

**»Mladi za napredek Maribora 2016«  
33. srečanje**

PLAKAT V MARIBORU

Raziskovalno področje: UMETNOST  
Raziskovalna naloga

Avtor: VITA TUŠEK, BARBARA POLC, NIKA JEROMEL  
Mentor: STEVAN ČUKALAC  
Šola: SREDNJA ŠOLA ZA OBLIKOVANJE MARIBOR

Maribor, januar 2016

## **KAZALO**

<b>KAZALO SLIK.....</b>	<b>3</b>
<b>1. POZETEK.....</b>	<b>4</b>
<b>2. UVOD .....</b>	<b>5</b>
<b>3. PLAKAT.....</b>	<b>6</b>
3.1 VRSTE PLAKATOV .....	8
<b>4. ZAČETKI PLAKATA .....</b>	<b>8</b>
<b>5. PLAKAT MED DRUGO SVETOVNO VOJNO .....</b>	<b>18</b>
<b>6. PLAKAT OD LETA 1945 PA DO 2000 .....</b>	<b>21</b>
6.1 AGITROPOVSKI PLAKAT.....	21
6.2 PLAKAT PO LETU 1950 .....	24
6.3 ŠESTDESETA LETA.....	26
6.4 SEDEMDESETA LETA .....	29
6.5 IVAN DVORŠAK .....	29
6.6 OSEMDESETA LETA .....	32
6.7 DEVETDESETA LETA.....	32
<b>7. PLAKAT PO LETU 2000 .....</b>	<b>35</b>
<b>8. ZAKLJUČEK.....</b>	<b>40</b>
<b>9. ZAHVALA .....</b>	<b>41</b>
<b>10. VIRI .....</b>	<b>42</b>
10.1 KNJIŽNI VIRI .....	42
10.2 SPLETNI VIRI.....	43

## **KAZALO SLIK:**

Slika 1: Vert - Vert Jacques Offenbach.....	7
Slika 2: Koroška pravljica .....	9
Slika 3: Povratek v domovino.....	11
Slika 4: Srečko Kosovel .....	13
Slika 5: Pozor, Harry! .....	14
Slika 6: V. Mariborski teden.....	16
Slika 7: Titova armada na pohodu v svobodo .....	20
Slika 8: Pridruži se nam.....	23
Slika 9: Štedimo električni tok .....	25
Slika 10: Štedi z elektriko.....	25
Slika 11: Maribor 69 VI. Pohorski pokal 18. - 19. 1., FIS – I – A, ženske - dames .....	28
Slika 12: 9. Kongres Zveze sindikatov Slovenije .....	31
Slika 13: Festival Lent.....	34
Slika 14: Plakat za koncert Marka Lenegana .....	37
Slika 15: Plakat za koncert Jana Plestenjaka .....	38

## 1. POZETEK

Lotile smo se raziskovanja plakata v Mariboru. Menile smo, da ni veliko gradiva, vendar nas je rezultat presenetil. Nalogo smo razdelile na več poglavij.

Želele smo najti prvi zabeležen plakat tukaj.

Osredotočile smo se na razvoj tiskarn v Mariboru. Našo pozornost je pritegnil podatek o prvem zabeleženem plakatu, ki naj bi nastal po letu 1908, vendar je druga literatura navajala prvi zabeležen plakat v Mariboru že leta 1802. Plakat ustreza vsem kriterijem plakata tistega časa.

Naslednje obdobje, ki smo ga podrobneje preučile, je čas med vojnama. V tem času nastanejo partizanski plakati. Izdelki so bili natisnjeni izključno v tehniki visokega tiska.

Nadaljevale smo v obdobje od leta 1945 do 2000. V petdesetih dosežemo evropsko raven.

Zanimiv podatek, ki smo ga zasledile, je, da je bil leta 1972 bienale grafičnega oblikovanja v Mariboru.

V 90-ih letih oblikovalci niso več omejeni, in to se nadaljuje v 21. stoletje.

Za konec smo podale še kritiko današnjega stanja plakata v Mariboru.

## 2. UVOD

Plakati so del našega vsakdana, saj nas spremljajo na vsakem koraku. Bombardirajo nas s podobami, znaki, slogani, ki oglašujejo najrazličnejše izdelke ter vabijo na prireditve in aktivnosti. Vizualna komunikacija, ki se vzpostavi med nami in plakatom, nas pogosto nasmeji ali pa razjezi, sproži val asociacij, nas opomni, da nismo kupili jogurta, ali pa nas spomni, da se bliža čas festivalov.

Na začetku smo si zadale nekaj ciljev. Glavni cilj je bil to, da zavržemo misel:” Pri nam pa tak nič ni”. Želele smo najti čim več podatkov za Maribor, da bi lahko spoznale, ali je bilo to mesto v zgodovini aktivno, če gledamo s strani grafičnega oblikovanja, ali pa se je držal bolj v ozadju. Namen naloge je bil predvsem, da obudimo plakat v Mariboru in da začnemo nanj gledati z drugega zornega kota.

Naslednji cilj je bil, da poiščemo prvi zabeležen plakat iz Maribora, saj smo mnenja, da bi bil ravno ta podatek zelo zanimiv, ker bi lahko videle, koliko let se tukaj že redno pojavlja plakat.

Nalogo smo si nato razdelile na več časovnih obdobj in za vsako obdobje smo želele najti plakat, ki je nastal v Mariboru; če pa je bilo podatkov več, smo pobrskale in poiskale še kakšnega oblikovalca s tega področja.

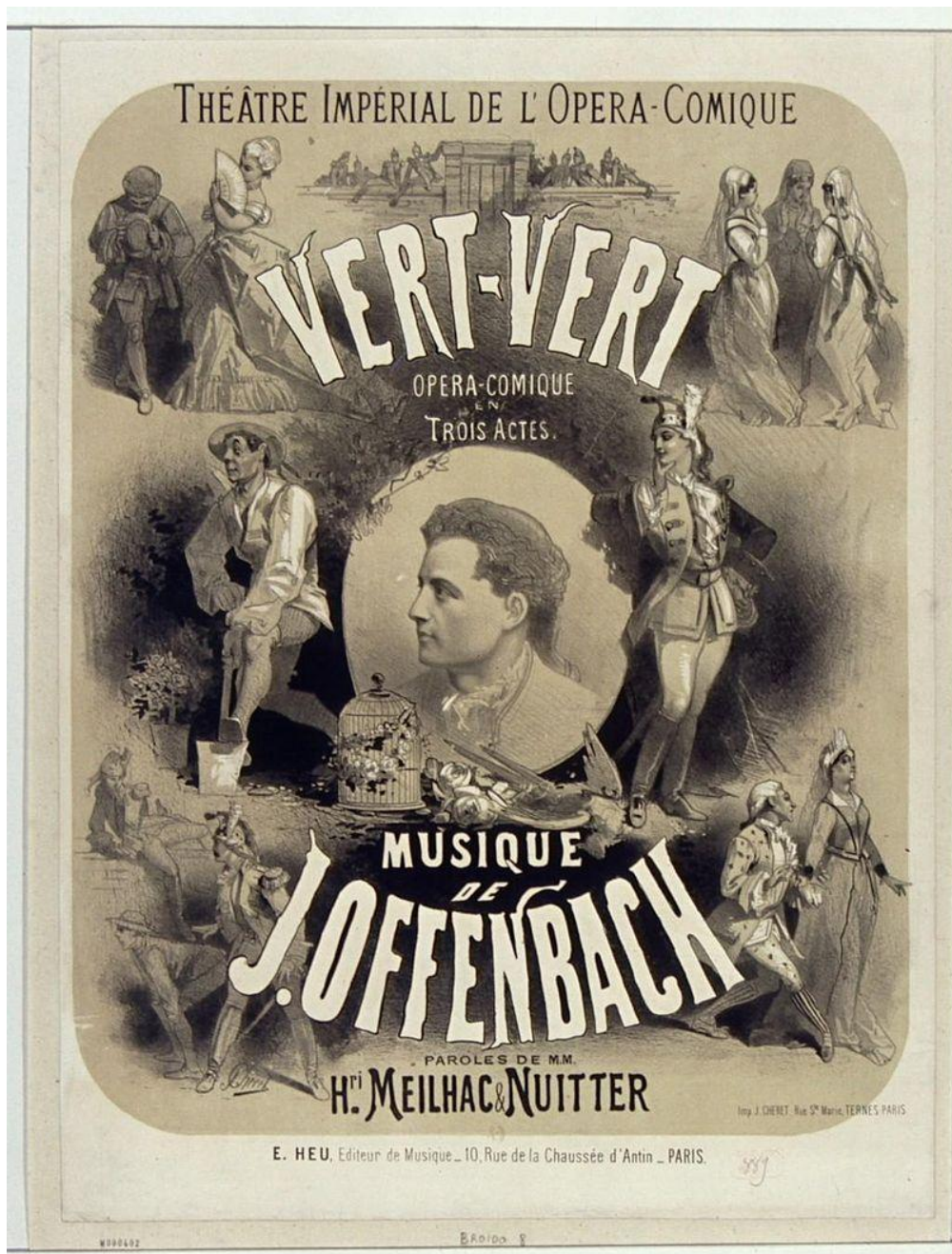
Čim bolj smo želele pregledati zgodovino in jo primerjati s plakati, ki smo jih našle, saj se zavedamo, da so se skozi čas plakati spreminjali skupaj z družbo. Prav tako so nastajali z različnimi nameni. Avtorji plakatov so bili umetniki in tudi tisti, ki se z umetnostjo niso prav dosti ukvarjali. Plakati so nastajali v različnih tehnikah in stilih, kar jih je delalo posebne in zanimive. Prav te vplive smo želele raziskati.

### 3. PLAKAT

Plakati so del našega vsakdana, saj nas spremljajo na vsakem koraku. Bombardirajo nas s podobami, znaki, slogani, ki oglašujejo najrazličnejše izdelke ter vabijo na prireditve in aktivnosti. Vizualna komunikacija, ki se vzpostavi med nami in plakatom, nas pogosto nasmeji ali pa razjezi, sproži val asociacij, nas opomni, da nismo kupili jogurta, ali pa nas spomni, da se bliža čas festivalov. So zelo pogosta tiskovina v naših vsakdanjkih, zato je pomembno, da jim posvetimo nekaj časa in si jih podrobneje ogledamo.

Plakat je ogledalo časa, prostora in družbe, v kateri nastaja. Zato je prav zaradi teh značilnosti še posebej zanimiv za bodoče generacije. Pokazalo se je, da smo tudi me podlegle tej njihovi zanimivosti in skrivnosti časa, saj smo celotno raziskovalno nalogo gradile na raziskovanju plakatov, ki so nekoč viseli na očeh javnosti, in jih priredile razmeram današnje družbe.

Kaj je plakat? Je izdelek grafičnega oblikovanja, ki je pritrjen na javnem prostoru kot obvestilo ali oglas. Obliko sestavljata likovna podoba ali znak (lahko tudi oboje) in besedilo, tiskana v različnih grafičnih tehnikah na papir. Vrlini dobrega plakata sta jasnost in preprostost. Pozornost mora biti usmerjena v čim bolj jasno predstavitev ideje. Zato mora biti tudi sporočilo enostavno in razumljivo, večinoma podano kot slogan, napisan v čitljivi in pregledni tipografiji, ki se ujema s slikovnim delom plakata. Poleg ujemanja slike in besedila mora biti uspešno zastavljena tudi barvna kompozicija. Uporabljajo se močne, udarne barve ter kontrasti, torej najmočnejše kombinacije, ki hitro in jasno poudarijo sporočilo. Barve naj bi vplivale na razpoloženje, poleg tega pa ima vsaka barva tudi svoj simbolni pomen. Prvi plakat je nastal v tehniki barvne litografije ali kamnotiska izpod rok Julesa Chéreta leta 1866. Žal prvega plakata nismo našle, zato smo izbrale plakat, ki je temu najbližje. Plakat je v tehniki litografije.



Source gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France

Slika 1: Vert - Vert Jacques Offenbach

Avtor: Julesa Chéreta

Naslov dela: Vert - Vert Jacques Offenbach

Leto nastanka: 1869

Zvrst: grafika

Tehnika: litografija

Mere: ?

