

Vabilo

NLB Galerija Avla, Trg republike 2, Ljubljana
20. september–23. november 2007

Vljudno vas vabimo na otvoritev oblikovalske razstave,
ki bo v četrtek, 20. septembra 2007, ob 20. uri.

You are cordially invited to attend the design exhibition.
The exhibition opening will take place on Thursday,
20 September 2007 at 8 p. m.

Gradivo je izposojeno iz kartografske in slikovne zbirke NUK, Ljubljana.

The exhibited material is a part of Map and Pictorial Collection of
National and University Library, Ljubljana.

Razstavo je pripravil Emzin, Zavod za kreativno produkcijo.

The exhibition has been organized by Emzin, Institute of Creative
Production.

Posebna zahvala za pomoč pri izvedbi razstave:
Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije,
Mestna občina Ljubljana, Oddelek za kulturo in raziskovalno dejavnost.

Special thanks for the realization of the exhibition:
The Ministry of Culture of the Republic of Slovenia,
The City of Ljubljana, Department of Culture and Research.

produkcija: Emzin, Zavod za kreativno produkcijo, tisk: Tiskarna Hren

Slovenski povojni reklamni plakat
Ciklus razstav, v katerih predstavljamo zgodovino slovenskega grafičnega oblikovanja, se nadaljuje s povojnim reklamnim plakatom.
Reklamni plakati so se sicer pojavili že pred prvo in drugo svetovno vojno. Njihov razvoj je sovpadal z razvojem tiskarske tehnike, ki je omogočala natise velikih formatov in uporabo večjega števila močnejših barv. Pred tem so bili plakati bolj eno-, največ dvobarvni letaki, ki so bili oblikovno nezanimivi, preprosti tipografski izdelki in so jih večinoma stavili in oblikovali kar v tiskarnah. Svoj razmah in avtonomne oblikovne značilnosti pa je slovenski reklamni plakat začel dobivati prav v obdobju po drugi svetovni vojni. Tako kot ostale teme slovenskega povojnega plakata (politični, kulturni in turistični plakat) se je razvil iz potrebe. Služiti je začel najprej izgradnji povojne Slovenije, kasneje pa “gradnji” gospodarstva in ekonomije. Zelo hitro je postal močan medij nove gospodarske veje, ki ji danes pravimo oglaševanje. Vsebinsko so bili ti plakati daleč od danes poznanih oglaševalskih plakatov, saj so bolj kot konkretne izdelke večinoma oglaševali imena njihovih proizvajalcev. Oblikovno so bili na začetku mešanica vplivov predvojnih plakatov in iskanja novih rešitev, kmalu pa so dobivali skupne oblikovne značilnosti dobe, v kateri so nastali. Z njimi so se ukvarjali šolani grafiki, slikarji in arhitekti, zelo veliko pa je bilo še vedno nepodpisanih izdelkov ali takih, ki so jih izdelali kar v tiskarnah oziroma njihovih propagandnih oddelkih. Izbor na razstavi zajema dela avtorjev, kot so Milko Bambič (na razstavi je za primerjavo predstavljen njegov predvojni plakat za Radensko), Janez Trpin, Boris Jurkovič, Marjan Nosan, Vinko Sirec, Nace Mihevc, Uroš Vagaja, Dušan Škrlep in drugi. Skupaj s številnimi nepodpisanimi avtorji so pomagali graditi slovenske in jugoslovanske blagovne znamke (Radenska, Zlatorog, Triglav, Peko, Elektrotehna, Helios, JAT, Ilirija, Iskra, Elan, Astra in nepozabna Cockta, “pijača naše mladosti”), ki so na drugi strani gradile “narodno samozavest”.
Kljub vsebinskim in formalnim razlikam med reklamnimi plakati iz povojnega časa in današnjimi oglaševalskimi plakati velikih formatov ostaja njihov namen bistveno nespremenjen. Za sodobnega obiskovalca razstave pa so ti povojni plakati dober prikaz, kako nedolžno se je začela in razvijala neka stroka, ki danes vizualno zaseda vse pore naših življenj.

