

UDK 929 Paulin A.  
391:339.138(497.4)"19"  
Prejeto: 21. 10. 2005

## Pomladna moda Alojzij Paulin in prvi slovenski reklamni modni film

MAJA GOMBAČ

svetovalka, arhivistka za arhivsko gradivo, Arhiv Republike Slovenije,  
Zvezdarska 1, SI-1127 Ljubljana, el. pošta: maja.gombac@gov.si

### IZVLEČEK

*Prispevek govori o krojaču Alojziju Paulinu, o njegovi krojaški obrti in o času, v katerem je živel in delal. O njegovi dejavnosti je do danes ostalo zelo malo ohranjenega gradiva, poleg nekaj reklamnih oglasov v domačem časopisju in nekaj gradiva iz Zgodovinskega arhiva Ljubljana se je v Arhivu Republike Slovenije ohranil tudi reklamni film. Posnet je bil leta 1933 v ateljeju Božidarja Jakca v Ljubljani in ga lahko štejemo za prvi ohranjen slovenski reklamni modni film.*

*KLJUČNE BESEDE: Alojzij Paulin, Božidar Jakac, oblačilna moda, reklamni filmi, modernizacija, Slovenski filmski arhiv*

### ABSTRACT

#### THE SPRING FASHION ALOYSIUS PAULIN AND THE FIRST SLOVENE FASHION PUBLICITY FILM

*The subject of this contribution is the tailor Aloysius Paulin, his dressmaking trade and the time in which he lived and worked. Very few material remains of his activity have been preserved to the present day; by the side of a few publicity advertisements in the local newspapers, and some material from the Historical Archives of Ljubljana, a publicity film has been preserved in the Archives of the Republic of Slovenia. It was made in the year 1933 in the studio of Božidar Jakac in Ljubljana and it can be considered as the first preserved Slovene publicity fashion film.*

*KEY WORDS: Aloysius Paulin, Božidar Jakac, clothing fashion, publicity films, modernization, Slovene Film Archives*

### Uvod

Eno najzanimivejših poglavij preteklosti so srečanja med različnimi ljudmi, ki so v stiku drug z drugim ustvarjali zgodovino. Tako je recimo za prvo polovico 20. stoletja pri nas značilno, da so se pri oglaševanju izdelkov srečevali umetniki in obrtniki ter s svojim skupnim delovanjem pripomogli k modernizaciji slovenske družbe. Eden od takih stikov je bil prav gotovo sodelovanje med

Božidarjem Jakcem in Alojzijem Paulinom. Plod njunega sodelovanja je prvi slovenski reklamni modni film. V tistem času je služil kot reklama, danes pa je izredno povedno gradivo o modi in modni obrti na Slovenskem v 30. letih dvajsetega stoletja. O slikarju in amaterskem filmskem snemalcu Božidarju Jakcu je danes veliko znanega, za Paulina pa tega ne moremo trditi, čeprav je bil eden najvidnejših ljubljanskih krojačev svojega časa.

## Alojzij Paulin

Leta 1901 se je v Kandiji pri Novem mestu staršema Josipu in Uršuli (roj. Klemenčič) Paulin rodil sin Alojzij.<sup>1</sup> O tem, kako je v 30. letih 20. stoletja postal eden vodilnih ljubljanskih krojaških mojstrov, vemo zelo malo. Viri govorijo, da se je kot vajenec šolal tudi na Dunaju.<sup>2</sup> Kot so pokazale etnološke raziskave, je že samo dejstvo, da so lahko starši, ki so v prvi polovici 20. stoletja živeli na vasi ali v bližini manjših mest na Slovenskem, svojega otroka lahko poslali v uk na tuje, pomenilo velik uspeh. Šolanje v tujini je pozneje, ko so vajenci končali šolanje z opravljenim izpitom in morebiti odprli samostojno obrt, prineslo izkušnje, večji ugled pri strankah in s tem povezano tudi dobro ime.<sup>3</sup>

Po šolanju na Dunaju se je leta 1928 Paulin vrnil v Ljubljano in na Kongresnem trgu prijavil krojaško delavnico.<sup>4</sup> Leta 1934 je v isti ulici prijavil tudi trgovino z manufakturnim in konfekcijskim blagom na drobno.<sup>5</sup> Že sama lokacija delavnice in trgovine v Ljubljani nam veliko pove o ugledu Paulinove obrti. Ulice, kot so bile Vegova, Gregorčičeva, Gosposka, Židovska, Wolfova in Kogresni trg, so med svetovnjima vojnoma sodile v tako imenovano boljšo četrt. Obrtniki, ki jim je svoje delavnice uspelo odpreti tam, so imeli zaradi boljše lokacije tudi premožnejše stranke.<sup>6</sup>

Preden pa povemo še kaj o njegovi dejavnosti, se najprej preselimo v obdobje, v katerem je Paulin živel in delal.

