

OBLIKOVANJE NA SLOVENSKEM

Začetek in razvoj industrijskega oblikovanja in vizualnih komunikacij
po drugi svetovni vojni

MAJA KRULC, LJUBLJANA

UVOD

Človek si je že svoja prva orodja oblikoval ter si jih prilagodil, kot si je tudi svojo okolico humaniziral in personaliziral. Z obrtniško proizvodnjo je bilo oblikovanje uporabnih predmetov v rokah posameznikov, ki so proizvodom dodajali elemente dekorativnosti, mode in stila. Tako se je razvijala uporabna umetnost. Z industrializacijo proizvodnje in z novimi tehnološkimi postopki pa sta se značaj in vloga individualnega ustvarjalca izgubljala, prej stoletja veljavne norme so se začele spreminjati. Med izdelovalca in uporabnika, ki sta dotlej večinoma imela pristne medsebojne kontakte, se je vrnilo veliko število strojno proizvedenih izdelkov. Krog menjave se je razširil in medsebojno dogovarjanje je bilo otežkočeno. Z izdelki za anonimnega uporabnika se je začelo oglaševanje po časopisih, pošiljanje prospektov ter kasneje oglaševanje po radiu in televiziji. Pri vsem tem so oblikovanje, proizvodnja, trgovina in uporaba postajali vedno bolj ločene kategorije s specifičnimi interesi, ki se niso razvijali zmeraj usklajeno.

V začetkih industrijskega oblikovanja je še živelo značilno posnemanje oblik stare obrtniške tradicije, ki ni bilo več logično in smiselno. Šele postopoma se je razčiščeval pojem oblikovanja in se končno naslonil na znanstvene in analitične temelje. Oblikovan predmet predstavlja sintezo kvalitete, uporabnosti ter pristopne cene. Oblika predmeta ni rezultat aktivnosti umetnika in izoliranih estetskih konstrukcij, ampak je odvisna od niza faktorjev — materiala, tehnike, proizvodnje, funkcije, psiholoških, ekonomskih in še drugih elementov. Oblika industrijskega proizvoda ni dodatek že izgotovljenemu predmetu, ki mu bistveno ne bi bil potreben, ampak faza v sami proizvodnji, ki vključuje racionalno-eksaktno proučevanje in intuitivno-ustvarjalno obdeluje dobljene podatke s prenašanjem v prototip. Za tak proces je potrebno večje število strokovnjakov in izvajalcev.

Serijska proizvodnja, ki je osnova vsake produkcije na področju industrijskega oblikovanja, zagotavlja možnost poljubnega ponavljanja prototipa. V vsakem produktu je viden prototip, ni pa unikat, kot tudi serijska

proizvodnja ni nekaj enkratnega, in nima možnosti posameznih variacij. Obrtniška proizvodnja je z neenakostmi pridobivala, pri serijski izdelavi pa neenakost izgubi vrednost, izdelki pa ostanejo vedno identični prototipu.

Klasifikacija 19. stoletja se je opredelila za umetnost in neumetnost, koristnost in nekoristnost, za čisto in uporabno umetnost. Leta 1937 so označili izobrazbo oblikovalcev kot strokovno izobraževanje za »najnižje veje umetnosti.«¹ Ta oznaka se neredko pojavlja tudi v 20. stoletju, ko »Beaux-arts tradicionalisti« v oblikovanju vidijo le manjvredno, s tehniko vplivano varianto umetniške aktivnosti. Oblikovanje izdelkov jim pomeni nadaljevanje skulpture z drugimi sredstvi, vizualno oblikovanje pa nižjo zvrst slikarstva in grafike.² Po drugi strani pa futuristični znanstveniki razlagajo oblikovanje kot pojav, ki ga je povzročil propad inženirstva.

Ravno tehnika je bila vzrok številnim nejasnostim na področju industrijskega oblikovanja in nerazumevanjem vprašanja povezanosti umetnosti in tehnike. Arnold Hauser je bil mnenja, da se »umetnost vedno poslužuje materialnih tehničnih izumov v obliki naprav, nekega aparata, nekega stroja, in to dela tako odkrito, da je prav to neposrednost, to materialnost izraznih sredstev mogoče označiti kot eno od mnogih najbolj bistvenih lastnosti. Umetnost je najčutnejši, najobčutljivejši izraz človeškega duha in je kot taka vezana na nekaj stvarnega, na tehniko, na sredstvo. Vseeno je, ali so to sredstvo statve ali tkalni stroj, slikarski čopič ali fotoaparati...« Kakorkoli se obrnemo, karkoli delamo, karkoli oblikujemo, vse to je vezano na našo osebnost in je posledica pogojev, v katerih živimo, dobe in njene kulture. Oblikovanje naj bi ves čas držalo v ravnotežju tri kvalitete človeške narave: fizično, intelektualno in emotivno. Če se to ravnotežje podere, je oblikovanje bodisi preveč tehnično bodisi preveč razumsko ali kar romantično, zato je ravnotežje, enakomerno razmerje teh kvalitet, cilj dobrega oblikovanja. Prav tako je za oblikovanje bistveno ravnotežje drugih treh faktorjev: funkcije, tržišča in proizvodnje.³ V izgotovljenem izdelku mora priti do harmonije vseh faktorjev in ne do kompromisa. Dobra oblikovanost proizvoda zajema vse, od definirane funkcionalnosti, koristnosti in uporabnosti do problema čiščenja, kvalitete materiala, dobe trajanja, možnosti lahkega popravila, ovojnine in dobrega izgleda. Zunanja oblika proizvoda je rezultat usklajenih elementov v sami proizvodnji. Pojavlja pa se tudi samo izpopolnjevanje zunanjega videza proizvoda, imenovano styling, ki v glavnem nastaja zaradi konkurenčnega boja na tržišču, ko gre za vprašanje novosti, mode ali neobičajne zunanosti v zvezi z reklamo, ki vpliva na uporabnika. Vrednost takega oblikovanja je bolj slučajno, čeprav ni nepomembna za potrebe mase. Do stylinga je prvič privedla ekonomska kriza v tridesetih letih, ko je styling povzročil najhitrejšo prodajo izdelkov hiperprodukcije. Takrat se je v Ameriki uveljavil tudi poklic oblikovalca, čeprav ne ravno v najnaprednejšem smislu.