(dostopno na spletnem naslovu:

[https://fr.wikipedia.org/wiki/Jules\\_Ch%C3%A9reta#/media/File:Ch%C3%A9ret\\_-\\_Vert-Vert,\\_affiche.jpg](https://fr.wikipedia.org/wiki/Jules_Ch%C3%A9reta#/media/File:Ch%C3%A9ret_-_Vert-Vert,_affiche.jpg))

### 3.1 Vrste plakatov

**PROPAGANDNI PLAKAT:** Najpogostejša oblika je politični plakat, ki je svoj razcvet doživel v obdobju prve svetovne vojne. Sem pa spada tudi zdravstveni plakat, ki obvešča in spodbuja ljudi k izboljšanju zdravstvenega stanja.

**PRIREDTVENI PLAKAT:** Privlačne ilustrirane podobe na plakatih oglašujejo različne kino predstave, likovne razstave, plese, koncerte ...

**KOMERCIALNI PLAKAT:** V osemdesetih letih 19. stoletja se je z industrijskim in tehničnim napredkom ter širjenjem trgovine razmahnilo oglaševanje, kar je spodbudilo produkcijo komercialnih plakatov. Od tedaj naprej se koncept oglaševanja spreminja, saj se vedno znova skuša z različnimi vizualnimi in besednimi manipulacijami približati kupcu in ga zvesti v nakup izdelka ali storitve.

## 4. ZAČETKI PLAKATA

Izum tiska je spodbudil proces opismenjevanja ter s tem možnosti in potrebo po obveščanju in sporočanju s tiskanjem. Plakat oziroma drugače imenovan lepak je bil prvi medij s tiskanimi informacijami, lepljen na stene javnih prostorov, kot so trgi in cerkve. V Mariboru je tiskanje spodbudil Franc Anton Schültz, ko se je v mesto preselil iz Ptuja. Leta 1795 je Maribor dobil prvo tiskarno. Tiskarna je bila na vogalu Glavnega trga in Dravske ulice. V tej tiskarni se je tiskalo za potrebe mariborskega okrožnega urada in šolstva, vendar tiskarna nikoli ni dobila naziva okrožne tiskarne. Tako je nekaj let za to tiskarno bila ustanovljena tiskarna Sv. Cirila, ki jo je leta 1885 kupilo Katoliško tiskovno društvo. V tistem času sta delovali dve tiskarni. Tiskarna Karlikova, ki je tiskala in skrbela za potrebe nemških naročnikov, in tiskarna Sv. Cirila, ki je skrbela za slovenske naročnike. V Cirilovi tiskarni so tiskali veliko različnih tiskovin, posledično plakatov, tehnika litografije. Največ zabeleženega materiala o tiskanih plakatih v tiskarni so avtorja Maksima Gasparija, tiskanih pa je bilo tudi veliko plakatov neznanih avtorjev. V tridesetih in štiridesetih pa je začela delovati Mariborska tiskarna, ki je tiskala v barvnem ofsetu. Iz podatkov lahko razberemo, da je bila ta tiskarna zelo aktivna, saj je bilo tiskanih veliko plakatov: od najplodovitejšega oblikovalca plakatov vseh vrst Ivana Vavpotiča, Božidarja Jakaca, šolanega slikarja in grafika, arhitekta Janka Omahna, Hermana Husa, prav tako arhitekta, utemeljitelja slovenske fotografije Petra Kocjančiča in Evgena Šajna. Maribor je bil torej zelo aktiven na področju tiskanja plakatov, česar na začetku raziskave nismo pričakovale. Veliko tiskanih plakatov v Mariborski tiskarni je bilo tiskanih za Ljubljanski velesejem.





*Slika 2: Koroška pravljica*

Avtor: Maksim Gasparij

Naslov dela: Koroška pravljica

Leto nastanka: 1920

Zvrst: grafika

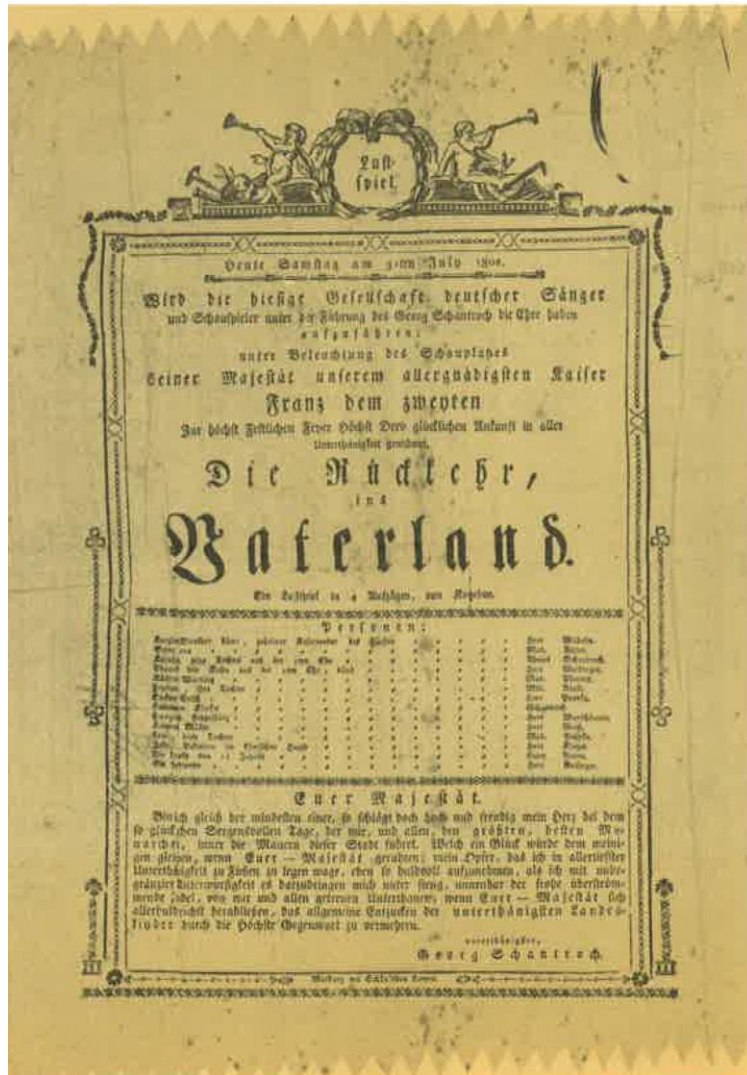
Tehnika: ?

Mere: 37 x 29 cm

(dostopno na spletnem naslovu: <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:IMG-AKT6I96F/?query=%27contributor%3dGaspari%2c+Maksim%27&pageSize=25>)

Na začetku se je plakat uporabljal za obveščanje o novih zakonih, dekretih in javnih dogodkih ter shodih, ki sta jih razglašala država in cerkev. Politično-propagandni plakat je kot medij pridobil na pomenu na koncu 18. in v 19. stoletju, ko je začel služiti nacionalnim in revolucionarnim gibanjem. O plakatu, kot ga poznamo danes, lahko govorimo šele v zadnji četrtini 19. stoletja, saj sta tiskarska in grafična tehnika toliko napredovali, da sta omogočili večbarvno tiskanje na večji format v velikem številu. Zavladata je likovna podoba, ki je pripomogla k razumevanju besedila, saj je na celi površini spodrinila besedilo na robove. Takšen plakat je sprva bil namenjen predvsem oglaševanju industrijskih izdelkov, gledaliških in filmskih ter likovnih predstav. Pozneje so ga za različne propagande uporabila različna ideološka gibanja in politični režimi, ki so ga spretno izrabili. To so bili fašizem, nacizem in komunizem ter druga družbena gibanja, ki so bila proti njim. Prvi slovenski plakat je bil izobešen v Ljubljani na začetku 20. stoletja. Rojstvu plakata so botrovali različni dejavniki, od tehnične opremljenosti slovenskih tiskarn do ugodnih političnih, družbenih in gospodarskih razmer, ki so omogočile potrebo in možnosti oglaševanja v slovenskem jeziku. Slovensko meščanstvo je na prehodu devetnajstega v dvajseto stoletje utrdilo vlogo nosilca narodnega, političnega in gospodarskega razvoja. Razna literatura o slovenskem plakatu navaja, da je prvi slovenski lepak nastal po letu 1908, kar je pritegnilo našo pozornost, saj smo v različnih virih odkrile gledališki plakat iz leta 1802, ki je nastal v Mariboru. V Mariboru je z litografsko delavnico bila opremljena tiskarna Sv. Cirila. Celoten grafični postopek je potekal ročno, mere papirja pa so bile le 40 x 60 cm. Plakati so bili, vendar so bili tiskani v tujini, polni besedila v nemščini, nekateri celo manjših mer ali sestavljeni iz večjih pol papirja, zlepljenih v celoto.

Prvi zabeležen plakat v Mariboru, ki smo ga našle v knjižnem gradivu, je gledališki plakat iz leta 1802. Kot smo skozi raziskavo ugotovile, je plakat tistega časa bil v merah 40 x 60 cm oziroma manjši, vendar je pisalo, da je prvi slovenski plakat nastal okoli leta 1908, čeprav je omenjeni plakat zabeležen že leta 1802 in ustreza zapisanim značilnostim plakata tistega časa. Edina razlika je ta, da je plakat tiskan na svilo in je v merah 43 x 47. Vsebuje veliko besedila, ki je zapisano v nemščini, kar pa ustreza omenjenim podatkom.



Slika 3: Povratek v domovino

Avtor: ?

Naslov dela: Povratek v domovino

Leto nastanka: 1802

Zvrst: grafika

Tehnika: grafika na svilo

Mere: 43 x 47

Vir: POKRAJINSKI ARHIV MARIBOR. 1988. Zbirka gledaliških plakatov 1790-1920 [katalog]. Maribor: Pokrajinski arhiv. COBISS.SI-ID 4000256. stran: 13.

Prvi oblikovalci slovenskih plakatov so bili umetniki, ki so se šolali na Dunaju na prelomu stoletja. Povezovali so se v klubu Vesna. Na Dunaju so se seznanili z novim likovnim slogom - art nouveau. Art nouveau je nastal na prelomu 19. in 20. stoletja in je popestril pusto industrijsko proizvodnjo ter izhajal iz načela, da je tudi najmanjši predmet vreden umetniške obdelave. Tako se je razvila nova umetniška smer - oblikovanje. Torej lahko komaj takrat govorimo o oblikovanju. Slogovne značilnosti art nouveaua so igrive cvetlice in organske oblike, abstrakcije, žive barve, romantična omaknjenost podob, predvsem je bila poudarjena dekorativnost. Veliko umetnikov je črpalo ideje iz likovne dediščine lastnega naroda. V tem obdobju je pod vplivom gibanja "arts and crafts" ter predvsem, kot že omenjeno, art nouveaua prišlo tudi do spremembe tipografije in oblikovanja novih črk, ki so se prilagajale in likovno ujemale s podobami na plakatu. Zavzemali so se za črpanje idej, motivov, predvsem pa ornamentov in tako imenovane ljudske umetnosti ter se s tem skušali upreti tujim vplivom in obenem približati umetnost slovenskemu človeku. Veliko slikarjev, arhitektov in drugih umetnikov je prispevalo veliki delež k razvoju grafičnega oblikovanja na Slovenskem. To so bili vesnani Guido Birolla, Saša Šantel, Maksim Gaspari in njihov sodobnik Ivan Vavpotič. Ti so uveljavili in izkoristili svoj talent na vseh področjih likovnega oblikovanja. Oblikovali so knjižne ilustracije, knjige, časopise, razglednice in predvsem plakate. Mnogo ohranjenih plakatov je oblikoval Ivan Vavpotič. Njegov največji in hkrati najstarejši ohranjen plakat je vabilo na Planinski ples (150 x 70 cm).

