



Prvi promocijski materiali blagovne znamke Cockta.
Foto: Matej Pukl, 3. 10. 2010



Cocktine stekleničke nekoč in danes.
Foto: Matej Pukl, 3. 10. 2010

COCKTA, PIJAČA VAŠE IN NAŠE MLADOSTI

Razstava Slovenskega etnografskega muzeja

Razstavo Cockta, pijača vaše in naše mladosti s podnaslovom Dediščina slovenskih blagovnih znamk je Slovenski etnografski muzej pripravil na pobudo in ob sodelovanju Društva za marketing Slovenije. Pri pripravi razstave so sodelovali družba DrogaKolinska kot lastnik znamke, muzejska trgovina Fabiani ter številni avtorji in strokovnjaki, ki so šest desetletij ustvarjali znamko Cockta. V prostorih SEM si je razstavo med 17. junijem in koncem septembra 2010 ogledalo več kot tri tisoč petsto obiskovalcev, še mnogo več ljudi pa si je odlomke z razstave lahko ogledalo v preko sto medijskih objavah in nenazadnje tudi v kavarni SEM.

Na razstavnem prostoru je bilo najceloviteje predstavljeno prvo obdobje razvoja znamke Cockta, to sta njen nastanek in značilnosti iz 50. let 20. stoletja. Razstavljene so bile izvirne stekleničke iz omenjenega časa in leseni ter kartonasti nosilec embalaže, ki jih je oblikoval takrat še študent arhitekture Sergej Pavlin, ter različni grafični osnutki istega avtorja. Osrednje mesto je zasedel slavni plakat Uroša Vagaje z deklico s konjskim repom in z modrimi očmi, ki pije Cockto po slamici, napis znamke pa je še »cockta cockta«. Razstavljene so bile tudi fotografije s prve velike predstavitve Cockte v Planici spomladi leta 1953 in takratni nenavadni promocijski materiali, kot na primer različne podobe pivcev Cockte na škatlicah vžigalic. Na razstavi smo lahko sledili razvoju Cockte v času, in to tako razvoju njene embalaže, napisa in grafičnih elementov same znamke, različnih promocijskih materialov, od tiskanih oglasov do legendarnih risank Mikija Mustra. Manjši del razstave je predstavil še izbrane oglase in izdelke nekaterih drugih slavnih slovenskih znamk, kot so Radenska, Ilirija, Peko, Gorenje, Pivovarna Laško, Elan, Stol.

Namen razstave je bil torej postaviti v ospredje slavno preteklost nekaterih najbolj znanih in uglednih slovenskih znamk, ki so bile oziroma so še danes ponos slovenskega gospodarstva. V Slove-

niji sicer že obstajajo muzejske zbirke s predstavitvami razvoja nekaterih blagovnih znamk (npr. Tobačna Ljubljana, Union, Radenska), vendar so redke in trenutno ni nobena dostopna širši javnosti. Še huje je to, da so se ob stečajih in prevzemih starih gospodarskih družb fizično uničevali dokumentacija, izvirna embalaža, promocijski in drugi nosilci znamk. Prav omenjeni primeri so Društvo za marketing Slovenije spodbudili, da je pred dvema letoma začelo z aktivnostmi za povečanje zavedanja o pomenu blagovnih znamk kot nesnovne gospodarske dediščine v gospodarskih krogih ter v širši javnosti. Ker je to interdisciplinarna naloga, je DMS oktobra 2009 skupaj s Slovenskim etnografskim muzejem pripravilo poseben posvet, na katerem so poudarili razloge za strokovno obravnavo blagovnih znamk z različnih vidikov (zgodovinskega, poslovnega, etnološkega ...). Dopolnjeni prispevki z omenjenega posveta so objavljeni v razstavnem katalogu, ki je trajen dokument o pomenu povezovanja različnih strok za ohranitev nesnovne gospodarske dediščine.