Za ICSID (mednarodni svet združenj industrijskih oblikovalcev, ustanovljen 28. VI. 1957 z namenom, da pospešuje industrijsko oblikovanje v vseh njegovih vidikih v korist človeštva) je Tomas Maldonado definiral

¹ Tomas Maldonado, *Kako se boriti protiv samozadovoljstva u izobrazbi dizajnera*, »Bit« int. 4, 1969, p. 21.

² Gui Bonsiepe, *Edukacija za vizuelni dizajn*, »Bit« int. 4, 1969, p. 55.

³ L. Bruce Archer, *Priroda oblikovanja*, Čovjek i prostor, št. 126, 1963, p. 9.

industrijsko oblikovanje kot »ustvarjalno dejavnost, katere namen je določati oblikovne kvalitete industrijsko izdelanim predmetom. Te oblikovne kvalitete pa niso le zunanje značilnosti, temveč predvsem tisti sestavni in funkcionalni odnosi, ki nek sistem spreminjajo v usklajeno celoto s stališča proizvajalca in uporabnika. Industrijsko oblikovanje se vedno bolj širi in zajema vse aspekte človekovega okolja, ki so pogojeni z industrijsko proizvodnjo.«

Terminološka definicija oblikovanja je prav gotovo sporna, saj se oblikovanje in vsi pojmi, ki se nanj nanašajo ali so z njim v zvezi, stalno spreminjajo in revidirajo z vedno novimi pogledi. Delo oblikovalca je neomejeno ter se razteza od malega uporabnega predmeta pa do prostorskega oblikovanja mesta in pokrajine.

Spreminjajo se tudi pojmi, ki so v zvezi z grafičnim oblikovanjem. Ulmska visoka šola za oblikovanje je v začetku šestdesetih let utemeljila termin vizualne komunikacije, ker je postal koncept grafičnega oblikovanja v smislu Bauhauasa preozek. Sam tehnični razvoj komunikacijske industrije (film, televizija, radio, tisk) se je začel po letu 1920, po drugi svetovni vojni pa se vedno hitreje razvija. Pojem vizualnih komunikacij vključuje razpon od proizvodov grafičnega oblikovanja za male serije do množičnih vizualnih medijev za medsebojno sporazumevanje in se tako nanaša na ves svet znakov, t. i. vizualni inventar, ki nas obdaja. Pojem grafike dobiva drugačno opredelitev, predvsem v tehničnem pogledu, ker ne velja več le za klasične grafične tehnike visokega ali globokega tiska, za lesoreze, linoreze, bakrreze in akvatinte, marveč zajema najrazličnejše tiskarske tehnike od navadnega tiska in offseta do bakrotiska, kseroksa in sitotiska, konceptualno pa je razširjen na zelo široko področje vizualnih komunikacij.⁴

Vizualni inventar je sestavni del okolja, v katerem živimo, in bistveno vpliva na značaj urbanega ambienta. Zaradi množice novih sporočil, vizualnih podatkov, nastaja v urbanem okolju s pomočjo moderne industrije in tehnologije nova, umetna pokrajina. Med njo in človekom se razvija odnos, ki hkrati narekuje spremenjeno okolje.

Različni izvori in pobude pri oblikovanju bodo vedno težili k novim pristopom in nepričakovanim rešitvam. Oblikovanje živi s tehniko in sistemom, se neprestano razvija ter postaja enoten pojem širokih razmerij, ki ni statično nikoli dokončno opredeljen. Oblikovanje gradi tudi naše simbolno okolje, predstavlja vizijo želja časa in družbe ter teži k vrednotam, ki bi obogatile naše življenje.

