

Vljudno vas vabimo na otvoritev
oblikovalske razstave, ki bo v četrtek,
2. oktobra 2003, ob 20. uri.

Razstavo je pripravila revija Emzin.

You are kindly invited to attend the design exhibition.
The exhibition opening will take place on Thursday,
2 October 2003 at 8 p.m.

The exhibition has been organized
by Emzin – Arts Magazine.

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

Posebna zahvala za pomoč pri razstavi:
Arhitekturni muzej Ljubljana.

Galerija Avla NLB, Trg republike 2, Ljubljana
2. oktober – 14. november 2003



Slovenski turistični plakat (1945–1960)

Oblikovalska razstava

Nova Ljubljanska banka d.d., Ljubljana
Galerija Avla NLB, Trg republike 2, 1520 Ljubljana
<http://www.nlb.si/galerija>
koordinacija izvedbe razstav: Miranda Južnič, telefon: (01) 476 5044

produkcija: revija Emzin, tisk: Tiskarna Hren

Galerija Avla NLB



Slovenski povojni turistični plakat

Slovenski povojni turistični plakat se je razvijal skupaj z ostalimi, bolj poznanimi temami slovenskega povojnega plakata (npr. politični, kulturni, gospodarski). Uporabljali so ga, da bi spodbujal k reševanju nalog zadane "petletke", izpostavljal pomembnost turizma kot družbeno-ekonomske dejavnosti, opozarjal na naravne lepote domovine ...

Prvi plakati so jasen prikaz zanosa in popolne predanosti zadanim povojnim nalogam, kasneje pa so postali zaradi lahkotnosti teme hvaležna naloga ambicioznejšim oblikovalcem. Oblikovno na začetku povojni turistični plakati nadaljujejo z vizualnim jezikom, ki so ga uporabljali že nekateri predvojni turistični plakati (za primerjavo

razstavljamo tudi tri predvojne plakate), kasneje pa se je pod vplivom tedanje likovne umetnosti in ilustracije razvila nova vizualna govorica. Za povojne plakate, med njimi tudi turistične, je značilno, da so mnogi nepodpisani ali pa obrtni izdelki tiskarn. Povojni plakat se je tako razvijal skupaj s poklicem grafičnega oblikovalca.

Podobe idile

Ko je po koncu druge svetovne vojne prišel čas, da gre življenje dalje, so se obnovile tudi želje in potrebe po počitnicah, potovanjih, izletih ... Pod skupnim imenom "turizem" so jih vključili v "petletke" in se lotili načrtnega pospeševanja turističnih dejavnosti. Pri tem so uporabljali v tistem času najmočnejše in najpomembnejše propagandno orožje: plakat.

Začela se je nova doba v zgodovini slovenskega oblikovanja in prav prvi povojni plakati so bili nujni otroški koraki, ki so vodili k razcvetu slovenskega plakata.

Današnji naključni gledalec pa te, v primerjavi z današnjimi, male plakate ne gleda kot izdelke z natančnim namenom, niti kot dele zgodovine in razvoja neke stroke. Vidi jih kot podobe iz preteklosti, podobe otroštva, predvsem pa podobe idile. Če bi preteklost ocenjevali na podlagi podob s turističnih plakatov tistega časa, bi lahko domnevali, da so to bili časi, ko se je smučalo, hodilo v gore in Planico, ležalo v travi, ko se je obiskovalo slovensko in jugoslovansko obalo ter naravne bisere, kot sta Bled in Postojnska jama. Zdi se, da je čas takrat drugače, počasneje mineval. Današnji gledalec pogosto gleda te plakate z nostalgijo po časih, ki jih morda ni poznal, in pozablja, da so ti plakati po svojem namenu povsem enaki današnjim turističnim plakatom, da je bila tudi njihova naloga vzbuditi želje po drugačnem življenju in zasejati iluzije, da je mogoče ubežati iz pustega vsakdana.

Prva popočitniška razstava v Galeriji Avla NLB naj bo neke vrste spominska razstava na počitnice in čase, ki jih mnogi nikoli nismo doživeli.

Metka Dariš



1.



2.