Prva polovica 20. stoletja je bila obdobje avantgardnih gibanj, ki so radikalno spremenila koncept umetnosti. Vsem avantgardam je bilo bistveno osvoboditi umetnost ter vplivati na tokove vsakdanjega življenja in družbeno ureditev. Zaradi zavrnitve klasičnega likovnega jezika so se umetniki osredotočili na abstrakcijo kot nov umetniški izraz. Pri tem so uporabljali različna sredstva, od fotografij do kolaža in fotomontaže. V grafičnem oblikovanju pa so skupne lastnosti avantgard asimetrija tipografije, geometrična postavitvev in fotografska ilustracija. K nam so vplivi novih umetniških tokov prišli v dvajsetih letih prejšnjega stoletja. Prerod slovenske umetnosti je bila novomeška pomlad leta 1920, ko so mladi umetniki predstavili svoj pogled na umetnost. Takrat se je na Slovenskem začel slovenski ekspresionizem, ki je vrh dosegel med leti 1922-1923.

Popularnejši grafični slog je bil art deco, ki je vplival na arhitekturo, likovno umetnost, modo in notranjo umetnost. Slog je bil odgovor na malomeščansko nerazumevanje abstrakcij modernistov, ki je od različnih avantgardističnih smeri prevzel nekatere elemente. Tako kot art nouveau tudi art deco ni imel enotnega sloga, temveč se je prilagajal umetniškim slogovnim predispozicijam posamezne države. Slovenski plakat je svoj vrhunec dosegel med obema svetovnima vojnoma s Kocjančičem, Šajnom in Trpinom. Kocjančič je naredil tudi plakat za Maribor, kar je za nas še posebej zanimivo. Peter Kocjančič je bil eden izmed tistih ustvarjalcev in avtorjev, ki jih ne moremo uvrstiti v eno samo kategorijo. Želel se je ukvarjati s slikarstvom in je zato končal šolo za dekorativno slikarstvo v Gorici ter nekaj časa obiskoval likovno akademijo v Benetkah. Ustvaril je veliko slovenskih plakatov, kar je pripomoglo k vrhuncu plakata. Kar nam je padlo v oči, je, da sta v približno v istem času delovala Černigoj in Kocjančič. Pri Černigoju lahko vidimo konstruktivistično trdnost in neposrednost, medtem ko je Kocjančič v svoje delo zelo rad vključeval fotografijo, saj se je takrat začela vedno bolj uveljavljati tudi v tiskarstvu.



*Slika 4: Srečko Kosovel*

Avtor: Avgust Černigoj

Naslov dela: Srečko Kosovel

Leto nastanka: 1926

Zvrst: grafika

Tehnika: linorez na papir

Mere: 41,9 x 29,8 cm

(dostopno na spletnem naslovu: [http://museums.si/sl/collection/object/236323/avgust-  
cernigoj-srecko-kosovel](http://museums.si/sl/collection/object/236323/avgust-cernigoj-srecko-kosovel))





Slika 5: Pozor, Harry!

Avtor: Peter Kocjančič

Naslov dela: Pozor, Harry! (Achtung Harry! Augen auf!)

Leto nastanka: 1927

Zvrst: grafika

Tehnika: ?

Mere: 47 x 63 cm

(dostopno na spletnem naslovu:

[http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:IMG-](http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:IMG-7ZGTTU5H/?query=%27keywords%3dpeter+kocjan%C4%8Di%C4%8D+pozor+harry%27)

[7ZGTTU5H/?query=%27keywords%3dpeter+kocjan%C4%8Di%C4%8D+pozor+harry%27&pageSize=25\)](http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:IMG-7ZGTTU5H/?query=%27keywords%3dpeter+kocjan%C4%8Di%C4%8D+pozor+harry%27&pageSize=25)

Fotografija je bila tista, ki je Kocjančiča povsem prevzela in s katero se je po letu 1930 neprenehoma ukvarjal vse svoje življenje. Takrat so oblikovali plakate različni umetniki, kot so slikarji in arhitekti, tako je tudi Kocjančič kot šolan slikar posegel v vode grafičnega oblikovanja, s katerim se je ukvarjal vse življenje in se z njim preživljal. Ker je na področju fotografije in grafičnega oblikovanja ustvarjal edinstvena dela, je zaradi poznavanja značilnosti obeh lahko fotografijo uporabil tudi pri svojem oblikovalskem delu in s tem velja za pionirja uporabe fotografije kot samostojne prvine na Slovenskem. Kocjančič je na svojih delih uporabljal svoje ročno izrisane črke namesto zastarelih črk, ki so jih uporabljale vse tiskarne; s tem je slovenski plakat približal plakatom filmske špice. Tukaj lahko izpostavimo edinstveno delo Pozor, Harry!, saj izstopa po napisu, ki je zanimiv zaradi prekrivanja barv na ilustraciji. Še danes se tovrstno oblikovanje uporablja za naslove filmov, ki postane prepoznavni logotip, primeren za uporabo na številnih promocijskih izdelkih, predvsem v komercialnem filmu. Zanimivo se nam je zdelo, da sta dva umetnika v 30. letih prejšnjega stoletja oblikovala tako različne plakate. Pri Černigoju lahko vidimo veliko geometrije, trdih potez, medtem ko je delo Kocjančiča veliko bolj razigrano, mehko in realistično. Seveda ne smemo pozabiti omeniti tudi prvih diplomantov Ljubljanske arhitekturne šole – Janko Omahen in Domicijan Serajnik – in njuno na dekorativnost zoženo plakatno govorico. Janez Trpin, šolan grafik, in Peter Kocjančič sta bila v tridesetih letih najpomembnejša na tem področju. Filmski plakati iz let 1925-1928 so preprosti grafični izdelki. Zanimivo je, da skupaj s plakati šolanih grafikov, kot sta Janez Trpin in Evgen Šajn, predstavljajo vrh slovenskega plakata med obema vojnama in so primerljivi s plakati, ki so nastajali ob istem času drugod po Evropi. Omenjeni plakat Mariborski teden je zato za nas še bolj zanimiv, saj ga je za Maribor ustvaril Kocjančič.



Slika 6: V. Mariborski teden

Avtor: Peter Kocjančič

Naslov dela: V. mariborski teden

Leto nastanka: 1936

Zvrst: grafika

Tehnika: barvni ofset

Mere: 950 x 627 cm

Vir: POŽAR, Cvetka. 2015. Stoletje plakata: plakat 20. stoletja na Slovenskem. Ljubljana: Muzej za arhitekturo in oblikovanje. ISBN 978-6669-32-0. stran: 60



Še posebej pomembno vlogo pri spodbujanju in širjenju zanimanja za grafično oblikovanje je imel Ljubljanski velesejem.

Obdobje med obema vojnama lahko označimo za zlato dobo slovenskega kapitalizma, kljub gospodarski krizi, ki je državo prizadela v tridesetih letih, saj je prizadela samo nekatere gospodarske panoge, druge panoge pa so beležile celo porast zmogljivosti, kot na primer turizem, kar se je poznalo v povečanem številu turističnopropagandnega gradiva, med katerim je imel vidno vlogo tudi plakat.

V obdobju med obema vojnama so oglaševanje že razumeli kot sestavni del delovanja sodobnega gospodarstva. V tem obdobju se prvič izraziteje kaže raznolikost plakatov. Razširili so se predvsem tržni plakati, ki so oglaševali izdelke, storitve, gospodarske prireditve, sejme itn. Uveljavil pa se je tudi kulturni plakat, ki ga lahko razdelimo na podzvrsti, kot so razstavniki, filmski, glasbeni in drugi prireditveni plakati. Na plakatu so odmevala tudi številna politična dogajanja. Politični plakati so bili zgolj tipografski, le redki ilustrirani.

Plakatno oglaševanje je opredeljeno zgolj kot sredstvo, ki utrdi pomen blagovne znamke. Že takrat je bil plakat razumljen kot način oglaševanja. Kot nekaj, kar mimoidočega pritegne in ga opomni na nekaj, kar je že nekje videl ali prebral.

Med letoma 1921 in 1941 je v Ljubljani kot javni prostor oglaševanja izstopal prostor ljubljanskega velesejma, kjer so že ob vhodu bili nameščeni veliki leseni plakatni panoji. Kar se nam je zdelo najbolj zanimivo, je to, da je bilo nekaj plakatov za ljubljanski velesejem natisnjenih v Mariborski tiskarni.

Pri nas so reklamna podjetja doživela prvi večji razcvet v dvajsetih in tridesetih letih. V Mariboru so delovale približno 3 tiskarne. Na začetku dvajsetih let so tiskarne večinoma oglaševale zgolj tiskarske storitve. Tiskarne so želele ponuditi kakovostno in raznoliko tiskano gradivo. Zato so začeli odpirati lastne grafične oziroma osnutarske oddelke. Danes lahko nanje gledamo kot na zametke oblikovalskih studiev. V Mariborski tiskarni je bil v drugi polovici tridesetih let ustanovljen Umetniško grafični zavod. Ustanovil naj bi ga Rudi Gorjup, ki ga je do druge svetovne vojne tudi vodil. Izdelovali so osnutke plakatov, lastne umetniške risbe, reklamno tiskano gradivo v litografski tehniki; imeli so tudi svoja plakatna mesta, ki so obsegala štirideset reklamnih kioskov in štirideset reklamnih tabel.

#### TRŽNI PLAKATI:

Slovenski tržni plakat je začel pridobivati pomen po prvi svetovni vojni, ko sta se zaradi spremenjenih političnih razmer začeli razvijati domača industrija in trgovina, ki sta potrebovali plakate za oglaševanje lastnih izdelkov. Podoba tržnih plakatov med obema vojnama je bila izjemo raznolika. Večina kakovostnih slovenskih plakatov, ne samo tržnih, temveč tudi drugih, je bila ustvarjenih v drugi polovici dvajsetih let in predvsem v tridesetih letih. Stilne značilnosti plakatov v tridesetih letih, ko se že pojavijo izčiščeni plakati, temeljijo na izpostavljanju figure ali predmeta, usklajenih barvnih površinah (poudarek na kontrastih) ter skopem besedilu.

#### TURISTIČNI PLAKATI:

Turizem se je v Sloveniji močno razvil med obema vojnama. Temu primerno je bilo tudi njegovo oglaševanje. Že na začetku dvajsetih letih se je pokazala potreba po večjem oglaševanju vseh turističnih krajev, ne samo najpomembnejših. Konec leta 1923 in na

začetku leta 1924 se je ravnateljstvo Jugoslovanske zveze za tujski promet med drugim odločilo tudi za tiskanje plakatov za Pohorje. Ustvaril naj bi jih slikar Saša Šantel.

## 5. PLAKAT MED DRUGO SVETOVNO VOJNO

Razvoj slovenskega plakata je leta 1941 prekinila druga svetovna vojna, v kateri je plakat dobil popolnoma novo politično vsebino. Postal je nosilec agitacijskih in mobilizacijskih sporočil. Razvoj slovenskega plakata je bil v vojnem obdobju osredotočen na plakate narodnoosvobodilnega boja in plakate kolaboracijskih domobranskih formacij. Ves čas vojne pa so plakate izdajali tako nemški kot italijanski okupatorji, in to v nemškem, italijanskem in slovenskem jeziku, odvisno od namena plakata. Te plakate so oblikovali slovenski likovniki. Partizanski plakat je opredeljen kot osvobodilni plakat. Gre za plakate, ki so naravnani proti fašistični in nacistični ideologiji in njenim privržencem.