Začetki industrijskega oblikovanja so povezani z industrijsko revolucijo in z deželo, ki je prva začutila njene posledice, z Anglijo. Pojav stroja in novih tehničnih sredstev sam po sebi ni povzročil ustreznih sprememb v proizvodnji. Še naprej so vztrajali pri starih izhodiščih ali pa so s pomočjo ornamenta skušali zakriti nove materiale. Stroj je bil v nekem smislu res tisto »razdiralno zlo«, kot so ga imenovali v veliki večini. Tradicija ročne proizvodnje, v kateri je bil ustvarjalec tudi producent, je trajala več stoletij; človek, navajen na tak koncept, se v poplavi industrij-

⁴ Želimir Košćević, *Grafično oblikovanje vidnih sporočil*, Sinteza 20, 1971, p. 36.

skih izdelkov brez estetskih vrednosti ni mogel znati. V želji, da bi ponovno humaniziral proizvodnjo, je posegel po ornamentih iz preteklih obdobj ter jih enostavno apliciral na gotov izdelek.

S hitrim porastom industrije in z novimi tehničnimi izumi so rokodelci ostali odmaknjeni od proizvodnje. Izdelki, ki so jih pokazali na veliki svetovni razstavi leta 1851 v Kristalni palači, so doživeli polom. Tudi sama Kristalna palača, zgrajena iz stekla in železa, je izzvala ostre kritike. Niti ni bila delo arhitekta, saj so železo še vedno smatrali za material, ki je sicer koristen, toda brez kakršnegakoli drugega pomena. Število železnih konstrukcij je naraščalo predvsem po zaslugi gradbenikov oziroma konstruktorjev, kot so jih tedaj imenovali, ki so postavljali viseče mostove. Železo so že uporabljali v notranjščinah in kasneje tudi na fasadah, vendar so ga skrbno zakrivali. Šele Labrouste in Viollet-le-Duc sta vztrajala, da mora v arhitekturi oblika odgovarjati namenu, Viollet-le-Duc pa je celo zahteval, da mora »kamen izgledati kot kamen, železo kot železo in les kot les.«⁵

Prav tako je predsodek do strojev vodil Morrisa pri ustanovitvi gibanja Arts and Crafts. Z oživitvijo obrti in s ponovnim odkritjem vrednot srednjeveškega sveta je skušal preobraziti človeštvo. Verjel je v tradicijo in čutil, da mora umetnik sam postati rokodelce-oblikovalec. Cenil je posamezne materiale in delovne postopke, a obsojal uporabo stroja, zato so bili njegovi ročno izdelani predmeti zelo dragi. V Evropi se pred letom 1880 ni mogel nihče popolnoma ločiti od historicizma. Medtem so v Ameriki že lahko nastali prvi nebotičniki, čeprav so navidez spominjali na angleške stavbe za urade, zgrajene v sredini stoletja. Čikaška šola je uvajala železne konstrukcije v poslopja, ki niso bila le tovarne, gradili pa jih niso več inženirji, temveč arhitekti. Nove stavbe so bile predvsem funkcionalne, čeprav so jim dodajali tudi nove originalne ornamente, ki so vodili v začetke dobe Art Nouveau, kot sta v novo dobo po drugi strani vodila Morris in gibanje Arts and Crafts. Kljub temu, da je bila Art Nouveau v mnogih pogledih bližja gibanju Arts and Crafts kot racionalističnim tokovom začetka 20. stoletja, pomeni ta doba eno izmed glavnih izhodišč za moderno oblikovanje zaradi svojega vztrajanja na ozki povezavi med konstrukcijo in dekoracijo v arhitekturi in oblikovanju.

Nagel razvoj angleške obrti in pa inženirska arhitektura sta navdušila predstavnika pruskega trgovskega odbora Hermanna Muthesiusa, ki je preživel nekaj let v Londonu. Prepričan je bil, da se iz preprostosti nove smeri »domače arhitekture« in z možnostmi strojne proizvodnje lahko ustvari nov stil, ki ga je imenoval »Maschinenstil«. 1907. leta je v Münchnu ustanovil Deutscher Werkbund, prvo izmed mnogih društev, ki so hotela izboljšati situacijo v oblikovanju in industriji ter združiti umetnost, industrijo in obrt. Istega leta je zaposlila tovarna AEG Petra Behrensa za svojega industrijskega oblikovalca. Prav tako so bile v tem času v Avstriji ustanovljene delavnice (Wiener Werkstätten), ki so se ukvarjale predvsem z oblikovanjem v pohištveni industriji in z gospodinjstvi predmeti, ki naj bi bili »funkcionalno umetniški«. V zbornikih Werkbunda med 1912 in 1915 je dobro viden napredek nemške arhitekture in industrijskega obliko-

⁵ Nikolaus Pevsner, *The Sources of Modern Architecture and Design*, Thames and Hudson, London 1968, p. 16.

vanja, čeprav se še pojavljajo ostanki Jugendstila. Prišlo je tudi do ostrih konfliktov med Muthesiusom, ki je trdil, da strojna proizvodnja zahteva standardizacijo, in Van de Veldejem, ki se je boril za individualnost. Van de Velde je bil dolgoleten voditelj weimarske šole za umetno obrt in je ob odstopu za svojega naslednika imenoval Gropiusa.