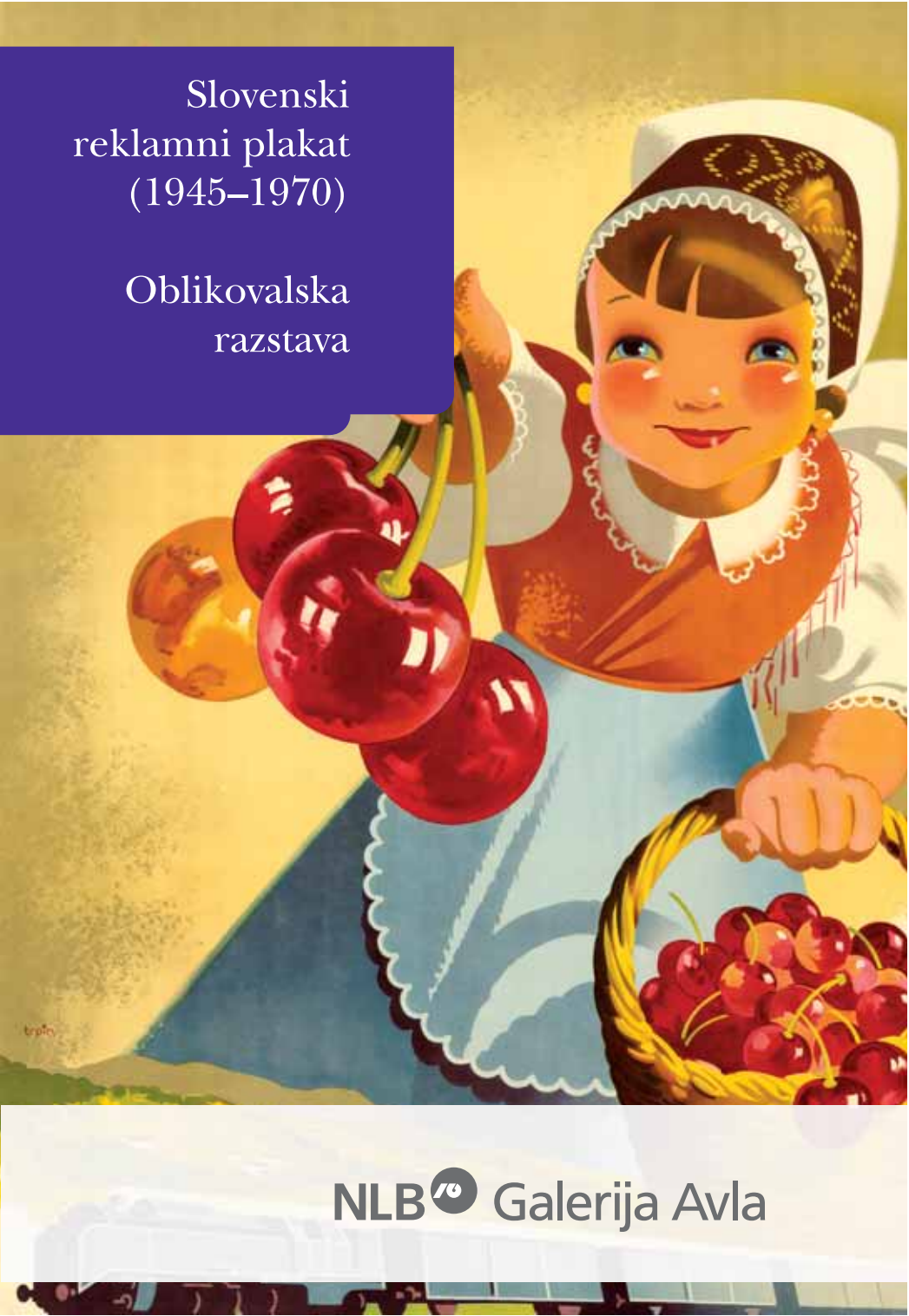
NLB  Galerija Avla

Nova Ljubljanska banka d.d., Ljubljana
NLB Galerija Avla, Trg republike 2, 1520 Ljubljana

koordinacija izvedbe razstav: Miranda Južnič
telefon: (01) 476 50 44
www.nlb.si/galerija