## Obdobje med svetovnjima vojnoma

Po prvi svetovni vojni je večina Slovencev prišla v okvir nove jugoslovanske države. Razmere so se spremenile tako v političnem, gospodarskem kot kulturnem pomenu. Primerjave z drugimi deželami v okviru Avstro-Ogrske monarhije kažejo, da smo imeli v slovenskih deželah pred prvo svetovno vojno razmeroma šibek razvoj industrije in posledica je bila tudi razmeroma majhno število večjih mestnih središč. Ljubljano, kamor se je Paulin po končanem šolanju preselil, sta na primer urbanizacija in industrializacija zajeli šele v drugi polovici 19. stoletja.<sup>7</sup> Trst je

ostal tudi v obdobju med vojnoma največje slovensko mesto, toda zunaj na novo zastavljenih meja prve jugoslovanske države. Druga slovenska mesta so bila v primerjavi s Trstom manjša, vendar so tudi Ljubljana, Celje, Maribor in druga skupaj s svojimi prebivalci odigrala pomembno vlogo v procesu modernizacije. Mesta so se večala na račun razvoja industrije, pa tudi zaradi migracij s podeželja.

## Oblačilna industrija

Med industrijskimi panogami je med vojnoma največ pridobila tekstilna industrija. Nova državna meja je namreč Jugoslavijo odrezala od industrijskih, finančnih in trgovskih središč na severu. Slovensko ozemlje, ki je bilo tradicionalno tržišče za izredno razvito češko in avstrijsko tekstilno industrijo, je tako ostalo brez nje. Tekstil je postal ena od prednostnih zvrsti, zato je država postavila visoko carinsko zaščito ter delila posojila in olajšave tujim in domačim podjetnikom. Povpraševanje na eni in dobre možnosti na drugi strani so omogočili hiter razvoj domače tekstilne industrije.<sup>8</sup>

Med vojnoma je tekstilna industrija postala najpomembnejša industrijska veja v slovenskem gospodarstvu: leta 1928 smo imeli v Sloveniji 54 tekstilnih tovarn, leta 1938 pa že 118. V Sloveniji so se tako razvila štiri velika tekstilna središča: največje je bilo Maribor, nato Kranj, sledila pa sta še Ljubljana in Celje.<sup>9</sup>

## Trgovina

V mestih se je poleg industrije skoncentrirala tudi živahna trgovska in obrtniška ponudba. Trgovine so se specializirale ter tako ponujale samo eno vrsto blaga. Pojavile pa so se tudi prve veleblagovnice. Skrbno urejene izložbe trgovin in bogata ponudba v njih so prinesle v slovenska mesta večjo in pestrejšo ponudbo, hkrati pa se je povečevalo tudi povpraševanje. V mestu so namreč okoliščine nenehno izzivale dokazovanje moči, zato je bil, kot pravi sociolog Thorsten Veblen, kot posledica v mestih delež dohodka, ki je bil namenjen porabi za "razkazovanje", torej tudi modi, večji kot pa na podeželju.<sup>10</sup> Oblačilna moda je bila meščanom najlažje dostopna in – to pa je za moderno družbo značilno – vsak, ki je imel denar, si je lahko "kupil" tudi boljši položaj v njej. Moda je bila tako lahko z nekaj iznajdljivosti do določene mere dostopna vsem socialnim slojem.

<sup>1</sup> ZAL LJU, 500 Domovinski oddelek, t. e. 167, črka P.

<sup>2</sup> *Po obleki sodi človeka*. Žena in dom, leto 1930, letnik I., str. 38.

<sup>3</sup> Tanja Tomažič, *Ljubljana po predzadnji modi*, Ljubljana 1983, str. 35.

<sup>4</sup> ZAL LJU, Kodeks XX, Register II., št. 65, str. 146.

<sup>5</sup> ZAL LJU, Kodeks XX, Register IV., št. 68, str. 427.

<sup>6</sup> Tanja Tomažič, *Ljubljana po predzadnji modi*, Ljubljana 1983, str. 26–27.