1919. leta se je iz weimarske umetnoobrtne šole in akademije razvil Staatliches Bauhaus pod Gropiusovim vodstvom. Z Bauhausom je Gropius postavil temelje sodobnemu industrijskemu oblikovanju, modernemu arhitekturnemu pouku in skupinskemu načinu dela. V tej danes že legendarni šoli so prvič gledali celotno človeško okolico kot predmet oblikovanja in so jo skušali izboljšati s pomočjo tehnologije. Mejo med umetnikom, arhitektom, obrtnikom in industrijo je Gropius sprva poskušal odpraviti z vključevanjem vajencev lokalnih tovarn v pouk. Šola je privabljala študente vseh narodnosti s popolnoma neakademskim programom, s poudarkom na delu v delavnicah. Ukinjeni so bili tudi profesorski naslovi, ki so jih po terminologiji srednjeveških gild zamenjali »mojstri«. Bauhausu je uspelo zajeti vsa najnaprednejša gibanja dvajsetih let, od nemškega ekspresionizma, holandskega de Stijla, ruskega konstruktivizma do nadrealizma, saj so bili v Weimarju in kasneje v Dessau prisotni vsi tedanji vodilni in najnaprednejši ustvarjalci — Johannes Itten, Lyonel Feininger, Paul Klee, Vasilij Kandinsky, Laszlo Moholy-Nagy, Gerhardt Marcks, Theo van Doesburg ter prvi učenci — Marcel Breuer, Josef Albers in Joost Schmidt.

Brez Bauhauusa se morda nikoli ne bi tako jasno razvila zavest o novih postavkah, ki so potrebne za razvoj arhitekture in industrijskega oblikovanja. Novi principi niso bili pozabljeni, ko so nacisti zaprli Bauhaus. Veliko najboljših nemških oblikovalcev je emigriralo v ZDA, kjer so začeli znova. Tako so se zblížale ameriške in evropske težnje in ustvarile pogoje za nadaljnjo uspešno pot v razvoju oblikovanja.

Po drugi svetovni vojni se je oblikovanje dokončno izvilo iz Bauhausovih zasnov. Z novim načinom življenja, z večjimi možnostmi in drugačnimi potrebami kot tudi z novimi materiali, z obstoječim tehničnim razvojem in ob sodelovanju oblikovalcev vsega sveta dobiva oblikovanje vedno širše razsežnosti in vedno bolj prehaja v naše življenje.

OBLIKOVANJE PRED DRUGO SVETOVNO VOJNO

Prve sledi oblikovanja bi lahko iskali pri najstarejših strojnih tovarnah, ki so zrastle na Slovenskem v 19. stoletju. To so bile večinoma obrtne delavnice, ki so prešle na industrijski način proizvodnje. Tako se je iz stare tradicije zvonarske obrti v družini Samassa razvila zvonarna in livarna, kjer pa so prav tako izdelovali črpalke, gasilsko orodje, lončene peči in kasneje bronaste cerkvene svečnike in drugo posodje.⁶ V začetku 19. stoletja je pod Zoisovim vodstvom izdelovala ljubljanska industrija fajanse posodo, ki je bila »moderna, trpežna in neobčutna proti ognju ali

⁶ R. Andrejka, *Najstarejše ljubljanske industrije*, Kronika 1, 1934, pp. 135—136.

vročini. Po lošču, ki je imel jako lep lesk, po barvi in lepoti izdelave, je ljubljanska posoda prekašala enake graške in tržaške izdelke ter se približevala angleškim posodam.«⁷

Najbolj znana pa je bila Auerspergova železarna v Dvoru, kjer so izdelovali najrazličnejše strojne dele iz litega železa, kotle in peči za sladkorne rafinerije, cevi za vodovode, plinovode in parovode, kasneje pa med drugim tudi štedilnike, svečnike, vodnjake in železne mostove.⁸

V izdelovanju pohištva so se na ljubljanskih velesejmih med obema vojnama uveljavljali šentviški mizarji, serijsko pohištvo pa je izdelovala tovarna v Duplici pri Kamniku, po Thonetovem postopku od leta 1907 dalje.⁹ Ta je svoje izdelke tudi izvažala, hkrati pa je razstavljala v inozemstvu in dobivala nagrade. Leta 1936 so v tovarni začeli z izdelavo furnirja in vezanih plošč, s tradicijo kvalitete pa so nadaljevali še po vojni.

Ostalo pohištvo, ki so ga izdelovali po mizarskih delavnicah bolj ali manj na obrtniški način, so večkrat delali po naročilih in načrtih arhitektov.

Prvi »oblikovalci« so se držali obrtniške tradicije in izhajali iz »domačega sloga«. Že Vesnani so se razen z ilustracijo ukvarjali tudi s knjižno opremo, ovitki in čelnimi vinjetami. Svoje risarsko znanje so dopolnjevali z ornamentalno stilizacijo ter pri tem izhajali iz secesije in predvsem skušali upodabljati slovensko ljudsko umetnost, običaje in simbolizirano snov ljudskih pesmi. Ti folklorni ornamenti in motivi so zapolnjevali ploskev, ki je lahko predstavljala knjižni ovitek ali predlogo za vezenje ali sliko na steni. Najbolj premišljeni so bili vsekakor knjižni ovitki, ki so se prvi povzpeli na določeno kvaliteto raven. Med prvimi izrazitejšimi oblikovalci na tem področju so bili arhitekti: Ivan Jager, za njim pa Jože Plečnik in Ivan Vurnik. Knjižna oprema ni predstavljala le platnic knjige, temveč tudi oblikovanje posameznih strani z inicialami in vinjetami. Razstavni katalogi in časopisi so bili največkrat le tiskarsko urejeni, velikokrat tudi z običajnimi secesijskimi tipografskimi znamenji, ponavadi izposojenimi iz Leipziga.