Organizirani upor proti okupatorju se je začel z ustanovitvijo Osvobodilne fronte Slovenije, katere delovanje se je do jeseni 1941 precej razširilo. Ena temeljnih metod boja proti okupatorju je bila širjenje ilegalnega tiska. Centralni komite Komunistične partije Slovenije je dal osvobodilnemu gibanju na voljo svojo predvojno partijsko tehniko. Ta se je še bolj razvila in preimenovala v Centralno tehniko KPS. Njeno delovanje je vključevalo oskrbovanje ilegalnih tehnik oziroma tiskarn s papirjem, matricami, barvami in tiskarskimi stroji. Centralna tehnika je organizirala tudi delovanje prvih ilegalnih tiskarn. Zaradi hudega pomanjkanja materiala so bili tiskarski postopki omejeni na ročni tisk, kasneje pa tudi na strojni tisk. V Ljubljanskih ilegalnih tiskarnah naj bi bilo od avgusta 1941 do aprila 1943 natisnjenih 23 letakov in plakatov, točno število naklade na žalost ni znano. Partizansko tiskarstvo je bilo osredotočeno predvsem na Ljubljano in okolico. Na Gorenjskem oziroma Štajerskem so delovali arhitekt Marjan Šorli in slikarji Dušan Petrič, Ive Seljak - Čopič, Janez Vidic in drugi. Narodnoosvobodilni plakati so bili vizualni odsev realnosti in hkrati učinkovito propagandno sredstvo. Konec junija 1942 so se pojavili prvi volilni plakati. Motiv teh plakatov so bili talci in ženske kot simbol izborjene volilne pravice. Vloga žensk je bila na partizanskih plakatih močno izpostavljena z risbami in slogani. Zaradi vojne so izdajali tudi kongresne, razstavne in druge plakate.

Borci in borke so bili upodobljeni v dinamičnih in herojskih držah ter z dvignjeno pestjo, talci, žrtve, požgane vas, zastave ... Okupatorji so bili pogosto upodobljeni pri nečloveških dejanjih, deformirani, karikirani ... Prepričevalna in izpovedna moč plakata je bila v ideji in želji. Osnovno likovno sredstvo na teh plakatih je realistična risba, z namenom, da bi bilo sporočilo vsem razumljivo. Vsi plakati iz partizanskih tiskarn so bili izdelani izključno v tehniki visokega tiska, tako da so avtorji morali izdelati matrice v linorezu. Večina plakatov tega časa je natisnjenih na razrezane špecerijske vrečke, ovojni papir ipd. Včasih so zalepili tudi dva manjša lista v večji format.

Med posameznimi plakati, ki so jih ustvarjali akademski umetniki ali samouki, so bile očitne razlike v likovnem jeziku. Slikarje so zaznamovali realizem, ekspresionizem ali celo nadrealizem.

Partizanski plakati so poudarjali pomen solidarnosti, izobraževanja, kulturnega delovanja, volilne pravice žensk, predvsem pa boj za svobodo. Bili so medij politične propagande z jasnim ciljem, a zaradi razmer, v katerih so nastajali, so tudi del celovitega umetnostnega ustvarjanja.

Na slovenskem okupiranem ozemlju je bila do leta 1943 protikomunistična in protipartizanska propaganda predvsem v domeni nemškega in italijanskega okupatorja. Tiskali so opozorilne plakate, ki so svarili in grozili. Oblikovali so jih nemški avtorji, nato pa so jih le jezikovno prilagodili okupiranim področjem. Izdajala jih je podružnica Državnega propagandnega urada Koroške, ki je leta 1941 začela delovati na Bledu, na območju Spodnje Štajerske pa Štajerska domovinska zveza in njeni organi oziroma vodja civilne uprave za Spodnjo Štajersko.

Italijanska in nemška okupacijska vojska je zasedla predvojne tiskarske obrate. Na voljo so imeli sodobno tehnologijo, medtem ko je ilegalni partizanski tisk nastajal v izredno težkih pogojih: v nenehnem strahu, da bi jih odkrili ter ob pomanjkanju tiskarske tehnologije in materiala.

Janez Vidic je slovenski slikar, ki se je rodil leta 1923 in umrl leta 1996. Ustvarjal je grafike, ilustracije, oljna dela tako na platnu kot na steklu, freske in dela na lesu. Zasedile smo plakat z naslovom Titova armada na pohodu v svobodo iz leta 1944.



*Slika 7: Titova armada na pohodu v svobodo*

Avtor: Janez Vidic

Naslov dela: Titova armada na pohodu v svobodo

Leto nastanka: 1944

Zvrst: grafika

Tehnika: ?

Mere: 30 x 22 cm

Vir: MESTNA GALERIJA LJUBLJANA. 1982 [katalog]. Partizanski plakat. Ljubljana.

COBISS.SI-ID 9964039. stran: 4

## 6. PLAKAT OD LETA 1945 DO LETA 2000

Zmaga nad okupatorjem je po končani drugi svetovni vojni med ljudi prinesla val navdušenja in optimizma. Hkrati pa celo vrsto raznih nalog, ki so jih narekovale nove socialistične ureditve, načrtane na 1. kongresu Osvobodilne fronte v Ljubljani. Na kongresu so dali poudarek temu, da ne bodo trpeli politične konkurence. Maribor je bil osvobojen 9. maja 1945 in še isti mesec so izvedli teden obnove zapuščenih in porušenih mest. Seveda pa je sledila tudi temeljita obnova domov, saj je bilo v Mariboru poškodovanih kar okoli 50 odstotkov stanovanjskih hiš, predvsem zaradi bombardiranj v aprilu istega leta.

V prvi letih po koncu druge svetovne vojne je vsebino in podobo političnih plakatov določala nova oblast, ki se je oprla na komisijo za agitacijo in propagando. Poznamo jo pod imenom agitrop. Skrbele so za "ideološki dvig partijskega kadra in pravilno ideološko ter politično vzgojo ljudskih množic."\*(*Petra Svojšak, "Slovenska kulturna politika v prvih povojnih letih", Primorska srečanja, 127,1991, str. 1010*) V tem obdobju so propagandne ideje in namene prikazovali predvsem skozi plakate, saj so se zdeli najlažje dostopen medij za širše množice nad katerimi pa je bil izvajan strog nadzor. Posledica potrebe, da ima oblast popoln nadzor nad propagando, je bila nacionalizacija vseh tiskarn po državi. Tiskarne so bile vodene s strani republiške uprave in centralne politične oblasti. Izvršni organ nad tiskarnami je bila Uprava Grafične industrije Ljudske republike Slovenije, ki pa se kasneje preimenuje v Glavno direkcijo grafične industrije; po letu 1950 je bila ukinjena. Največ tiskovin v teh letih je bilo natisnjenih predvsem v Tiskarni Ljudske pravice, mnogi tudi v Čemaževi litografiji, Blaznikovi tiskarni, Umetniškem zavodu za litografijo in nekaj v nekaterih tiskarnah drugod po državi. Ker so bile vse večje tiskarne na območju Ljubljane, v Mariboru ne beležimo velikega obratovanja Mariborske tiskarne, zato posledično tudi nismo našle veliko primerkov oziroma oblikovalcev, ki bi na območju Maribora ustvarjali.

### 6.1 Agitropovski plakat

Oblikovalci agitropovskega plakata so bili v veliki večini umetniki, partizani, ki so dobro poznali partizanski plakat in so svoje delo nadaljevali še v letih po osvoboditvi. Značilnost teh plakatov so monumentalne, barvite, figuralne risbe. Plakati so predvsem nastajali iz želje po realistični upodobitvi motivov, zato v veliki meri vidimo dobro senčene figure, ki vzbujajo občutek globine, saj so ljudem večinoma bolj všeč izdelki, ki delujejo tridimenzionalno kot pa dvodimenzionalno. Ne moremo reči, da to velja za vse oblikovalce, se je pa tega stila držala večina. Pomembno vlogo so imele tudi barve. Te so bile močno nasičene in žive, da so takoj pritegnile našo pozornost. Če ugibamo, bi rekle, da se je takšen stil uveljavil zaradi tega, ker je oblast želela vplivati na občinstvo; če so izobesili plakate, ki so takoj pritegnili pogled zaradi postavitve in barv, je bil učinek na gledalce zagotovljen - odvisno od tega, kaj so predstavljali. Z gotovostjo pa trdimo, da se takšna taktika ni spremenila vse do danes. Ustvarjamo plakate, ki takoj pritegnejo pogled, saj le tako služijo svojemu namenu, vplivati na javnost. Danes je ta naloga sicer malo težja, saj na tržišču kar mrgoli takšnih in drugačnih oblikovalcev in vsak želi ustvariti nekaj drugačnega. Ko je drugačnosti že preveč, pa bi se bilo morda bolje zateči nazaj k preprostosti.

V obdobju agitropa je bil motiv ideološke kontrole šport. Ta je spodbujal tekmovalni duh v ljudeh, saj je bilo ravno v tem obdobju pomembno, da obnovimo državo. Prav iz tega razloga so bili pogosti plakati herojskih atletskih teles športnikov, ki so po navadi postavljeni čez celotno slikovno ploskev. Prav ta motiv športnika je postal simbol vitalnosti in optimističnega ljudstva.

Lahko rečemo, da so v tem času prevladovali politični plakati, ki so prepričevali ljudi, naj se udeležijo volitev, plakati za kongrese političnih organizacij, priložnostne proslave, festivale dela, spodbujali so ljudi k obnovi države ... Med njimi so bili plakati ob najpomembnejših praznikih: 27.april, dan Osvobodilne fronte, 1. maj, Titova štafeta ...

Skozi leta so želeli na plakat vključiti čem več simbolov in motivov, zato so politični plakati postali prenasičeni in so izgubili svoj pomen.

V tem obdobju smo Slovenci še močno zaostajali za ostalimi državami, če gledamo razvoj plakata. Zakaj? Našo zaostalost lahko pripišemo skromnemu plakatnemu razvoju že pred vojno, saj ni bil na visoki stopnji in posledično nismo imeli velikih dosežkov. Kot drugo, izdelovalci plakatov pri nas so bili predvsem slikarji in ne nekdo, ki bi se specializiral izključno za področje grafičnega oblikovanja, temveč so se z oblikovanjem ukvarjali zgolj priložnostno.

Na območju Slovenije je delovalo kar nekaj oblikovalcev: Vito Globočnik, Milko Babič, Dore Klemenčič-Maj, Janez Vidic, Avgust Černigoj, Janez Trpin, Janko Omahen, Rudi Gorjup ...

Najbolj produktiven izmed vseh je bil Janez Trpin, ki pa je na našo žalost deloval in živel na območju Ljubljane. Sedaj bi ga lahko podrobneje opisale in predstavile njegove dosežke in pomen za slovenstvo, vendar smo se odločile, da še bolj podrobno pobrskamo po literaturah in poiščemo predstavnika, ki je delal na območju Maribora. Nasmehnila se nam je sreča. Našle smo plakat, ki je bil leta 1948 ustvarjen in natisnjen v Mariboru. To je bil plakat Pridruži se nam.



*Slika 8: Pridruži se nam*

Avtor: Dušan Petrič 1916-1964

Naslov dela: Pridruži se nam

Leto nastanka: 1948

Zvrst: grafika

Tehnika: ofset

Mere: 90 x 63 cm

(dostopno na spletnem naslovu: <http://www.dlib.si/streamdb/URN:NBN:SI:IMG-NH73VB5T>)

Ta plakat prihaja izpod rok Dušana Petriča. Bil je slikar in ilustrator, priložnostno pa se je ukvarjal še z grafičnim oblikovanjem. Na področju grafičnega ustvarjanja pa je izdeloval predvsem politične plakate. Delo, s katerim je postal najbolj poznan, je bila ilustracija za knjigo Janeza Menarta Mižek Figa gre po svetu. Nastala je leta 1953, naslovil pa jo je Kaj je videl Mižek Figa.

Na plakatu Pridruži se nam se jasno vidijo vse značilnosti plakata tega časa. Glavni motiv je posenčena in dokaj realistično oblikovana oseba. Barve so močne, vendar po drugi strani še vedno ne bodejo v oči. Moški nas gleda prepričljivo in plakat je bil v svojem času zagotovo prepričljiv, saj je znanstveno dokazano, da so bolj prepričljivi plakati z osebami, ki gledajo direktno v nas. V tem primeru imamo občutek, da moški nagovarja direktno nas in je posledično celotni plakat bolj prepričljiv.

## **6.2 Plakat po letu 1950**

Agitrop je bil ukinjen, s čimer se je nekoliko zmanjšal nadzor nad tiskovinami. Med drugim se je sprostilo tudi ustvarjanje na področju oblikovanja različnih plakatnih zvrsti. Sicer pa se vsebina političnih plakatov ni spremenila, spremenil se je le slog. Že prej smo omenjale, da so v času agitropa plakati postajali prenasičeni in da je dobro, če preideš na preprostost; ravno to se je zgodilo. V veljavo so prišle preproste, stilizirane, geometrijske oblike. Sporočila plakatov so temeljila na preprostih grafičnih oblikah, čisti znakovnosti, barvnih kolažih, velikokrat so uporabljali transparentne črke. Na novo podobo plakata pa je vplival tudi napredek v tiskarski tehnologiji.