Slovenski
reklamni plakat
(1945–1970)

Oblikovalska
razstava

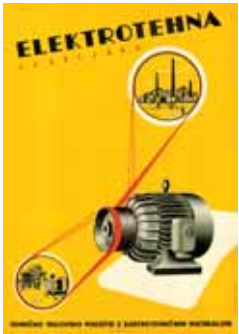


Plakat – vizualna spominska knjiga

- Dela:
- 1. Neznani avtor, *Elektrotehna Ljubljana*, 1953
 - 2. Neznani avtor, *Belo, bolj belo, Veto belo*, 1957
 - 3. Janez Trpin, *Iskra*, 1958
 - 4. Vinko Sirec, *Rudniki svinca Mežica obrat – Vesna*, 1962
 - 5. Neznani avtor, *Helios, tovarna lakov Domžale*, 1954
 - 6. Boris Jurkovič, *Ilirija krema*, 1956
 - 7. Miklavž Mušič, *Elan*, 1961
 - 8. Uroš Vagaja, *Cockta osvežuje*, 1966

Na naslovni strani (izrez):
Janez Trpin, *Slovenija-sadje*, 1949

Ob koncu 19. in na prehodu v 20. stoletje, ko je plakat dosegel svojo prvo zlato dobo, se je v Evropi in ZDA začela prava plakarna histerija. Plakati so postali zaželeno zbirateljsko blago. Navdušenci so jih še sveže kupovali v tiskarnah ali poskušali podkupiti plakaterje; če ni šlo drugače, so jih potrgali s plakatnih mest, preden so se posušili. Zbiratelji in kritiki so osnovali klube, organizirane so bile številne razstave, nastajale so galerije plakatov, ustanovljale so se revije o plakatih, pojavili so se celo trgovci s plakati. Plakat se je takrat uveljavil kot pomembno in ugledno sredstvo vizualnega komuniciranja, kljub svojemu poreklu in značaju, ki sta neposredno povezana s pojavom tiska kot najzgodnejše tehnike masovne proizvodnje. V današnjem času se zdi tak, edinstven status plakata povsem nemogoč. Sodobni plakat je – z izjemo redkih primerkov – predvsem reklamni (danes mu rečemo oglaševalski). Obsojen je na milost in nemilost javnosti, ki ji je namenjen in ki ga lahko opazi ali prezre. Kritično pa se z njim ukvarjajo večinoma le ljudje iz stroke, ki so ga zasnovali. Le redko se zgodi, da sodobni oglaševalski plakat dobi kultni status, postane ikona, še redkeje postane predmet zbiranja, menjave ali tema kulturološko-socioloških razprav. Z njihovo vizualno govorico, likovno izraznostjo in grafično močjo pa se tako ne ukvarja nihče, razen občasnih branilcev javne morale, ki med dokaze neprimernosti javnih oglaševalskih vsebin vedno uvrščajo tudi njihovo manjvredno vizualno pojavnost. Zgodil se je zanimiv paradoks: plakat, ki je izvorno proizvod potrošniške družbe in obenem njeno orodje – kar še posebej velja za reklamni oziroma oglaševalski plakat –, je v sodobni družbi izgubil svojo moč in primat. Odstopiti je moral mesto drugim, veliko močnejšim, agresivnejšim in uspešnejšim načinom vizualnega komuniciranja. Svoje moči pa niso izgubili reklamni plakati, predstavljeni na tej razstavi. V času nastanka je bil njihov namen v bistvu enak namenu sodobnih oglaševalskih plakatov, a zaradi časovne oddaljenosti od dobe, v kateri so nastali, za nas dobivajo povsem drugačen značaj in pomen. Postali so del zgodovine. Za tiste, ki so sodobniki teh plakatov ali se jih spominjajo, so nekakšna vizualna spominska knjiga. Za tiste, ki jih ne poznajo, pa so zanimiv, celo zabaven izlet v minulo vizualno pokrajino, povsem drugačno od današnje, v kateri vladata vsesplošno razkošje in zapovedan užitek za oči.



1.



2.



3.