Lepake za svoje razstave so najprej izdelovali slikarji sami; največkrat so bile to slike z dodanimi napisi brez medsebojne povezave. Neizvirnost se je jasno pokazala na Münchenski razstavi plakatov leta 1929, ko so ugotovili, da je področje plakata pri nas še popolnoma neznano. Plečnikovi posegi na področje knjižne opreme in ovitkov so vzpodbujali tudi njegove prve učence, da so se z novim pristopom lotevali tudi oblikovanja plakatov. Arhitekta Janko Omahan in Domicijan Serajnik sta posegala na najrazličnejša področja oblikovanja, tako grafičnega kot notranje opreme, tekstila, kovinskih izdelkov in umetne obrti sploh. Večkrat je bilo potrebno najprej vzgojiti in nato še izučiti najrazličnejše obrtnike, da so lahko kasneje izdelovali po arhitektovih zamislih.

Tudi Vurnikova smer se ni ločila od obrtniškega pristopa. Ornament (ki je bil za Loosa zločin) je izhajal iz tradicije in zavestnega prilagajanja domačemu likovnemu ustvarjanju. Ožje povezave z načeli Bauhauasa ni

⁷ Ibid.

⁸ *Krajevni leksikon Dravske banovine*, Lj 1937, p. 437 in I. Slokar, *Izdelovanje orodja, strojev in orožja ... Kronika VIII 1960*, pp. 174–182.

⁹ F. Možek, *Oris razvoja tehnologije in oblikovanja upognjenega pohištva ...*, Kamniški zbornik XII, 1969, pp. 167–174.

bilo, saj se je od Slovencev edino slikar Černigoj šolal v Weimarju; arhitekti pa so se raje odločali za izpopolnjevanje v Parizu, pri Le Corbusieru ali kasneje pri Behrensu v Berlinu.

Kljub drugačnim izhodiščem in ozki povezavi z obrtjo pa ti prvi poskusi niso bili zaman. Isti ljudje so po prekinitvi med drugo svetovno vojno in v prvih letih po njej nadaljevali z začetim delom in prizadevanji ter z dolgotrajno borbo za razvoj sodobnega oblikovanja.

Predvojna prizadevanja so imela drugačna izhodišča in druge cilje. O pravem oblikovanju v današnjem pomenu besede bi pri nas težko govorili pred začetkom petdesetih let.

INDUSTRIJSKO OBLIKOVANJE

Razvoj nove industrije je bil v povojnem času usmerjen izključno v proizvodnjo osnovnih kapacitet in povečanje količine blaga. Tak hiter razvoj industrije je velikokrat vodil v brezbriznost in površnost, hkrati pa tudi v opuščanje važnih problemov. Prav tako je bilo zanemarjeno področje oblikovanja, kar je povzročilo zaostajanje za splošnim gibanjem v svetu. Prizadevanje posameznikov so bila zaman, saj je za dobro oblikovanje potrebna določena stopnja razvoja v industriji, tehnični nivo, pa tudi širina in razvitost tržišča. Tudi akcije, za katere so bile možnosti in ki so jih pripravljali posamezni strokovnjaki, bodisi v praktičnem ali teoretičnem smislu, so ostajale osamljene in brez odmeva. »Industrijska umetnost«, ki so jo razglašali, je bila daleč od industrije, mlada industrija pa še dalj od nje. Kljub temu, da je bilo industrijsko oblikovanje v tem času obsojeno na neuspeh, so ti poskusi začetki našega industrijskega oblikovanja. Nastajala so majhna jedra, ki so sicer životarila zaradi neurejenih razmer v izobraževanju novih kadrov. Nosilci idej oblikovanja so ostajali isti ljudje, kontinuiteta pa je slabela, ker se niso mogli povezati z gospodarstvom. Dolga leta so trajali nesporazumi na obeh straneh: s strani oblikovalcev so se slišali očitki, »da industrija nima razumevanja in ne želi sodelovati z umetniki«, s strani industrije pa, »da so umetniki daleč od življenje prakse in da se njihove rešitve največkrat ne morejo ne tehnično ne ekonomsko izvesti v kontinuirani proizvodnji.«¹⁰

Kljub vsemu se je dogajalo, da so individualne pobude prodrle do podjetja, pa čeprav po vrsti neuspešnih poskusov. Na tak način se je realiziralo večje število dobrih oblikovnih rešitev, čeprav so imele značaj improvizacije in čeprav so bile te akcije delne ter osamljene. Uspešne realizacije takih zamisli so bile odvisne od ambicioznosti avtorja po eni ter od poslovnega uspeha proizvajalca na drugi strani. Najbolj dojemljivo področje za take izolirane poskuse so predstavljale tiste vrste industrije, pri katerih je možnih več variacij v okviru dane klasične tehnologije — steklarska, keramična in lesna industrija. Vse spremembe so nastajale le kot modifikacije prejšnjih izdelkov s prevzemanjem tujih vzorov, vendar v okviru nespremenjene tradicionalne tehnologije in proizvodnega načina tovarne.