Poiskale smo plakat, ki ima vse te značilnosti in je nastal v Mariboru. Sicer ga ni ustvaril slovenski ali mariborski avtor, vendar je bil natisnjen leta 1950 v Mariborski tiskarni in naj bi bil tukaj tudi izobešen. Ob raziskovanju smo našle še en plakat iz iste naklade.





Slika 9: Štedimo električni tok

Avtor: Drelse Otmar  
Naslov dela: Štedimo električni tok  
Leto nastanka: 1950  
Zvrst: grafika  
Tehnika: ?  
Mere: 93 x 64 cm  
(dostopno na spletnem naslovu:  
<http://www.dlib.si/streamdb/URN:NBN:SI:IMG-7JAOVIUM>)



Slika 10: Štedi z elektriko

Avtor: Drelse Otmar  
Naslov dela: Štedi z elektriko  
Leto nastanka: 1950  
Zvrst: grafika  
Tehnika: ?  
Mere: 98 x 68 cm  
Vir: UKM, Zbirka drobnih tiskov, In=221004815

Na začetku petdesetih let smo na področju grafičnega oblikovanja doživeli premike. Pomembna je bila razstava švicarskega plakata v Moderni galeriji leta 1952, ki je vplivala na pogled Slovencev na plakat. Na začetku petdesetih let smo Slovenci prešli na evropsko raven, saj so bile pri nas razne gostujoče razstave, ki so na nek način izobraževale naše oblikovalce, da so lahko sledili modnim smernicam po svetu. Razstavo je pomagal postavljati tudi Stane Bernik, ki je kasneje opozoril tudi na idejo o preobrazbi slovenskega plakata.

Velik korak za slovensko grafično oblikovanje lahko pripišemo tudi Ravnikarju, ki je oblikoval revijo Arhitekt za novonastalo Društvo arhitektov Slovenije. S svojimi novimi pristopi oblikovanja je porušil estetske norme, ki smo jih Slovenci do tega časa poznali. S svojim novim pristopom je navdušil še študente arhitekture, med njimi so: Jože Brumen, Majda Dobravec, Bronislav Fajon, Nives Kalin, Milan Mihelič ...

Ker smo osredotočene na mariborski okoliš, je pomemben malce podrobnejši opis Brumana, saj je bil po rodu Mariborčan. Rodil se je leta 1930 in umrl leta 2000, star natanko 70 let. Po končani gimnaziji v Mariboru se je odločil za nadaljnje šolanje v Ljubljani. Večinoma je ustvarjal v naši prestolnici, vendar tudi izven nje lahko najdemo kar nekaj njegovih del. Dobil je tudi nagrado za plakat na 1. Bienalu industrijskega oblikovanja, nagrado Prešernovega sklada za oblikovanje ...

Ob sledenju napredka v grafičnem oblikovanju pa so zatajile tiskarne, saj niso imele sodobne tehnologije za tisk, kakršnega so si oblikovalci zamislili. Napredek v tiskarnah se je pričel šele leta 1955 z avtomatskimi stavnimi stroji, kasneje pa še z reprokamerami, širibarvnimi tiskarskimi stroji, stroji ofsetnega tiska ... Nekateri oblikovalci, tudi Brumen, so celo dosegli, da so nekatere tiskarne kupile nove črkovne vrste in s tem povečale raznolikost tipografij.

### **6.3 Šestdeseta leta**

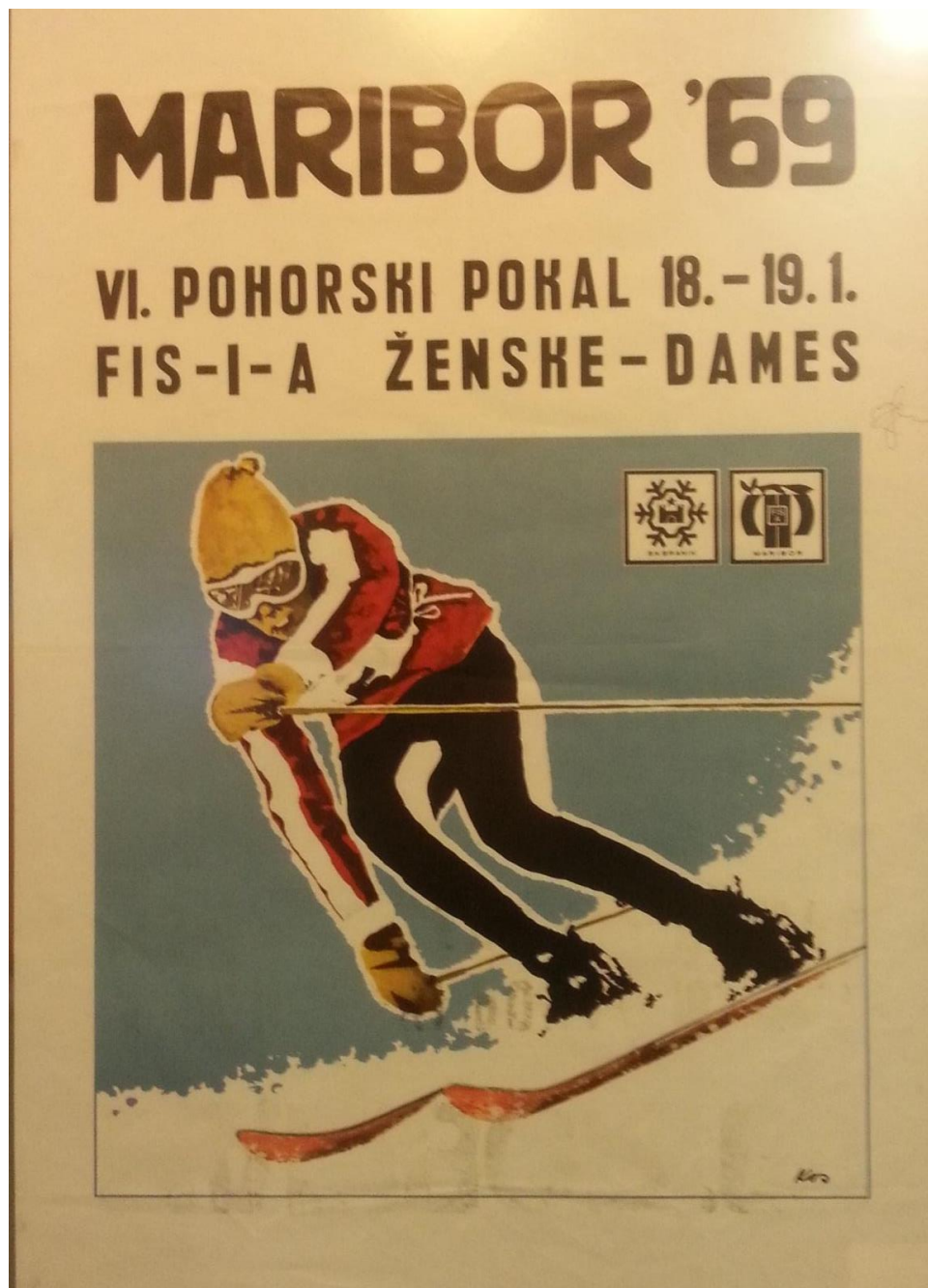
V šestdesetih letih se začno pojavljati poteze, ki omogočajo povezovanje slovenskega oblikovanja s svetom, kar prinese svežino in napredek. Na pobudo prof. Eda Ravnikarja so leta 1962 ustanovili klub Barva in oblika v Ljubljani, leta 1964 pa priredili BIO – Mednarodni bienale industrijskega oblikovanja. Leta 1966 se je na Bledu odvijal oblikovalski kongres ICOGRADA. Ti dogodki so omogočili soočanje našega prostora s teorijo in prakso sodobnega oblikovanja in posledično zahtevali spremembe v izobraževanju. Tako se je na pobudo prof. Eda Ravnikarja začel študij oblikovanja kot B-smer študija na Fakulteti za arhitekturo v Ljubljani. Diplomanti tega študija so bili nosilci nove ustvarjalne usmeritve v oblikovanju konec šestdesetih let. Peter Skalar, Janez Suhadolc in Judita Skalar so skupaj s Tomažem Kržišnikom, ki se je izobraževal na varšavski likovni akademiji, in Matjažem Vipotnikom iz milanske Brere predstavljali novo generacijo oblikovalcev, ki je vzpostavila novo likovno govorico slovenskega plakata. Razširjena uporaba tehnike sitotiska je omogočala večje izražanje avtorsko prepoznavnega nagovora plakata.

Konec šestdesetih so se oblikovalci začeli povezovati v studije, ki predstavljajo predhodnico današnjih agencij. Studio MSSV so leta 1969 v Ljubljani ustanovili Peter Skalar, Janez Suhadolc, Judita Skalar, Sašo Machtig in Matjaž Vipotnik in je pomenila prvo učinkovito oblikovalsko skupino svobodnih ustvarjalcev.

Kot ustvarjalce plakata pri nas moramo omeniti tudi Oskarja Kogoja, Jureta Jančiča, Kostjo Gatnik in skupino OHO, ki je delovala med leti 1966 in 1971 (Marko Pogačnik, Milenko Matanovič, Andraž Šalamun, Tomaž Šalamun, Srečo Dragan, Drago Dellabernardina in drugi).

V Mariboru se v šestdesetih letih pojavlja predvsem športni plakat, saj je leta 1962 dokončno končana gradnja Ljudskega vrta, leta 1964 pa je na Pohorju prvič izpeljano smučarsko

tekmovanje pod okriljem Fis. To leto lahko imenujemo tudi leto rojstva Zlate lisice, ki se izvaja še danes.



Slika 11: Maribor 69 VI. Pohorski pokal 18.-19. 1., FIS – I – A, ženske - dames

Avtor: Kos za Pohorski plakat Zlata lisica

Naslov dela: Maribor 69 VI. Pohorski pokal 18.-19. 1., FIS – I – A, ženske - dames

Leto nastanka: 1969

Zvrst: Grafika

Tehnika: ?

Mere: ?

Vir: lasten vir, poslikale na razstavi športnih plakatov Maribora v UKM, dne 29.1.2016 ob 14:56

#### **6.4 Sedemdeseta leta**

Studio MSSV je postavljajl kriterije za slovensko oblikovanje, saj so ustvarili zelo veliko celostnih grafičnih podob za mnoga podjetja (Ljubljanska banka). Tako postanejo predvsem pomembne celostne grafične podobe za razne organizacije, ki so ugotovile, da bodo lahko pritegnile pozornost samo s prepričljivejšim pristopom; za zelo uporabne so se izkazale celostne grafične podobe. Razmahnilo so se tudi filmski in gledališki plakati ter plakati za razne festivale, celotne grafične podobe za zveze komunistov, mladinske in sindikalne kongrese.

Na splošno pa je tako imenovani voditelj grafičnega oblikovanja tega obdobja zagotovo Matjaž Vipotnik, ki pa je na našo žalost deloval v Ljubljani in ni z ničimer vplival na Maribor, ki ga raziskujemo.

V plakate pričnejo v veliki meri vključevati fotografijo, ki je po navadi služila kot ozadje, v ospredju pa je bila tipografija. Nosilka je predvsem črno-bela fotografija, ki jo dopolnjuje citat pomembnih kulturnikov, pesnikov, politikov ali pisateljev. Takšen stil predstavlja upor, doseženo svobodo, napredek, delo in delavstvo, mladino ...

Nov dosežek je tudi uvedba sitotiska. To je tehnika propustnega tiska, s katero se lahko tiska na najrazličnejše materiale. Je ena najstarejših tehnik nanašanja barve na artikle, ki so jo izumili na Japonskem, umetniki po svetu so jo pričeli množično uporabljati v šestdesetih letih, do Slovencev pa se je prebila v sedemdesetih. Še danes je najbolj razširjena tehnika za tisk na majice, torbe, dežnike in druge artikle, ki imajo ravne površine. Najprej se izdelava matrica iz drobnega sita s pomočjo raznih kemičnih in mehanskih postopkov, nato pa se skozi pritisne barva. V tej tehniki so bili večinoma tiskani kulturni plakati, predvsem gledališki. Edino sporočilo vseh teh plakatov pa je obstoj socializma in partije.

