopije urađene prema originalu, bilo da su upotrebnih predmeta savremenog dizajna, inspiriranog predmetima tradicionalnog tekstila. Neke od njih kao npr. "*Barcelona - nova demokratija*", konsultirale su stručnjake etnologue iz Zemaljskog muzeja BiH i školovane dizajnerice, organizirale su ciklus predavanja o tkanju i vezu, kao i kurseve tkanja i vezenja. Njihova ponuda na tržištu suvenira je konkurentnija u odnosu na druge, iako još uvijek nedovoljna.

U periodu nakon zadnjeg rata u BiH, stručnjaci u Zemaljskom muzeju BiH su često raspravljali o tome kakav suvenir treba ponuditi današnjem posjetiocu? Višekratne diskusije su vođene i sa muzealcima iz drugih zemalja, a naročito sa kolegama iz Švedske koji su putem NGO "Kulturno naslijeđe bez granica", kontinuirano pomagali Zemaljskom muzeju BiH od 1998. godine do danas. U tim kontaktima su predstavljene mnoge korisne ideje, koje su za sada ostale na razini prijedloga. Razloga ima mnogo, a ja ću navesti samo neke: zbog višegodišnjeg renoviranja muzejskih paviljona, prodaja suvenira je bila skoro obustavljena; da bi se uspješno predstavila

4) Bonifačić, Vjera: *Lace Production in Pag, Croatia, from 1900 to the Present*, Etnološka tribina br. 17, Zagreb, 1994., str. 147 i 148.

posjetiocima, ustanova kompleksnog tipa kakav je Zemaljski muzej BiH, mora zaposliti stručnjaka za marketing u muzejima, te obezbijediti poseban, veliki prostor za prodaju suvenira.

U Odjeljenju za etnologiju Zemaljskog muzeja BiH postoji cijeli niz tekstilnih predmeta koji mogu biti zanimljiv suvenir-bilo da se izradi kopija vjerna originalu, bilo da posluže kao inspiracija za dizajniranje novih predmeta. Ovdje želim pomenuti samo nekoliko tekstilnih predmeta koji su bili i ostali zanimljivi kao suvenir kako za strane tako i za domaće turiste. To su veoma dekorativne vunene *čarape i rukavice* sa Bjelašnice, koje su još uvijek u upotrebi kod lokalnog stanovništva, te pamučni *peškir* za ruke, otkan na tkalačkom stanu i ukrašen tehnikom *pirilita* ili *prebiranja*. U dosadašnjoj ponudi ovi i slični predmeti turistima su nudeni u "sirovom" obliku, tj. bez informacije o porijeklu i bez ambalaže, pa ni prodaja nije tekla prema očekivanjima. Međutim, danas nije dovoljno samo ponuditi predmet na prodaju. Suvenir mora pratiti muzejsku izložbu i nametnuti se posjetiocu Muzeja. Uz suvenir moraju biti priložene osnovne informacije o originalu, a sam suvenir upakovan u ambalažu savremenog dizajna.

Za ilustraciju mojih razmišljanja o savremenom načinu prezentacije tekstilnih predmeta kao suvenira, poslužiti će nekoliko primjera koje ovdje želim pokazati. Primjer prvi-uzorak tradicionalnog veza sa jastučića iz *Etnografskog muzeja* u Lundu (Švedska), prenesen je na milimetarski papir uz koji su upakovani komad platna za vez i konci, te slika i uputstvo o porijeklu originala, odnosno muzejskog eksponata, sa kojega je uzet predložak (sl. 1). To je način ponude suvenira turistima koji žele kod kuće sami izraditi svoj suvenir, koji će imati upotrebnu funkciju i podsjećati ih na posjetu muzeju. Drugi primjer je iz *Kraljevskog muzeja* u Briselu (Belgija). U ovom slučaju, kao suvenir su ponudeni podmetači za čaše smješteni u malu pregaču, pri čemu je kao inspiracija za savremeni dizajn suvenira poslužila tradicionalna čipka (sl. 2). Treći primjer dolazi iz *Muzeja Vojvodine*, Novi Sad (Srbija i Crna Gora), (sl. 3 i 4). Na "običnoj" pamučnoj majici je otisnuta simbolična poruka - *spajalica*, ispod koje piše: "Novi Sad, grad *spajanja*". Sam suvenir je upakovan u kutiju na kojoj su na domaćem i stranom jeziku odštampani podaci o gradu u kojem se turist nalazi. Ponovo se radi o savremenom dizajnu, ali ovaj put akcenat nije stavljen na predmet, nego na poruku upućenu posjetiocu. I na kraju, nekoliko primjera iz naše zemlje. *Čarape i rukavice* sa Bjelašnice, koje su prodavane u suvenirnici *Zemaljskog muzeja BiH*, još uvijek su primamljiv suvenir, kojem po mom mišljenju nedostaju informacije o porijeklu i prigodna ambalaža (sl. 8 i 9). Dekorativno otkani *peškir iz Rame*, Prozor, (kopija originala), upakovan je u kutiju na kojoj su naznačeni *nacionalni i vjerski* simboli, jer je dizajner suvenira smatrao da su to elementi bitni za turiste kojima je taj suvenir namijenjen (sl. 5). Sljedeći primjer je također peškir, koji je jednako lijep kao i prethodni, ali mu nedostaje savremeno dizajnirana ambalaža i informacija o porijeklu (sl. 6). Posljednji primjer je suvenir izrađen u radionici jedne NGO. To je jednostavna *svilena maramica* čiji rubovi su ukrašeni *kericama*, tradicionalnom čipkom. Ovaj suvenir predstavlja dobar primjer primjene tradicionalne čipke, iako na njegovom finalnom izgledu treba još raditi (sl.7). Naime, upakovan je u prozirnu vrećicu, bez informacija o porijeklu ili proizvođaču. Koliko suvenir može izgubiti stvarnu vezu sa originalom pokazuje sl. 10.