<sup>7</sup> Vasilij Melik, *Rast mestnega prebivalstva na Slovenskem pred prvo svetovno vojno*. V: *Ekonomska revija*, let. VII., Ljubljana 1956, str. 507–524.

<sup>8</sup> France Kresal, *Zgodovina tekstilne industrije na Slovenskem*. V: *150 let slovenske tekstilne industrije*. Ljubljana 1978, str. 188–190.

<sup>9</sup> Prav tam.

<sup>10</sup> Thorsten Veblen, *Razkazovalna potrošnja*. V: *Zbornik*, 2003, str. 234–235.



Modna reklama za krojača Alojzija Paulina v časopisu *Praktična gospodinja*, leto 1935.

### Oblačilni obrtniki

Dokler ponudba modnega industrijskega blaga, predvsem konfekcije, ni bila tako množična in za nekatere zahtevnejše kupce nespremenljiva, so ljudje oblačila šivali doma ali pa so jim jih izdelovali drugi domači oblačilni obrtniki. Število krojačev in šivilj se je med vojnama pravzaprav vztrajno povečevalo. Naj navedem samo primer mesta Ljubljana, kjer je imel Paulin svojo delavnico in trgovino. Leta 1912 je bilo v Ljubljani prijavljenih 74 krojačev: 2 za damske obleke<sup>11</sup> in 72 za izdelovanje damskih oz. moških oblačil.<sup>12</sup> Leta 1928 jih je bilo v mestu Ljubljani in okolici že trikrat več: skupno 278 krojačev, od teh jih je 151 izdelovalo damska<sup>13</sup> in 127 moška oblačila.<sup>14</sup> Leta 1933 jih je bilo skupaj 348, 159 za dame<sup>15</sup> in 189 za moške.<sup>16</sup> Leta 1938 pa nekoliko manj 303, 146 za dame<sup>17</sup> in 157 za gospode.<sup>18</sup>

Oblačilni obrtniki so poleg tistega, kar si lahko kupil v trgovini, ponujali tudi oblačila po meri. Le na ta način so si lahko višji socialni sloji zagotovili, da bodo v takšnem oblačilu drugačni.

Med drugim so se krojači in šivilje modernim časom prilagodili do te mere, da so tudi sami začeli izdelovati konfekcijo. Najboljši med njimi so ponujali unikatne primerke. Tako je bil krojač Paulin eden redkih, ki so pri nas med vojnama izdelovali in prodajali unikatno konfekcijo. V njegovem časopisnem oglasu iz leta 1930 lahko beremo: "On je prvi in edini naš človek, ki se je izšolal v inozemstvu in specializiral za damska oblačila. Kakor je še mlad, si je s svojo agilnostjo že ustanovil lasten atelje za damsko konfekcijo in prijazno trgovino ter vzorno delavnico, kjer mu pomagajo prvovrstne moške moči. Kot mlad človek ima dovolj prožnosti, da se prilagodi željam svojih naročnic in kaže vedno veliko razumevanja za težnjo dam."<sup>19</sup>

Paulin je skušal s svojo ponudbo zadovoljiti širši krog svojih odjemalk, saj je imel bogato ponudbo, in to od cenejših že izdelanih oblačil, pa vse do dražjih oblačil, izdelanih po meri: "Da bi mogel zadovoljiti vse svoje cenjene naročnice, sem letos povečal svojo zalogo izgotovljenih plaščev, modnih in sportnih, po najnovejših modelih, in to zaradi večjega nakupa v cenah, ki ne pripuščajo nobene konkurence. ... V zalogi imam tudi svilene dežne plašče, smučarske površne jopiče in smučarske kroje. Z veliko izbiro prvovrstnega blaga za plašče, obleke in kostume, kakor tudi s svojo znano prvovrstno delavnico za delo po meri upam zadovoljiti vse cenjene naročnice po njih želji in zahtevam."<sup>20</sup>

<sup>11</sup> Adresar. I. splošna naslovna knjiga za Kranjsko, Ljubljana 1912, str. 142–143.

<sup>12</sup> Prav tam, str. 142–143.

<sup>13</sup> Adresar mesta Ljubljane in okolice 1928: Adana, Ljubljana 1928, str. 542–544.

<sup>14</sup> Prav tam, str. 544–545.

<sup>15</sup> Adresar mesta Ljubljane in okolice 1933: Ljubljana 1933, str. 525–526.

<sup>16</sup> Prav tam, str. 526–527.