#### **6.5 Ivan Dvoršak**

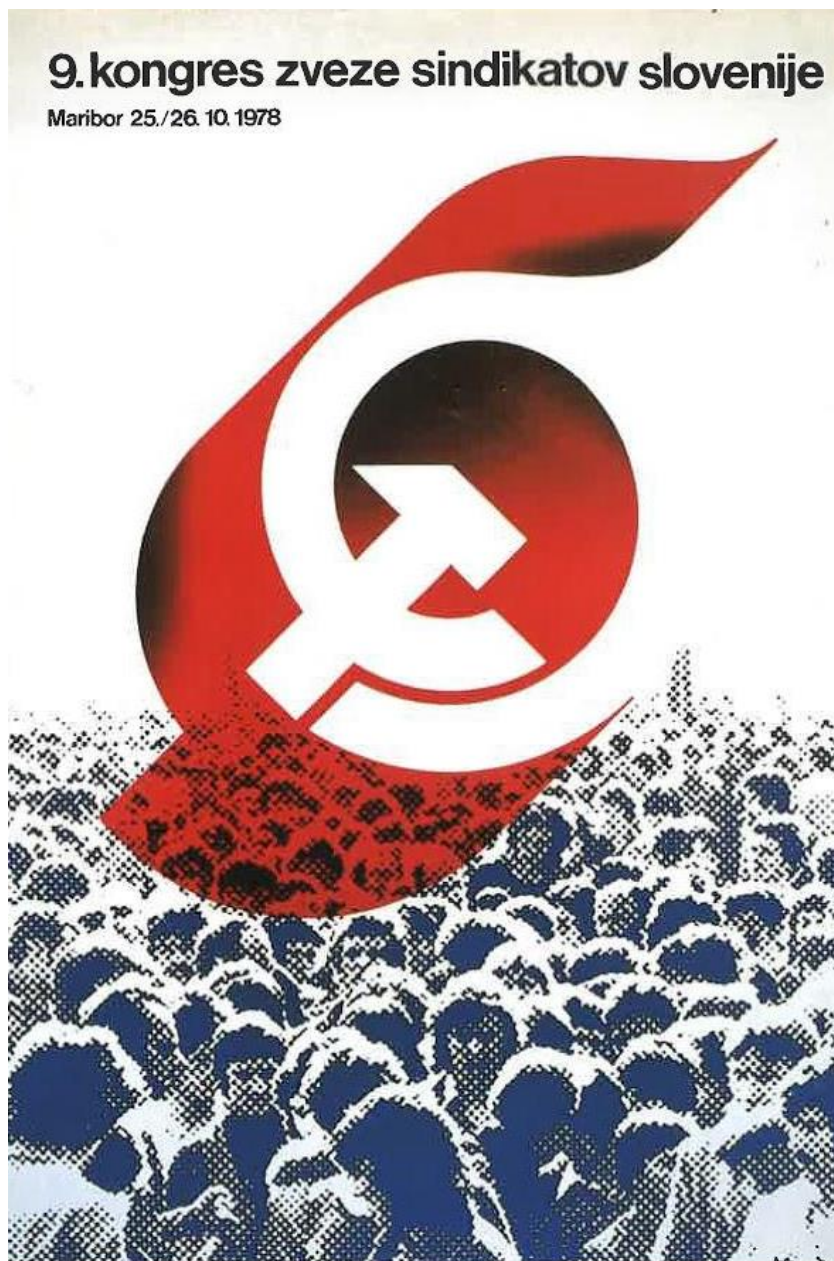
V tem obdobju je najpomembnejši grafični oblikovalec zagotovo Ivan Dvoršak. V prvi vrsti je sicer fotograf, vendar se je izkazal tudi na področju grafičnega oblikovanja. Ustvarjal je v drugi polovici dvajsetega stoletja in njegov opus obsega kar nekaj celostnih podob, znakov, plakatov ... Nas so predvsem zanimali njegovi plakati. Iz njegovega življenjepisa bi poudarile samo podatke, ki so pomembni zanj kot za grafičnega oblikovalca.

Rodil se je 20. aprila 1934. Leta 1954 se udeleži tečaja za risanje in grafiko in leta 1957 postane član Društva oblikovalcev Slovenije. Kot grafični oblikovalec se zaposli v Agenciji MI, kjer po večini oblikuje reklamni tisk. Čez dve leti postane tudi član Društva likovnikov Slovenije. Leta 1968 prejme naziv Foto in kino zveze Slovenije - fotoamater 1. razreda. Leta 1970 prejme naziv Foto zveze Jugoslavije - kandidat mojster fotografije. Od leta 66 pa do 86 redno postavlja samostojne fotografske razstave in oblikuje kataloge, plakate in druge tiskovine. Leta 2006 prejme priznanje Zveze kulturnih društev Maribor za izjemen prispevek k dosežkom Mariborskega fotografskega kroga. Rad je svetoval mladim oblikovalcem in fotografom. Leta 2013 je umrl.

Prvi Dvoršakovi projekti so bili predvsem risarska in načrtovalska dela za razna gospodarska podjetja. Udeleževal se je raznih natečajev tudi v tujini in prejemal mnoge nagrade. Večji del njegovega opusa so znaki, vendar tudi plakatov ne smemo zanemariti. Ti so bili ustvarjeni predvsem za gledališče, šport, kulturo in politiko. Veliko plakatov je izdelal prav za Slovensko narodno gledališče Maribor. To so bili na primer plakati za predstave: Gorenjski slavček, Klavnica, Equus, Intervju ... V začetku je izhajal iz fotografij, ki pa so pogosto prešle v različne grafične tehnike. Plakati so visokokakovostni, iz njih pa lahko razberemo spremljanje tokov svetovnega oblikovanja.

V Mariboru so do neke mere ustvarjali tudi Matjaž Bertoncelj, Ranko Novak, Tomaž Kržišnik ... Leta 1978 sta Ivan Dvoršak in Matjaž Bertoncelj ustvarila celotno grafično podobo za 9. kongres ZSS v Mariboru. Obsegala je kar 19 plakatov.





*Slika 12: 9. Kongres Zveze sindikatov Slovenije*

Avtor: Ivan Dvoršak in Matjaž Bertonec

Naslov dela: 9. kongres Zveze sindikatov Slovenije

Leto nastanka: 1978

Zvrst: grafika

Tehnika: ofset

Mere: 967 x 980 cm

Vir: POŽAR, Cvetka. 2000. Vsi na volitve!: Plakat kot politični medij na Slovenskem 1945-1999. Ljubljana: Tiskarna Radio. ISBN 109369600. stran:28

Leta 1972 je bil 1. bienale grafičnega oblikovanja v Mariboru. Po podatkih pa naj bi to bil prvi in edini grafični bienale v Mariboru. Ta bienale je poudarjal, da vloga plakata ostaja omejena, saj se uveljavlja zgolj kot obveščevalno sredstvo v strogih kulturnih centrih. Posledično so bile naklade manjše, večinoma narejene v tehniki sitotiska. To je bil za nas novi podatek, ki ga prej nismo zasledile, škoda le, da o tem bienalu nismo našle več podatkov.

## **6.6 Osemdeseta leta**

Leta 1980 je umrl Josip Broz-Tito, kar je mnoge ljudi močno prizadelo. Sledila je gospodarska kriza, ki je močno vplivala tudi na oblikovanje plakata. Uveljavil se je slog postmoderne, ki so se ga oprijeli tudi slovenski oblikovalci. Značilnosti slovenskega plakata v osemdesetih so: tridimenzionalne oblike in črke, ornamentalni vzorci, kombiniranje različnih črkovnih vrst, neupoštevanje pravil stroge postavitve besedila v stolpiče in leve poravnave, pretirano poudarjanje perspektive, kar se kaže tudi v samem formatu plakata, saj se poleg klasičnih kvadratnih in pravokotnih pojavi še romboidni ali celo šestkotni format.

Pomembni oblikovalci v svetu so: Miljenko Liculj, Ranko Novak, Nino Kovačevič, Jure Jančič, Radovan Jenko, Alojz Zorman ... V Sloveniji je prvi na lestvici še vedno Matjaž Vipotnik.

Na oblikovalce je vplival tudi slog punk, ki se je uveljavljal. Punk je želel širiti meje svobodnejšega delovanja in izražanja drugačnosti. To je bilo v oblikovanju nekaj novega, saj so oblikovalci lahko pričeli delati po svoje in niso bili več tako omejeni kot prejšnja leta. Politični plakat lahko razdelimo na dva dela: na avantgardni, ki temelji na punk in rock kulturi, druga skupina pa so plakati, ki jih naroča oblast in temeljijo na dosežkih avantgardnih umetnikov prve tretjine dvajsetega stoletja. Takšno oblikovanje sledi smernicam svetovnega grafičnega oblikovanja, ki ga določata ruska avantgarda in estetika punka. To vodi v slog postmodernizma, ki se izraža z raziskovanjem novih pristopov, konceptov, razmišljanj.

Pomembna prelomnica, ki je močno vplivala na grafične oblikovalce, je izum računalnika, ki je oblikovalcem omogočil raziskovanje, nove smernice ... Ob pojavu novih medijev so se pričela pojavljati tudi vprašanja o tem, ali je plakat sploh še pomemben in potreben.

V osemdesetih se razširi tudi delavski plakat, ki delavce poziva ali k delu ali pa k varnemu delu. Po večini so to bili črno - beli plakati z napisom in majhno ilustracijo.

Nov korak za oblikovalce pa predstavlja tudi nov Oddelek za oblikovanje na Akademiji likovne umetnosti, ustanovljen leta 1984. Posamezniki so se lahko izpopolnili in naučili pristopov k oblikovanju, tako da oblikovalci plakatov pri nas niso bili več le slikarji in amaterski umetniki.

Za področje Maribora pa lahko trdimo, da je bilo oblikovanje plakatov nekoliko v zatišju, saj nismo našle primerkov, ki bi v tem času nastajali ali pa da bi bili tukaj natisnjeni. Zavedamo se, da bi lahko raziskavo poglobile in bi zagotovo našle kakšen primerek. Potrudile smo se po svojih močeh in plakate iskale v knjigah, v knjižnici, vendar plakata za Maribor nismo uspele najti.

## **6.7 Devetdeseta leta**

Leta 1991 smo Slovenci postali samostojna država. Po svetu so to leta, kjer s plakati ozaveščajo ljudstvo o problemih, kot so: brezposelnost, rasizem, brezdomstvo, begunstvo, lakota, spolna diskriminacija, nasilje ... Moramo priznati, da smo Slovenci na tem področju zelo šibki. Pri nas ne najdemo veliko plakatov na to temo, čeprav vemo, da so tudi pri nas bile in še vedno so takšne težave. Če smo v prejšnjem desetletju napredovali na področju grafičnega oblikovanja, v tem desetletju ravno nismo.



V tem desetletju se najbolj uveljavita gledališki in propagandni plakat. Sicer se uveljavita že prej, vendar v teh letih postaneta vodilna tiskovina. Morda, samo ugibamo, se gledališki plakat uveljavi predvsem zaradi tega, ker smo postali svobodni in so ljudje pričeli zahajati v družbo, v gledališča, kina in se je povečalo povpraševanje po tej zvrsti plakata. V Mariboru so leta 1993 v kinu Udarnik pričeli prikazovati filme, kar je močno vzpodbudilo oblikovalce k rednemu ustvarjanju plakatov. "Stavba", ki je še pred leti pozitivno vplivala na Mariborčane, pa sedaj pred našimi očmi počasi propada.

V začetku devetdesetih se je zdelo, da so odprte vse možnosti za napredek - tudi za plakat, vendar se je to sčasoma izkazalo za zgrešeno misel, saj Slovenci nismo bili pripravljeni na samostojno kariero - če gledamo predvsem oblikovanje - ker nismo imeli vzora, po katerem bi se zgledovali in "kopirali" slog.