Na omenjenem posvetu je bilo tudi utemeljeno, zakaj smo za prvo celovito raziskavo razvoja znamke in predstavitev v nacionalnem muzeju izbrali prav znamko Cockta. Cockta je odličen primer slovenske blagovne znamke, ki je preživela praktično vse stopnje in značilnosti razvoja slovenskega gospodarstva. Zasnovana je bila leta 1952, torej še v obdobju pomanjkanja številnih življenjskih dobrin, kot jugoslovanski odgovor na globalno znamko Coca-Cola, in v nekaj letih postala najpriljubljenejša pijača ne samo na trgu celotne države, temveč tudi na nekaterih tujih trgih. Z izjemno domiselno embalažo in promocijo ter seveda s posebnim okusom se je tako utrdila med potrošniki, da je preživela tako prihod Coca-Cole konec šestdesetih let kot še številne druge konkurente, propad prvega lastnika družbe Slovenijavino in razkroj jugoslovanskega trga, družbene spremembe v tranziciji in končno prehod v roke tujega lastnika. Zaradi njene

* Janez Damjan, univ. dipl. psih. in mag. posl. org. ved, višji predavatelj, Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani. 1000 Ljubljana, Kardeljeva pl. 17, E-naslov: janez.damjan@ef.uni-lj.si

trdoživosti in vseh z njo povezanih dogajanj je postala legenda, ki simbolizira gospodarske pa tudi družbene in kulturne spremembe v Sloveniji (tako se na primer čas njenega nastanka ujema s snemanjem slovitega filma Vesna).

Po številnih medijskih odzivih na odprtje in vsebino razstave je očitno, da je v aktualni družbeni prostor vstopila ravno ob pravem času. Njeno odprtje se je naključno pokrilo z novico o prodaji družbe DrogaKolinska tujemu lastniku in z dokončnim rušenjem izvirne proizvodne hale na lokaciji v Spodnji Šiški, kar ji je dalo še večjo težo in omogočilo še večjo pozornost. Ko sem v muzejski noči in ob drugih priložnostih opazoval obiskovalce razstave, sem se prepričal, da jim je razstava všeč in se jim zdi zanimiva. Na podlagi predstavitev kolegov na strokovnem posvetu ob zaprtju razstave ter številnih neformalnih pogovorov ugotavljam, da so razstavo naklonjeno sprejeli tudi strokovni krogi, ki pa so hkrati opozorili na manjkajoče elemente. Na sami razstavi namreč ni bilo predstavljeno, kako so Cockto doživljali potrošniki, ki so se prav ob njenem nastopu na trgu učili principov potrošniške družbe in simbolnega oglaševalskega jezika.

Poleg kustosinje razstave Adele Ramovš in sokustosinje, Nine Zdravič Polič, so bili v strokovni pripravljalni ekipi še Bojana

Rogelj Škafar, Janez Bogataj, Žarko Lazarevič in Janez Damjan. Omenjena skupina pri pripravi razstave seveda ni pozabila na z znamko Cockta povezanih etnoloških in socioloških dimenzij. Med pripravo razstave je namreč nastajala diplomatska naloga Ane Beno, ki je odlično razkrila rojevanje odnosov med znamko in potrošniki, pa študije kreativnih procesov v ozadju grafičnih elementov in politično-zgodovinskega vidika nastanka Cockte. Zbrano gradivo je skupaj z razstavo rezultat celotnega raziskovalnega projekta, ki je prinesel nova znanja in izkušnje za nadaljnjo obravnavo dediščine slovenskih znamk in druge nesnovne gospodarske dediščine.

Dejstvo je, da je med tranzicijo po letu 1990 velik del nekoč zelo uspešnih slovenskih znamk oziroma njihovih lastnikov zašel v težave, obstoj nekaterih je ogrožen ali pa so s trga že izginile. Omenjeno dogajanje zavezuje zgodovinarje, etnologe in ekonomiste ter druge strokovnjake, da posvetimo gospodarski dediščini dodatno pozornost. Čeprav znamkam ne moremo pomagati pri njihovem obstoju na trgu, pa jim moramo zagotoviti vsaj trajen in celovit zgodovinski spomin. S tem ustvarjamo tudi spodbudno okolje za inovativnost in razvoj novih znamk, ki bodo prihodnje legende našega gospodarstva.