<sup>17</sup> Splošni strokovni adresar velike Ljubljane 1938: Ljubljana, 1938, str. 198–200.

<sup>18</sup> Prav tam, str. 200–202.

<sup>19</sup> Po obleki sodi človeka. Žena in dom, leto 1930, letnik I., str. 38.

<sup>20</sup> Alojzij Paulin, *Tajnosti elegantno oblečene dame*. Žena in dom, leto 1930, letnik I., str. 321.

Nasproti enakim industrijsko izdelanim oblačilom so obrtniki postavili unikatne. Namesto serij enakih oblačil so omogočili individualnost, prilagojeno željam kupcev; to je v svojih oglasih rad poudarjal tudi Paulin: "Pri ureditvi damske garderobe je strogo gledati na individualno prilagoditev, na linijo, ki naj harmonira s postavo, na barvo in vrsto blaga, ki naj je prikladno za izbrani kroj, na okus in, kar je glavno, na finančno možnost dame."<sup>21</sup>

### Oblačilna moda

Seveda so krojači in šivilje velik pomen pripisovali takratni modi. Etnologinja Tanja Tomažič navaja, da so ljubljanski krojači in šivilje odhajali v tujino, predvsem Avstrijo, Nemčijo, Francijo in Italijo. Najprej na šolanje, kasneje pa zato, da so bili na tekočem z modnimi zapovedmi.<sup>22</sup> Paulin se je na primer šolal na Dunaju, od tam pa je tudi kasneje, ko je imel že svojo lastno krojaško delavnico, dobival modne informacije. To lahko izvemo iz njegovega oglasa: "G. Paulin je bil veliko let zaposlen pri dunajskih tvrdkah, s katerimi je sedaj v prijateljskih stikih. Zato dobi od svojih poslovnih prijateljev v kratkem času vse zaupne podatke o modnih izpremembah in že naprej ve, kakšne izpremembe prineso modni diktatorji."<sup>23</sup>

Slovenska mesta namreč nikoli niso slovela kot modna središča. Moda je prihajala od drugod, z Dunaja, Pariza, iz Londona ali New Yorka. Stik z njo je bilo mogoče obdržati ob pomoči tujih modnih časopisov in katalogov, ki so si jih obrtniki naročali zase in za svoje stranke; tako je bilo tudi pri Paulinu: "Ni vsaki ženi dana prilika, da se sama pouči o najnovejših modnih kreacijah. Vsaka gospodinja ne more imeti cele vrste pariških modnih listov. Take dame potrebujejo zaupnega človeka, dobrega svetovalca ...

*Vsaka gospa in gospodična se lahko v modnih zadevah zaupno obrne na g. Paulina, ki rad svetuje in rad pokaže svojo zalogo, originalne vzorce blaga, krojne skice in zaupna modna poročila.*"<sup>24</sup>

Biti v koraku z modnimi zapovedmi je bila lahko tako za obrtnike kot za kupce velika prednost. Prvi so si zaradi svoje poučenosti pridobili ugled med strankami, drugi pa so si lahko na ta račun, vsaj tako lahko preberemo v Paulinovem oglasu, prihranili čas in denar: "Dandanes, ko je denar tako drag, je res potrebno, da imamo človeka, ki ima okus in strokovno usposobljenost za

*vsakovrstna damska oblačila. ... Seveda je za vse to potreba stalnega zasledovanja miselnosti ustvarjajočih centrov, po katerih delu in motivih se da že tudi naprej slutiti nadaljnja pot in pravilo. Lep dokaz je n. pr. podaljšanje vse letošnje damske garderobe, kar se je pripravljalo že lansko zimo pri večernih, letos pa tudi dnevnih oblekah v nekoliko podaljšanih posameznih delih ter se tako polagoma iz prekratkih pripravila pot daljšim, mogoče celo zopet dolgim oblekam brez vsake "revolucije". Nepotreben je torej strah mnogih ob nakupovanju novih oblačil, da bodo ona morda že po nekaj mesecih nemoderna in nemogoča v družbi, pa tudi resen opomin tistim, ki se ne morejo takoj prilagoditi zahtevam modnih dikatarov. In prav v tem grmu tiči zajec, kajti čas hiti in se ne ozira na stotine pomislekov, izvirajočih iz prevelike oddaljenosti od velikomestnih centrov, ki s svojim koncentriranim intelektom diktira pot vsemu in vsakomur. In prav zaradi te oddaljenosti je še bolj potreba, da se ravnamo po njihovih zadnjih navodilih, ker nazadnje vendarle, navadno že prepozno, pridemo do spoznanja – da so imeli prav!"<sup>25</sup>*