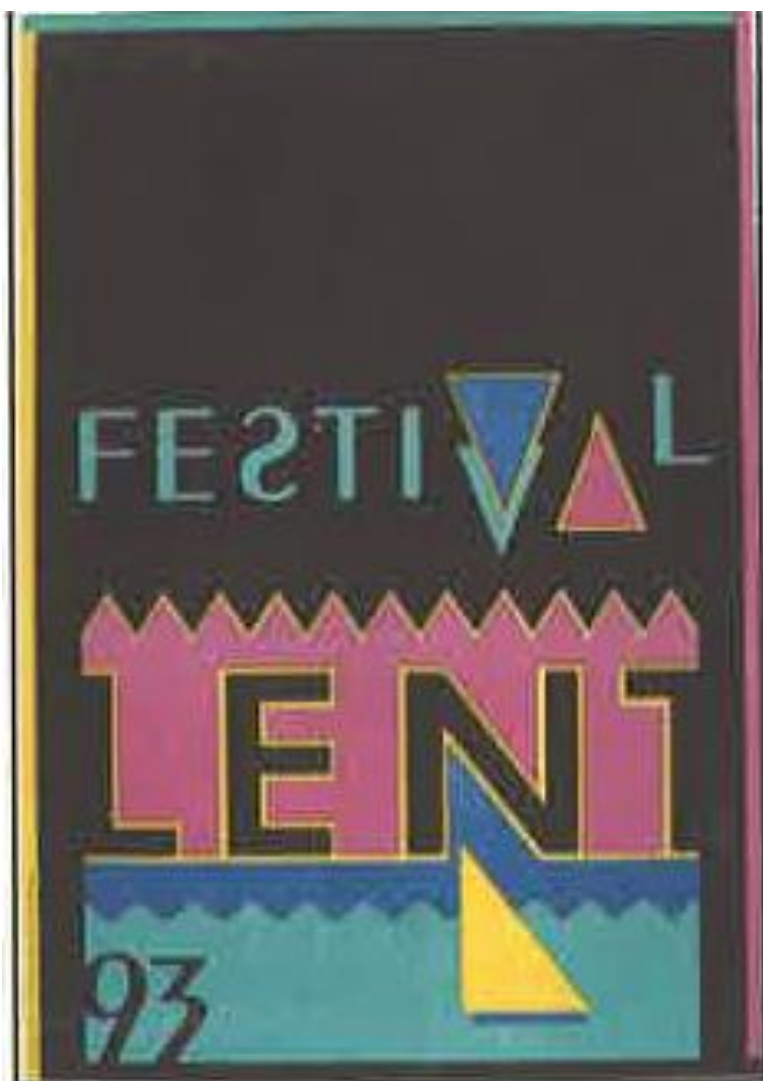
Za Maribor lahko rečemo, da nismo imeli produktivnih grafičnih oblikovalcev ali pa vsaj organizacij. Skoraj vse gradivo, ki smo ga našle, je sicer bilo natisnjeno v Mariboru, vendar so bili plakati namenjeni predvsem organizacijam iz drugih slovenskih krajev.

V Mariboru je bilo natisnjenih veliko plakatov za razstave v Ljubljani, za Slovensko ljudsko gledališče Celje ...

V povezavi z Mariborom smo našle oblikovalca Jožeta Domjana, sicer Celjana, vendar je bilo kar nekaj njegovih plakatov natisnjenih v Mariboru. Nekateri celo trdijo, da je povzdignil slovenski gledališki plakat na novo raven. Trenutno je še vedno zelo aktiven in s svojimi deli prodira v svet.

Našle smo tudi nekaj primerkov Radovana Jenka, ki so bili natisnjeni v Mariboru, sicer pa so bili narejeni za razstave v Ljubljani.

Našle smo tudi plakat za Festival lent v Mariboru, ustvarjen leta 1993 izpod rok Didie Šenekar.



*Slika 13: Festival Lent*

Avtor: Didie Šenekar

Naslov dela: Festival Lent

Leto nastanka: 1993

Zvrst: Grafika

Tehnika: ofset

Mere: 988 x 683 mm

Vir: BERNIK, Stane. 1997. Slovenski plakati devetdesetih let. Ljubljana: Delo-tiskarna d.d.. ISBN 961-90516. stran: 99

Aktivni grafični oblikovalec v tem času je bil tudi Samuel Grajfoner. Rodil se je leta 1962, izšolal se je v Ljubljani za kiparja in se kasneje posvetil svojemu ustvarjanju. Udeleževal se je mnogih natečajev, razstav in bienalov. Njegov opus obsega grafike, risbe, kiparska in slikarska dela. Kompozicije so močno razgibane in kontrastne. Srečamo veliko različnih rastrov, ki so posledica globokega rezarjenja v matrico. Pri večjih formatih pogosto uporablja mešane tehnike. Najpogostejše pa so: akvatinta, gravura, suha igla, jedkanica. Grafike pogosto vključuje tudi v prostorske postavitve in tako ruši pravilo, da so grafike ploskovne in vezane na steno. Trenutno je profesor na Pedagoški fakulteti Univerze v Mariboru. Redno razstavlja doma in po svetu - omembe vredno je razstavišče Albertina na Dunaju.

Ko smo pregledovale gradivo, smo ugotovile, da so plakati narejeni ali v sitotisku ali pa v offset tisku. Slog je najrazličnejši: nekateri so bolj ploskovni, ustvarjeni iz barvnih ploskev, ki skupaj tvorijo zanimive podobe, drugi vsebujejo preproste ilustracije različnih stilov (barvne, črno - bele). Pri nekaterih je v ospredju tipografija, drugod slika. Eni so preprostejši, pri drugih lahko na plakatih zaznamo več podob, ki se ali prekrivajo ali dopolnjujejo. Zelo lepi so tudi plakati, katerih glavna nosilka je fotografija.

Če zaključimo, je v devetdesetih vladal tako imenovan svobodni slog. Ni bilo več omejitev, kakšni naj bi plakati bili, temveč so umetniki lahko delali po svojem navdihu.

## 7. PLAKAT PO LETU 2000

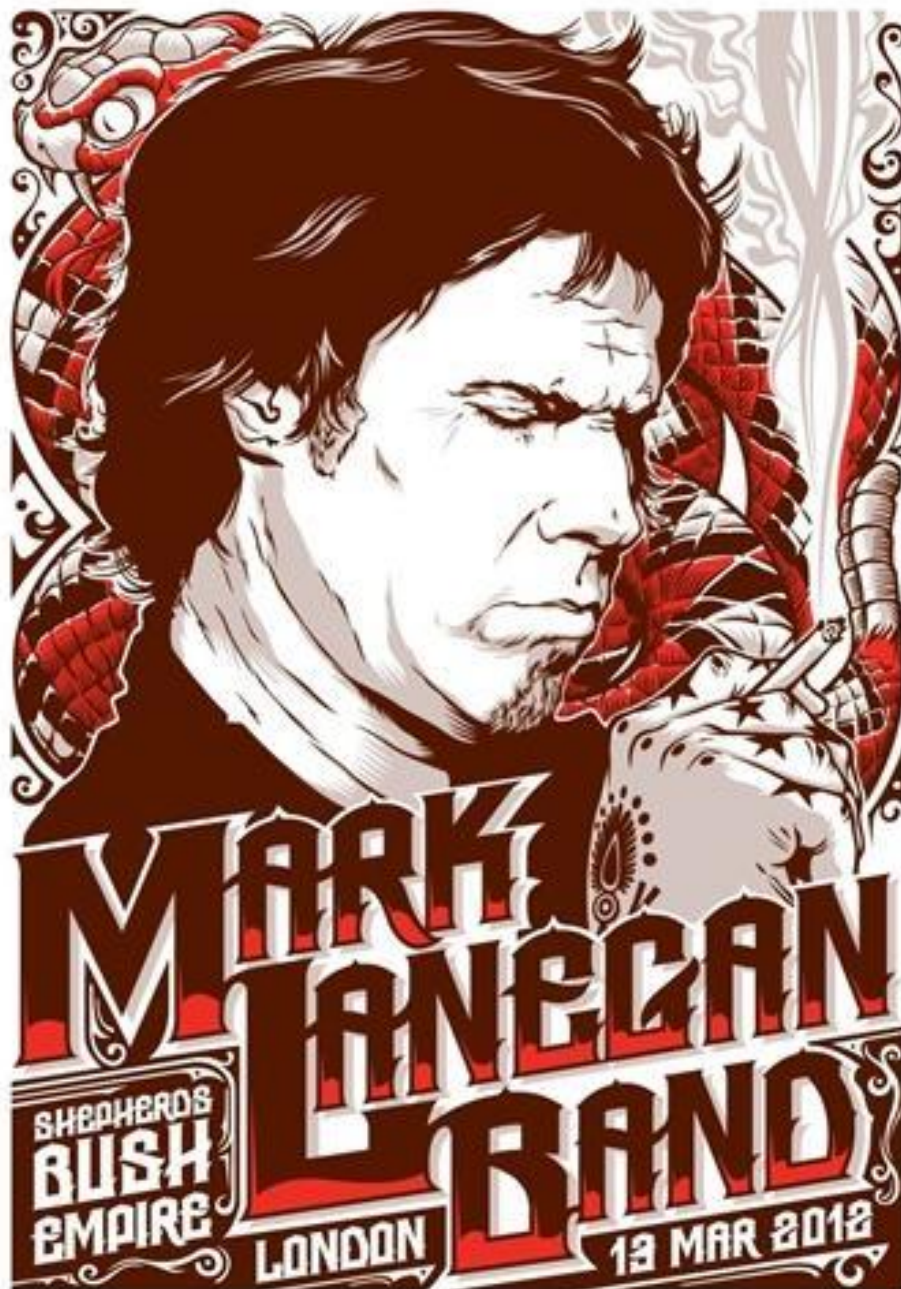
Danes je plakat del našega vsakdana. Spremlja nas na vsakem koraku: ob cestah, v parkih, na avtobusnih postajališčih ali kjerkoli v mestu. Lahko pa jih opazujemo tudi v notranjosti javnih prostorov ali pa celo na stenah lastnega stanovanja ali hiše. Ker je plakat danes že vsepovsod, smo se nanj navadili. Plakat po letu 2000 ni omejen z nobenimi pravili glede ustvarjalne svobode. Umetniki imajo prosto pot pri izbiri stila, kompozicije in barv. Kot smo že omenile, je plakat zrcalo kulture, družbe in časa. To pomeni, da morajo oblikovalci slediti svetovnim trendom/stilom, da lahko natančno upodobijo tedanje razmere in družbo. Danes se na trgu pojavlja ogromno takšnih in drugačnih grafičnih oblikovalcev, zato je konkurenca med njimi/nami še toliko večja. Vsak posameznik želi ustvariti plakat, ki bi v množici izstopal in bil nekaj še ne vidnega. Ugotovile smo, da je to precej težka naloga. Skozi leta je grafično oblikovanje postajalo vedno manj vredno in ne glede na izobrazbo je danes lahko oblikovalec vsak, kar pa na tem področju ne pomeni napredka. Prej bi lahko govorili o zaviranju tega. Med raziskovanjem smo opazovale plakate po mestu in zaradi poplave vseh plakatov sploh ne opazimo dobrih. Ob opazovanju smo videle veliko slabih plakatov in zelo malo zanimivih, unikatnih, izvirnih.

Če se osredotočimo na slog, lahko plakate v 21. stoletju razdelimo v tri večje skupine, seveda po naši presoji. Prva skupina so plakati z vektorskimi elementi. To so ploskovne oblike, narejene iz točk, črt, krivulj, likov. Ti plakati na pogled delujejo preprosteje, bolj čisto in barvno. Po navadi izstopa figura, v drugem planu pa je besedilo. Seveda tudi tukaj izjeme potrjujejo pravila.

Druga skupina plakatov ima za osnovno formo fotografijo. Te so lahko zmanipulirane do "neprepoznavnosti" ali pa le z nekaj manjšimi popravki. Če se osredotočimo na naše opazovanje, so glavni motiv teh plakatov v Mariboru ljudje. Po navadi ne vsebujejo veliko besedila.