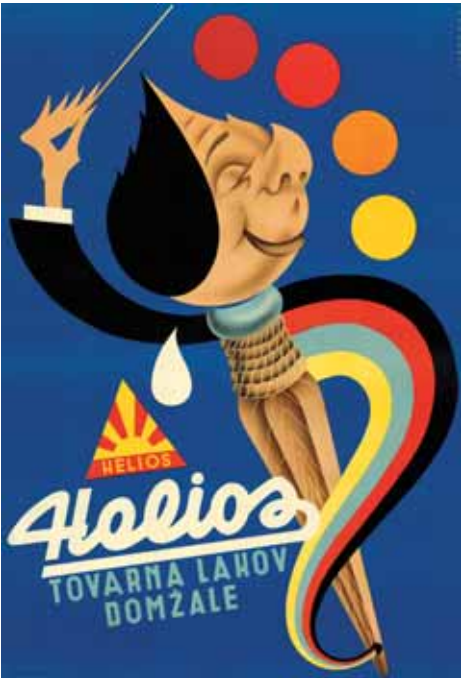
4.

Povojni reklamni plakati so nedvomno najbolj pomembni kot del zgodovine vizualnih komunikacij – njeno poznavanje je temelj kakršnegakoli profesionalnega dela na tem področju. Iz razstavljenih del ni mogoče le razbrati likovnega jezika posameznega avtorja, ki se skupaj z ostalimi zlije v govorico s skupnimi značilnostmi likovno-estetskih načel neke dobe, pač pa veliko povedo tudi o načinu dela, o likovnih tehnikah in tehnologiji tiska. Danes, ko se ustvarjalci sodobnih vizualnih komunikacij pri delu poslužujemo nešteti možnosti, ki jih ponuja doba računalnikov, se je lahko izgubljati v samozavestni samozadostnosti. Za mentalno in vizualno higieno pa je vsaj občasno priporočljiv tudi pogled drugam, pa naj bodo to spregledana poglavja zgodovine vizualnih komunikacij daljnih držav južne zemeljske poloble ali pa – kot v našem primeru – bližnji pogled v redko videne in še redkeje obravnavane slovenske povojne reklamne plakate.

Metka Dariš

- Avtorji in dela:**
Predvojni plakati:
Ivan Vavpotič, *The Peko Shoe*, 1921
Milko Bambič, *Radenska, Slatin Radenci*, 1934
Neznani avtorji:
Zlatorog, 1920–1930;
Zlatorog, 1920–1930; *Gazela*, 1930–1939
1945–1970:
Janez Trpin:
Slovenija-sadje, 1949;
Teden knjige, 1949;
Apples of Yugoslavia: exporter Slovenija-sadje, 1949;
Merima: lenger sapun, 1953;
1. Jugoslovanska razstava embalaže, 1953;
Ive Šubic, Univerzalno čistilo Vit (Zlatorog-Maribor), 1953
B. Šinkovec, Jugoslovanski aero-transport, 1954
Marjan Nosan, Vinko Sirec, JAT: Jugoslovanski aero-transport, 1954

- Toliko knjig in slikanic bo izdala Mladinska knjiga v svojih zbirkah*, 1957;
Iskra, 1958;
Iskra, 1958
Boris Jurkovič:
Proti toči zavaruje Državni zavarovalni zavod, 1949;
Ilirija krema, 1956;
Mica, Aero, 1959;
Nace Mihevc:
Peko, 1956;
Peko, 1958;
Radio transistornik-Iskra, 1966
Vinko Sirec, Poreber, *Telekomunikacije, Ljubljana, Jugoslavija*, 1954
Miklavž Mušič, *Elan*, 1961
Vinko Sirec, *Rudniki svinca Mežica obrat – Vesna*, 1962
Boris Zajc, *Astra, Ljubljana*, 1963
Ahačič, *Peko*, 1964
Uroš Vagaja, *Cockta osvežuje*, 1966
Dušan Škrlep, Uroš Vagaja, *Z vlakom na izlete in ekskurzije*, 1967
Propagandni studio MT:
Rio v vsako gospodinjstvo, 1958;
Peril, univerzalno pralno in čistilno sredstvo, 1958



5.



6.



7.



8.