### Modna reklama

Med vojnama je bilo možnosti za promocijo, ki bi spodbujala k nakupu modnih oblačil odločno več kot pred prvo svetovno vojno. Na eni strani so bile živahne sejemske prireditve, na drugi lepo urejene izložbe trgovin in salonov, tretja možnost so bili tiskani, zvočni in vizualni mediji: časopisi, katalogi, radio in film. Tako industrijalci kot trgovci in obrtniki so si namreč želeli z dobro reklamo na različne načine pridobiti čim več odjemalcev. Tu bom predstavila le tiste oblike reklamiranja, ki jih je uporabljal tudi krojaški mojster Paulin.

Modni prispevki, t. i. modne smernice, modne reklame in modne ilustracije so se med vojnama poleg tujih modnih in ženskih časopisov začeli pojavljati tudi v domačih ženskih, družinskih, družabnih, redkeje političnih časopisih, kot na primer v časopisih *Ženski svet*, *Mladika*, *Roman*, *Jutro*. Zato so v slovenskih tiskanih medijih bolj kot kdaj koli prej oglašali predvsem domači obrtniki, industrijalci in trgovci, z ilustracijami oz. fotografijami pa so se lahko uveljavljali predvsem domači umetniki.<sup>26</sup>

<sup>21</sup> *Po obleki sodi svet človeka*. Žena in dom, leto 1930, letnik I., str. 38.

<sup>22</sup> Tanja Tomažič, *Ljubljana po predzadnji modi*. Ljubljana 1983, str. 17.

<sup>23</sup> *Po obleki sodi svet človeka*. Žena in dom, leto 1930, letnik I., str. 38.

<sup>24</sup> Prav tam.

<sup>25</sup> Alojzij Paulin, *Tajnosti elegantno oblečene dame*. Žena in dom, leto 1930, letnik I., str. 321.

<sup>26</sup> Več o tem glej: Maja Gombač, *Slovenke in moda v času pred drugo svetovno vojno in po njej*. Primer izhajanja modnih, ženskih in družinskih časopisov. V: Zbornik referatov 32. zbornika slovenskih zgodovinarjev. Celje: Zveza zgodovinskih društev Slovenije, str. 109–125.



Uvodni kader filma



Modna revija plaščev



Modna skica plaščev

Posnetki iz modnega reklamnega filma za krojača Alojzija Paulina: ARS, AS 1091, t. e. 8872, Pomladna moda 1933.

Razvoj fotografije kot nove tehnologije moderne družbe je pripeljal do tega, da so fotografijo začeli uporabljati za komercialne namene, tudi za promocijo mode. Na eni strani se je zelo povečalo število slikovnih revij, pri nas je na primer nastal *Ilustrirani Slovenec*, po drugi strani pa se je v časopisih povečalo število strani, namenjenih objavi fotografij. To pa ne samo na račun tiskane besede, ampak tudi na račun risb in ilustracij.

Tradicionalno umetniško izraznost je tako postopoma zamenjala fotografija. V slovenskem ženskem časopisu *Žena in dom* je bilo tako na primer največ modnih fotografij opaziti konec 30. let in tik pred drugo svetovno vojno. V tem časopisu je svoje oglase objavljala tudi Paulin, ki pa ni uporabljal fotografij, ampak le reklamna besedila in svoje modne skice.

Poleg vizualne reklame za oblačilno modo je bil na Slovenskem med vojnama poleg fotografije pomemben še en moderen medij tistega časa, film. V 20. letih je Hollywood postal glavna inspiracija kupcev modnih oblačil. Trideseta leta pomenijo tudi začetek slovenske filmske produkcije. Takrat smo dobili prva dva celovečerna nema filma. Tudi slovenska igralka Ita Rina je z nemškim filmom *Erotikon* doživela svetovni uspeh, ki jo je povzdignil v seksualni simbol 30. let. Kot filmska igralka je na platno ustvarila svojevrstni ženski lepotni ideal tistega časa oziroma pojem moderne ženske, ki so si ga želele posnemati tudi številne Slovenke.<sup>27</sup>