Ako napravimo mali rezime naprijed izloženog, može se zaključiti da su mogućnosti izrade suvenira, na osnovu tradicionalnih tekstilnih predmeta, veoma velike, ali istovremeno ne smijemo zaboraviti važnost dizajna, kako za sam suvenir, tako i za ambalažu u koju je upakovan. Jer, koliko god je za sliku koju želimo staviti na zid neophodno da bude smještena u odgovarajući okvir, toliko je i za suvenir, koji želimo ponuditi turistima, neophodan savremeni dizajn i podaci o originalu na osnovu kojeg je suvenir izrađen.

## Summary

### Traditional textile as a souvenir in the tourist offer

We must seriously have to speak about the souvenir, because the museum souvenir is a subject which, except the function as a gift every tourist brought home, should (must) have a function to present the culture. The textile objects from the museum collections, such as towels, carpets, pillows, socks, etc., are very good to be presented to museum visitors as a souvenir in the original form, or modern designed. Textile souvenir from BiH first time was presented to West Europe countries at the end of XIX, and beginning of the XX century at the World Exhibitions in Paris, Munich, Praha, Budapest, etc.

During the XX century souvenir made of textile were very popular in BiH. It was made at "Tkaonica beza i veza" factory, or at Embroidary school for women. In ex Yugoslavia, it was organized by "Bosnafolklor" tourist and souvenir organisation. Very popular original pieces from Bjelasnica mount were sold in souvenir shop at the National museum of BiH.

At the beginning of the XXI century souvenir should correspond with an exhibition, should be modern designed and modern presented to the visitors, with basic information about the original.

The souvenir offer in the city of Sarajevo is not very organized today. Many of souvenirs are imported from countries of Near East, or from China. Some of them are originals from the wide area of Sarajevo, and some are made by NGO women organisations.

At the end, the author would like to show a few pieces of souvenir from different museums and countries (see the photos). First one is made in Sweden - it is a type of "do it your self" souvenir; second one is made in Belgium - modern designed souvenir based on traditional lace; third one is made in Srbija & Crna Gora - T-shirt with a symbolic sign of the city and basic introductions of the history. A few pieces are made in Bosnia & Hercegovina - original gloves and socks from Bjelasnica mount, a towel from Rama region with religion and national symbols, and a souvenir made in NGO workshop, based on traditional lace from BiH.

Key words:

*traditional textile, souvenir, modern design, souvenir offer, marketing*

**Literatura:**

1. Janjić, Zorka: Ženski ručni radovi u starom Sarajevu, katalog izložbe, Muzej grada Sarajeva, Sarajevo, 1964., str.10 i 11.
2. Ćurčić, Vejsil: Ženski vez, Gajret, Sarajevo, 1924.
3. Sarajevski list, 1917., br.234: Bosanski zlatovez u Beču i Pragu, str.7.
4. Bonifačić, Vjera: Lace Production in Pag, Croatia, from 1900 to the Present, Etnološka tribina br. 17, Zagreb, 1994., str.139-151.

## PRILOZI



Slika 1.



Slika 2.



Slika 3.



Slika 4.



Slika 5.



Slika 6.



Slika 7.



Slika 8.



Slika 9.



Slika 10.