V tretjo skupino smo uvrstile umetniški plakat. Ti izžarevajo kreativnost in unikatnost oblikovalca. Na žalost smo teh pri nas videle najmanj. To potrjuje našo hipotezo, da je na

trgu veliko oblikovalcev, vendar le malo dobrih. Če naše zdajšnje videne plakate primerjamo s plakati po svetu, ki jih lahko vidimo na spletu, lahko trdimo, da Slovenci (Mariborčani) po videnem ne dosegamo svetovnih standardov.



*Slika 14: Plakat za koncert Marka Lenegana*

Avtor: Joshua Budich

Naslov dela: Plakat za koncert Marka Lenegana

Leto nastanka: 2012

Zvrst: računalniška grafika

Tehnika: vektorska grafika

Mere: 44,45 x 62,23 cm

(Dostopno na spletnem naslovu:

[http://www.darkcitygallery.com/Mark\\_Lanegan\\_Concert\\_Poster\\_p/ml.htm](http://www.darkcitygallery.com/Mark_Lanegan_Concert_Poster_p/ml.htm))



Slika 15: Plakat za koncert Jana Plestenjaka

Avtor: ?

Naslov dela: Plakat za koncert Jana Plestenjaka

Leto nastanka: 2016

Zvrst: grafika

Tehnika: računalniška tehnika

Mere: ?

Vir: lasten vir, poslikale v Mariboru, dne 2. 2. 2016 ob 16:32

Da bi še bolj podkrepile našo misel, smo primerjale en slovenski in en svetovni plakat za koncert. Želele smo dokazati, da smo Slovenci res manj napredni kot ostali svet. Za primer svetovnega plakata smo plakat poiskale na spletu in izbrale tistega, ki nam je bil najbolj všeč. V naslednjem koraku pa smo se sprehodile po Mariboru in poslikale plakat, ki oglašuje neko prireditev - prišle smo do plakata za koncert Jana Plestenjaka. Plakata smo nato primerjale in opazovale. Že od daleč lahko vidimo, da je naš slovenski plakat manj inovativen in bolj "dolgočasen", če se lahko tako izrazimo. Na drugi strani je plakat, ki ponazarja svetovne trende. Ta je bolj kreativen in takoj pade v oči že s svojo postavitvijo in izvirnostjo. S tem manjšim poizkusom smo dokazale naše domneve, da je mariborski plakat v zatonu in ni tako visoko kot svetovni trendi. Torej, če smo prej ugotovile, da smo Slovenci v 50-ih dosegli svetovno raven oblikovanja, trenutno zopet nazadujemo.



## 8. ZAKLJUČEK

Najprej smo želele najti prvi zabeležen plakat v Mariboru. Seveda pa ni šlo brez poznavanja razvoja plakata v Mariboru. Tukaj smo se osredotočile predvsem na razvoj tiskarn, ki so obratovale na tem področju in v katerih je bilo natisnjenih največ zabeleženih plakatov. Ugotovile smo, da je tiskarna na področju Maribora bila presenetljivo aktivna. Našo pozornost je pritegnil podatek o prvem zabeleženem plakatu, ki naj bi nastal po letu 1908, vendar je druga literatura navajala prvi zabeležen plakat v Mariboru že leta 1802. Plakat ustreza vsem kriterijem plakata tistega časa, le da je bil natisnjen na svilo in ne na papir.

Po enakem vzorcu smo nadaljevale in za vsako obdobje poskušale poiskati plakat, ki je nastal v Mariboru ali pa je bil tukaj samo natisnjen. Tako smo naletele na najbolj aktivne umetnike/grafike tistega časa. V obdobju pred drugo svetovno vojno je bil vodilni Peter Kocjančič, ki je oblikoval plakat za Mariborski teden.

Naslednje obdobje, ki smo ga podrobneje preučile, je čas med vojnama. Bilo je veliko ilegalnega tiska, motiv so bile ženske, ki so predstavljale svobodo in volilno pravico in plakat dobi popolnoma drugačno politično vsebino. V tem času nastanejo partizanski plakati. Izdelki so bili natisnjeni izključno v tehniki visokega tiska, kar se nam zdi nepredstavljivo, saj danes poznamo veliko različnih, udobnejših postopkov. Kot predstavnik tega obdobja smo našle Janeza Vidica, ki je deloval v Mariboru.

Nadaljevale smo v daljše časovno obdobje, po drugi svetovni vojni do leta 2000, ki smo ga razdelile na podpoglavja po desetletjih. Za čas po vojni je značilen agitropovski plakat, za katerega je značilen realistični slog. Motiv so bili predvsem športniki, ki so ponazarjali moč, vitalnosti in optimizem. Predstavnik tega časa je Dušan Petrič.

V petdesetih Slovenci dosežemo evropsko raven, kar omogoča napredek v tehnologiji. Plakati so preprostejši z geometrijskimi linijami in izčiščenim slogom. V naslednjem desetletju lahko rečemo, da so v Mariboru bili predvsem športni plakati, saj se dokonča gradnja Ljudskega vrta in izvedena je prva Zlata lisica.

Po letu 1970 v Slovenijo pride sitotisk in s tem nov slog oblikovanja. Glavni predstavnik je Ivan Dvoršak. Bil je fotograf in grafični oblikovalec, delujoč v Mariboru.

Zanimiv podatek, ki smo ga zasledile, je, da je leta 1972 bil prvi in edini bienale grafičnega oblikovanja v Mariboru. V osemdesetih je mariborsko oblikovanje v zatonu.

V devetdesetih letih oblikovalci niso več omejeni, lahko svobodno ustvarjajo, kar se nadaljuje v enaindvajseto stoletje.

Za konec smo podale še kritiko današnjega stanja plakata v Mariboru. Ugotovile smo, da je veliko neraziskanega gradiv, in se zavedamo, da bi lahko raziskovanje še nadaljevale in se še bolj poglobile v problematiko. Pa smo vseeno zadovoljne, da smo odkrile toliko in da smo v to zakorakale. V nekih trenutkih smo dobile občutek, da smo si zadale težko nalogo. Vendar nismo obupale. Nadaljevale smo svoje delo in dokazale, da zmoremo.



## **9. ZAHVALA**

Izdelava raziskovalne naloge ni bila preprosta, zato bi se rade zahvalile vsem, ki so nam pomagali. V prvi vrsti je to naš mentor, ki nas je usmerjal in nam dajal napotke, kako se spopasti z raziskavo in s problemi, ki jih je ta prinesla s seboj. Zahvala gre tudi vsem delavkam v knjižnicah, ki so nam pomagale pri iskanju virov in plakatov v arhivu. Zahvalile bi se tudi profesorici, ki je našo nalogo lektorirala.

## 10. VIRI

### 10.1 Knjižni viri

- POŽAR, Cvetka. 2000. Vsi na volitve!: Plakat kot politični medij na Slovenskem 1945-1999. Ljubljana: Tiskarna Radio. ISBN 109369600
- POŽAR, Cvetka. 2015. Stoletje plakata: plakat 20. stoletja na Slovenskem. Ljubljana: Muzej za arhitekturo in oblikovanje. ISBN 978-6669-32-0
- BERNIK, Stane. 1997. Slovenski plakat devetdesetih let. Ljubljana: Delo-tiskarna d.d.. ISBN 961-90516
- MEDNARODNI GRAFIČNI LIKOVNI CENTER, Ljubljana. 1997. 22.mednarodni grafični bienale. Ljubljana: Delo Tiskarna.
- MESTNA GALERIJA LJUBLJANA. 1982 [katalog]. Partizanski plakat. Ljubljana. COBISS.SI-ID 9964039
- GORNJESAVSKI MUZEJ JESENICE; POGAČNIK. Aljaž. Lačen Benedičič Irena. 2015. Vojni plakat (1941-1945). Iz depojev Gornjesavskega muzeja Jesenice. Tiskarna Uzar. ISBN 978-961-6467-38-4
- TOMAŽIČ, Tanja (1999). Sodobni plakati kot etnološki vir. Etnolog. Nova vrsta (Ljubljana), letnik 9, številka 2, str. 134-140. URN:NBN:SI:doc-CK1WLCNM from <http://www.dlib.si>
- KAČ. Tatjana. Politični plakat od l. 1945 do 1950: Izbor iz posebnih zbirk knjižnice Edvarda Kardelja v Celju. Celje. Muzej revolucije. COBISS.SI-ID 25538817
- KORDIŠ. Meta. 2005. Gospodična, vi ste lepi kot plakat!. Ljubljana: Oddelek za etnologijo in kulturno antropologijo. Filozofska fakulteta. ISBN 961-237-138-5
- FRANJO. Aleš. Plakat-medij propagande in vzgoje za varno delo. COBISS.SI-ID 4060416
- DARIŠ. Metka. 2013. Peter Kocjančič- Slovenski filmski plakat. Ljubljana: Slovenska kinoteka. ISBN 978-961-6417-83-9
- POKRAJINSKI ARHIV MARIBOR. 1988. Zbirka gledaliških plakatov 1790-1920 [katalog]. Maribor: Pokrajinski arhiv. COBISS.SI-ID 4000256

## 10.2 Spletni viri

- Dušan Petrič [online] 2015. Wikipedia. [citirano: 29.1.2016; 13:10] (dostopno na spletnem naslovu: [https://en.wikipedia.org/wiki/Du%C5%A1an\\_Petri%C4%8D](https://en.wikipedia.org/wiki/Du%C5%A1an_Petri%C4%8D))
- Maribor-Graz [online][citirano:31.1.2016; 13:45] (dostopno na spletnem naslovu: <http://www.maribor-graz.eu/primcell.php?lang=si&jahr=1953&wid=1920&hei=979#1953>)
- Jože Brruman [online] 2014. Wikipedia. [citirano: 1.2.2016; 14:27](dostopno na spletnem naslovu: [https://sl.wikipedia.org/wiki/Jo%C5%BEE\\_Brumen](https://sl.wikipedia.org/wiki/Jo%C5%BEE_Brumen))
- Sitotisk [online] 2015. Wikipedia [citirano: 31.1.2016;15:33](dostopno na spletnem naslovu: <https://sl.wikipedia.org/wiki/Sitotisk>)
- Delo [online] 2016. Ljubljana: Delo d.d. [citirano: 31.1.2016; 16:04] (dostopno na spletnem naslovu: <http://www.delo.si/kultura/vizualna-umetnost/joze-domjan-seperstar-plakata.html>)
- Likovna umetnost v prostoru mesta Maribor, Samuel Grajfoner [online][citirano:31.1.2016; 16:35] (dostopno na spletnem naslovu: <http://www.mariborart.si/osebnost/-/article-display/samuel-grajfoner>)
- Muzej za arhitekturo in oblikovanje, Stoletje plakata: Plakat 20. stoletja na Slovenskem [online] 2015 [citirano: 1.2.2016;16:17] (dostopno na spletnem naslovu:<http://www.mao.si/Razstava/Stoletje-plakata.aspx>)
- DARIŠ, Metka. 2007. [online] Slovenski reklamni plakat (1945-1970), oblikovalska razstava. [citirano: 1.2.2016] (dostopno na spletnem naslovu: <https://www.nlb.si/reklamni-plakat>)
- Gorenjski muzej. 2016 [online] Plakat [citirano: 1.2.2016; 18:01](dostopno na spletnem naslovu:[http://www.gorenjski-muzej.si/?page\\_id=166](http://www.gorenjski-muzej.si/?page_id=166))
- Plakat [online] 2013. Wikipedia [citirano: 1.2.2016; 18:57](dostopno na spletnem naslovu: <https://sl.wikipedia.org/wiki/Plakat>)
- GAJIČ, Tina. 2010 [diplomska naloga]. Tiskarstvo in (slovenski) tiski na (slovenskem) štajerskem do 2. svetovne vojne. Univerza v Mariboru. Filozofska fakulteta Maribor. Oddelek za slovanske jezike in književnost (dostopno na spletnem naslovu: <https://dk.um.si/Dokument.php?id=16208> )