V 30. letih je bil pri nas posnet tudi prvi reklamni modni film z naslovom *Pomladna moda*, ki predstavlja Paulinovo obrt. Posnel ga je slikar in amaterski filmski snemavec Božidar Jakac,<sup>28</sup> nastajal pa je v njegovem ateljeju na Dvorčakovi ulici v Ljubljani.<sup>29</sup> Traja 7 minut in 56 sekund. Na njem je s stališča mode in krojaške obrti zanimiv "sprehod", ki ga kamera naredi po Paulinovi krojaški delavnici; njen pogled se za nekaj trenutkov ustavi ob različnih fazah nastajanja oblačil: od risanja, krojenja, strojnega in ročnega šivanja ter likanja. Končni izdelki se nato znajdejo še na telesih manekenk, ki se za to priložnost sprehodijo po odru. Na ta način nam krojač predstavlja svojo pomladno kolekcijo plaščev in drugih oblačil iz leta 1933.

Čeprav je film delo amaterskega snemalca, je posnet z vsemi elementi filma, oziroma je pri njegovem snemanju viden dokumentaren pristop

<sup>27</sup> Egon Pelikan, *V kraljestvu zlatoroga*. V: Slovenska kronika XX. stoletja, 1900–1941, Ljubljana 1997, str. 130.

<sup>28</sup> Več o filmski dejavnosti Božidarja Jakca glej: Lojze Tršan, Ivan Nemanič et al., *Božidar Jakac. Fotografski in filmski zapisi skozi čas*. Ljubljana 1999.

<sup>29</sup> AS 1091, t. e. 8872, Pomladna moda 1933, 16 mm, čb, 91 m. Film je Arhiv prevzel leta 1998 od Tatjane Jakac. Glej še: Ivan Nemanič, *Filmski zapisi Božidarja Jakca 1929–55*. Ljubljana 2005, 7–14 in 44.

in ima svojo zgodbo (uvod, jedro, zaključek), to pa je po mnenju poznavalke za filmsko arhivsko gradivo Marte Rau Selič pri Slovenskem filmskem arhivu značilno skoraj za vse posnete predvojne slovenske reklamne filme.<sup>30</sup> Med njimi je *Pomladna moda* edini ohranjen reklamni modni film.

Po besedah Marte Rau Selič in Ivana Nemaniča, vodje Slovenskega filmskega arhiva v pokoju, film ni bil posnet z namenom, da bi ga, tako kot danes, uporabili v reklamne namene. Božidar Jakac ga je posnel s podobnim namenom kot druge filme, v katerih je portretiral pomembne slovenske osebnosti in različne dogodke, da bi ga predvajal družini in prijateljem ter za slovenski narod ohranil delčke njegove zgodovine tudi v obliki gibljivih slik.<sup>31</sup> Vseeno pa se ne izključuje tudi komercialna raba, saj ga je Paulin lahko uporabil kot reklamo za svojo obrt in modne smernice, vendar pa viri o tem molčijo.

## Zaključek

Čeprav v prispevku govorimo le o nekaj več kot pol stoletja stari zgodovini krojaške obrti in mode na Slovenskem, pa v slovenskih arhivih, knjižnicah in muzejih hranimo bolj malo tovrstnega gradiva. Dober vir za obrtno in trgovsko dejavnost je časopisje iz tistega časa, saj so objavljali reklamne oglase. V Zgodovinskem arhivu Ljubljana je ohranjenih nekaj drobcev v zvezi z rojstnimi podatki krojaškega mojstra Alojzija Paulina, podatki o družini, kraju bivanja in prijavi obrti. Zato smo lahko toliko bolj veseli, da v Slovenskem filmskem arhivu pri Arhivu Republike Slovenije hranijo reklamni film o njegovi dejavnosti, saj nam ga v obliki gibljive slike približa bolj kot vsak popisani list papirja. Mislim, da je bil med vojnoma to edini slovenski reklamni modni film pri nas in je sploh prvi take vrste, ki je ohranjen. Da je tako, se moramo zahvaliti predvsem Božidarju Jakcu, da ga je posnel in ohranil ter da ga je njegova žena Tatjana Jakac leta 1998 prijazno odstopila v hrambo Arhivu Republike Slovenije, tako da si ga lahko danes tudi ogledamo.

<sup>30</sup> Na tem mestu se Marti Rau Selič zahvaljujem za ogled filma in vsa strokovna pojasnila.

<sup>31</sup> Več o filmski dejavnosti Božidarja Jakca in o njegovih filmih, ki jih hranijo v Slovenskem filmskem arhivu pri Arhivu Republike Slovenije glej: Ivan Nemanič, *Filmski zapisi Božidarja Jakca 1929–55*. Ljubljana 2005.