¹⁰ A Greber, *Politika dizajna u Jugoslaviji*, Simpozij ind. dizajn i privredno društvena kretanja u Jug., Zgb 1969, p. 417.

Z oblikovanjem so se ukvarjali v glavnem mlajši arhitekti, že zaradi ozke povezanosti s svojim poklicem, pa tudi zato, ker so bili edini, ki so se lahko lotili oblikovanja zaradi svoje vsaj delno zadovoljive tehnične izobrazbe. Poskušali so vpeljati nove forme, ki naj bi izhajale iz analize namena, in so se ukvarjali s posameznimi predmeti široke uporabe (nova lesna zveza pri pohištvu »Artikulum« E. Ravnikarja in J. Jenšterleta); hkrati pa so preizkušali določene postopke po tujih vzorih (Šlajmerjevi poskusi oblikovanja stolov iz lepljenega lesa po vzoru Charlesa Eamsa).

Prvi natečaj posameznih podjetij so bili neuspešni. Tako so Telekomunikacije decembra leta 1951 razpisale natečaj za ohišja radijskih aparatov, ki pa ni mogel prinesiti dobrih rezultatov že zaradi neustreznih meril žirije (imen članov sploh niso objavili, kot poroča F. Ivanšek v Arhitektu 4, 1952). Prav tako je bila neuspešna prva razstava pohištva v Ljubljani, ki jo je leta 1952 organiziralo podjetje »Les-Ljubljana« kot zaključek nagradnega natečaja proizvajalcev pohištva. Razstavljeni je bila težka, neprikladna oprema, daleč od dobrega oblikovanja, ki so ga skušali uvesti. Arhitekta, če so se sploh ukvarjali s pohištvom, so zanimali le posamezni ekskluzivni kosi opreme ter reprezentativno pohištvo.¹¹ Rezultat natečaja so predstavljale nefunkcionalne, mnogo prevelike in pretežke omare z neokusnim okovjem, obdelane le od treh strani, ki se jih ne da prestavljati, čeprav je že A. Loos opozarjal, da mora biti pohištvo premakljivo. Taka oprema je samo nadaljevala tradicijo predvojnih napak. V resnici se ni nihče ukvarjal z uporabo novih materialov in nove tehnike proizvodnje, ki bi pripeljala do novega kvalitetnega, uporabnega, preprosto konstruiranega in serijsko izdelanega pohištva.

Tudi na drugi razstavi pohištva je še vedno prevladovalo težko, času neprimerno nefunkcionalno pohištvo zastarele izdelave. Celo pravilno nakazana smer SGP Konstruktor iz Maribora s posameznimi sestavljivimi elementi, kot so jo predstavili na prvi razstavi, se je izgubila. Napredovalo pa je področje kuhinjske opreme po zaslugi Branke Tancigove, ki se je tudi kasneje razvijalo v vedno bolj kvalitetni smeri.

Na razstavi je bilo prikazano tudi pohištvo tovarne Stol projektanta N. Kralja. Začetki teh prizadevanj segajo v leto 1952, ko je prišel v tovarno Kralj ter ustanovil razvojni oddelek in biro za oblikovanje. Tovarna sama je imela že dolgo tradicijo v proizvodnji upognjenega pohištva. Na Kraljevo pobudo so uvedli nove konstrukcijske in delovne metode ter hitro prešli od čisto komercialne produkcije na raven kvalitetnega oblikovanja. Z uporabljanjem perforiranih vezanih plošč za pohištvo serijske izdelave je Kralj dosegel originalnost in lahkoten učinek, saj so take plošče zračne in deloma elastične, hkrati pa dovolj stabilne. Novo serijsko pohištvo (stoli, mizice, naslanjači) je bilo enostavno, sestavljivo, lahko, udobno, ceneno, čistih oblik, z vsemi pogoji za dobro oblikovanje. Tako spada stol »Rex« na začetke našega pravega industrijskega oblikovanja. Za tisti čas je predstavljal izjemen dosežek skladnosti, oblika pa je bila v največji meri prilagojena možnostim tedanje razvojne stopnje v proizvodnji. Mnoga priznanja in nagrade, ki jih je za uspešno oblikovno rešitev stola »Rex« dobil projektant Kralj, so še potrdila pravilnost nove poti tovarne.

¹¹ F. Ivanšek, *1. razstava pohištva v Ljubljani*, Arhitekt 5, 1952, p. 28.

Vsak prototip je bil v oblikovalskem oddelku tovarne Stol predmet laboratorijske in projektivne analize. V ostalih tovarnah so delali še po starem obrtniškem načinu proizvodnje ali pa so enostavno prevzemali tuje vzore. Veliko so proizvajali za izvoz, vendar le po načrtih tujih naročnikov, ki so bili pogosto brez oblikovalskih ambicij in so zahtevali samo kvaliteto in cenenost. Taka je bila tudi pot tovarne Meblo iz Nove Gorice vse do ustanovitve lastnega oblikovalskega inštituta leta 1963, ko sta v tovarno prišla oblikovalca Ljerka Finžgar in Bogomir Zorman. V zadnjih letih je tovarna z nekaterimi njunimi uspešnimi rešitvami prodrla na jugoslovansko tržišče, vendar zaradi preširoko zasnovanega programa prav na domačem tržišču ne more ustreči vsem potrebam.