DOMOZNANSKA VZGOJA NAJMLAJŠIH V MESTNEM MUZEJU RADOVLJICA

Muzeje radovljiške občine (v nadaljevanju MRO) sestavlja pet samostojnih muzejskih enot – kustodiatov: Čebelarški muzej, Galerija Šivčeva hiša in Mestni muzej Radovljica imajo svoje upravne in razstavne prostore v Radovljici, Kovaški muzej deluje v Kropi, Muzej talcev pa v Begunjah na Gorenjskem. V Muzejih radovljiške občine deluje tudi pedagoška služba, ki skrbi za organizacijo dela z obiskovalci, vodniško službo, prodajo vstopnic in spominkov ter pedagoške in andragoške dejavnosti. Ponudba pedagoških in andragoških programov v naših muzejih je namenjena vsem starostnim skupinam obiskovalcev, od najmlajših do malo starejših, tako domačih kakor tujih.

Otroci iz številnih slovenskih vrtcev v Sloveniji so pogosti obiskovalci naših muzejev, še zlasti Kovaškega in Čebelarškega muzeja. Odkar jih po Čebelarškem muzeju popelje lutka čebelica Cvetka in na delavnici lahko izdelujejo izdelke iz čebeljega voska, se je njihov obisk v muzeju še povečal. Ob tem podatku pa nas je motilo, da med obiskovalci ni otrok iz lokalnih vrtcev. Jeseni 2009 sta kustosinja Mestnega muzeja Radovljica, mag. Tita Porenta, in vzgojiteljica radovljiškega vrtca, Renata Beguš, oblikovali idejo o sodelovanju med zavodoma. Pridružila se jima je še muzejska pedagoginja v Muzejih radovljiške občine, Katja Praprotnik, in tako je nastal projekt za šolsko leto 2009/10, ki smo ga poimenovali »Spoznavanje ter seznanjanje z odkrivanjem kulturne dediščine starega mestnega jedra Radovljice nekoč in danes«. Vanj sta se vključili skupini Pikapolonice in Čebelice, torej pet- in šestletni otroci iz radovljiškega vrtca. Spoznavali naj bi stari del mesta Radovljice in se pogovarjali o pojmi, kot na primer nekoč, preteklost, danes, jutri, prihodnost.

Program je predvideval mesečna srečanja vse do junija 2010, ko bi projekt končali z razstavo v Galeriji Šivčeva hiša.

V začetku oktobra 2009 smo se sprehodili po starem mestnem jedru in spoznavali, kaj je mesto, zakaj in kje je nastalo, kaj vse so za življenje v njem potrebovali prebivalci. Sprehodili smo se do posameznih mestnih zanimivosti, za katere smo predvidevali, da bodo zanimale tako majhne otroke. Na sprehodu smo si ogledali ostanke mestnega vodnjaka, sramotilno klop, obrambni jarek, obrambni zid in stolp, ter se prepričali, da mesto leži na terasi nad reko Savo, kar je mestu omogočalo varnost.

Novembra smo si ogledali eno izmed starih mestnih hiš – Šivčevo hišo. Za pomoč smo prosili našo zunanjo sodelavko, etnologinjo Nadjo Gartner Lenac, ki je male obiskovalce seznanila z nekdanjim življenjem v hiši (s črno kuhinjo, hišo, kaščo), predstavili pa smo jim tudi, kaj se v hiši dogaja danes (galerija, poročna soba). Ogledali so si razstavni prostor, v katerem so bili nekdanj obrtne delavnice, trgovina in skladišče. Prebrali smo zgodbo o mački Linci, redni obiskovalki hiše, popeljali pa smo jih tudi po stalni razstavi otroških knjižnih ilustracij Galerije Šivčeva hiša. Decembra smo si ogledali radovljiško Graščino in cerkev sv. Petra. Ob sprehodu po graščini smo spoznavali življenje zadnjih lastnikov graščine, grofov Thurn-Valsassina. Otroci so spoznali, zakaj so bila vhodna vrata tako velika, ogledali smo si dvoravno stopnišče, atrij, baročno dvorano (tu smo zapeli pesmico) in hodnik proti cerkvi. Na župnijski cerkvi smo si ogledali fresko sv. Krištofa, razložili, zakaj krasi cerkveno fasado, v cerkvi pa smo o njem prebrali legendo. Za konec so otroci na cerkvenem koru zapeli še dve pesmici.

* Katja Praprotnik, prof. zgod. in soc., višja kustosinja, kustosinja pedagoginja, Muzeji radovljiške občine. 4240 Radovljica, Linhartov trg 1, E-naslov: mro@siol.net.