Nekaj pohoštenih natečajev in razstav, prirejenih med leti 1950 in 1960, je pokazalo, da so potrebe na tem področju najbolj opazne in hkrati najhitreje rešljive že zaradi usposobljenosti oblikovalcev-arhitektov. Rastočega pomena industrijskega oblikovanja so se zavedale mnoge organizacije in inštitucije, ki so propagirale njegov razvoj, tako Studio za stanovanje in opremo, Zavod za napredek gospodinjstva, Klub barva in oblika, Društvo likovnikov-oblikovalcev, Društvo arhitektov, kasneje Gospodarska zbornica SRS in drugi.

Na kongresu SLUPUJ leta 1959 se je izoblikoval status oblikovalca, ki je zahteval prelom s tradicionalnim pojmovanjem dekorativnih umetnosti.

V Ljubljani so leta 1960 ustanovili smer B na Fakulteti za arhitekturo, ki naj bi postala ustrezna visoka šola za oblikovalce. Po dveh letih so jo ukinili, nadomestila pa je ni nobena druga visoka šola za oblikovanje. Do ustanovitve Inštituta za industrijsko oblikovanje, prav tako na FAGG, je prišlo šele leta 1967.

Oktobra leta 1963 so na pobudo takratnega predsednika Mestnega sveta Ljubljane ing. arh. Marjana Tepine in skupine arhitektov s sodelovanjem Gospodarske zbornice, Moderne galerije in strokovnih društev ustanovili BIO — bienale industrijskega oblikovanja. Zamisel dvoletne periodične komparativne razstave oblikovanih industrijskih proizvodov iz Jugoslavije in drugih dežel je sledila vrsti neuspešnih prizadevanj na tem področju, vključno s propadlim poskusom, da bi v Ljubljani ustanovili Center za industrijsko oblikovanje.

Program BIO je imel tri temeljna izhodišča:¹² prizadevanje za dvig kvalitete industrijskega oblikovanja in vseh področij, ki so povezana z njim, prizadevanje za obravnavanje industrijskih izdelkov kot »likovnih in funkcionalnih vrednot«, ki skupno z drugimi prvinami oblikujejo naš vsakdanji ambient v širšo celoto, ter vzgojo strokovne in širše javnosti. S prireditvijo so želeli dati možnost industrijskim oblikovalcem in industriji, da na čim višjem nivoju primerjajo svoje dosežke z dosežki tujih razstavljalcev.

Prav po razstavah BIO in dogodkih okrog njega lahko sledimo nadaljnjemu razvoju oblikovanja pri nas.

Po programu BIO 1 (9. X.—15. XI. 1964, Lj., Moderna galerija) je bilo razstavno gradivo razdeljeno po področjih in ne po državah. Taka razdelitev je bila upravičena in je postala značilna za ljubljanski BIO tudi

¹² M. Gnamuš, *Katalog BIO 1*, 2.

pozneje. Razstava naj bi pokazala stanje industrijskega oblikovanja v svetu, vendar pa to še zdaleč ni bilo prikazano realno, kot tudi ni bilo realno razmerje podeljenih nagrad in priznanj našim in tujim oblikovalcem.

Program je na BIO 1 obsegel naslednja področja:

1. Pohištvo
2. Gostinsko-gospodinjska oprema
 - a) keramika, b) steklo, c) plastika, d) kovine, e) les, f) mehanična gospodinjska oprema, g) elektrotehnična gospodinjska oprema
3. Tekstil
4. Optični predmeti in orodje
5. Svetilke
6. Športna oprema
7. Stroji, industrijski izdelki strojne industrije
8. Elektrotehnični stroji in telekomunikacije
9. Konfekcija in moda
10. Igrače
11. Arhitektonski detajli
12. Prometna sredstva
13. Embalaža
14. Vizualne komunikacije (eventualno kot poseben oddelek).

Od slovenskih oblikovalcev so zlate medalje za eksponate dobili: A. Čufar za smučarsko palico (Elan, Begunje), J. Lajovic za usnjeni stol (Mizarstvo Šenk), A. Okršlar in J. Pavli za moški službeni kovček in damsko torbico (Toko, Domžale) ter M. Turk za mikrofona s stojalom, ojačevalec Hi-Fi in osciloskop (EAL, Lj). Diplome za dobro industrijsko oblikovanje (podelil jih je SLUPUJ) sta med drugimi prejeli »Iskra« iz Kranja in industrija pohištva »Stol«, Kamnik.

Razstava je potrdila mnoge večletne napore in že uveljavljena prizadevanja in jim dala priznanja. Tovarni »Stol« se je delo biroja za oblikovanje pod Kraljevim vodstvom bogato obrestovalo. Dosegla je kvalitetno raven, ki je ni preseglo nobeno jugoslovansko podjetje pohištvene industrije. Na področju pohištva so se uveljavili le še eksponati posameznih bolj ali manj naključnih oblikovalcev v povezavi s posameznimi mizarstvi, v prvi vrsti nagrajeni stol J. Lajovica pa tudi zanimiva rešitev otroškega pohištva J. Dobrina in A. Ažmana. Pri gostinsko-gospodinjski opremi so bili vidni rezultati na področju steklarstva, predvsem zaradi prizadevanja steklarske šole tovarne B. Kidrič v Rogaški Slatini in raznih zunajnih sodelavcev. Pri elektrotehnični gospodinjski opremi in na področju elektrotehničnih strojev in telekomunikacij sta vidno uspela tovarna »Iskra« s svojimi oblikovalci ter oblikovalec M. Turk.

Področje embalaže je v veliki meri zapolnila tovarna Šumi, za katero je serijo ovojnin oblikovala Nana Lesnika. Na področju vizualnih komunikacij so se oblikovalci-arhitekti lotili najrazličnejših nalog, od plakata do prvih naročil v smislu celostne podobe: G. Košak je oblikoval dopisni papir, račune in vozovnice za Aerodrom Ljubljana, M. Dobravec dopisni papir in zaščitni znak za Tekstilindus Kranj ter plakata in dopisni papir za BIO 1.

BIO 2 (10. VI.—18. IX. 1966, Lj. Moderna galerija) se je držal istega programa razdelitve po področjih z mednarodno udeležbo in žirijo. Zlato medaljo je tokrat prejel — poleg Jakičevih struženih živalc — kardiodni dinamični mikrofoni KD 12 oblikovalca M. Turka. V svojem oblikovalskem delu je Turk izhajal iz postopnega razvijanja posameznih instrumentov, ob katerem se mu je vzporedno razvijal tudi čut za material in grafični red. Nedeljivo celoto vsebine in oblike, ki jo je s tem dosegel, podpira tudi tehnična dovršenost sestavnih delov instrumentov. Nekateri izdelki, ki jih proizvaja v svojem elektroakustičnem laboratoriju (EAL), je uvrstil v svojo zbirko industrijskega oblikovanja tudi newyorški muzej moderne umetnosti.

Na področju pohištva je bila najbolj številno zastopana tovarna »Stol« z deli oblikovalcev N. Kralja, B. Uršiča in M. Romiha. Tem se je pridružila tovarna »Meblo« s klubska garniturama Lj. Finžgar in B. Zorman. Pri steklu se je edini tovarni, zastopani na BIO 1, tovarni v Rogaški Slatini, pridružila še hrastniška steklarna z oblikovalcem F. Papežem. Z večjim številom proizvodov na področju elektrotehničnih aparatov se je predstavila kranjska »Iskra«, ki je s svojim oddelkom za oblikovanje vidno napredovala. Njeni izdelki so poželi mnogo pohval, med njimi avtomatični telefonski aparat ATA 31 oblikovalca D. Savnika ter sestav šolskih elektronskih priprav in merilno mesto oblikovalcev D. Savnika, S. Abeta in D. Petrovičeve. Nova oblikovna rešitev telefonskega aparata ATA 31 je izhajala iz osnovnega kvadratnega koncepta. Omogočala je več izvedb — osnovna je namizna —, pri tem pa so upošteevane ergonomske zahteve, dosledna metodologija, enostavna montaža, ekonomičnost in cenenost proizvoda. Na področju optičnih predmetov in orodij se je Iskri pridružil z večjim številom proizvodov inštitut J. Vega z oblikovalcem J. Miklavčičem.

Na področju strojev in strojne opreme se je uveljavil Litostroj z oblikovalci P. Vogričem, M. Kosom, A. Pahorjem in M. Goljarjem.

B. Kraševac je že na BIO 1 na področju arhitekturnih elementov dobil priznanje za element viseče fasade Metalke ter aluminijasto okno s steklom polyglas v proizvodnji Impola iz Slovenske Bistrice, na BIO 2 pa je razstavil prototip fasade za poslovno stavbo ČP Delo istega proizvajalca.

Elan Begunje je tokrat dobil priznanje za smučarske palice D-64 oblikovalca J. Ravnika na področju športne opreme.

Na področju ovojnine so bile edina novost škatle iz umetne snovi za izdelke Iskre, ki jih je oblikoval Iskrin oddelek za konstrukcijo embalaže.

Tudi tokrat sta na področju vizualnih komunikacij G. Košak in J. Brumen zastopana z največjim številom eksponatov, opazen pa je predvsem prodor mlajše generacije: S. Mächtiga, Š. Kalin in P. Skalarja.

V okviru BIO je bila tudi posebna razstava »Grafična podoba trgovine in industrije«, ki sta jo postavila ICOGRADA in BIO, na Bledu pa kongres ICOGRADA (mednarodnega sveta društev grafičnih oblikovalcev).

BIO 3 (19. IV.—26. V. 1968) se je preselil iz Moderne galerije na Gospodarsko razstavišče, kjer so bile dane boljše možnosti že za ureditev same razstave, hkrati pa je odpadla tudi možnost prevelike asociativne zveze s karakterjem likovnih in muzejskih eksponatov. Z dobro grafično opremo, od vabil, plakatov in zastavic, ter celotno vizualno opremo, delom G. Košaka, je BIO prvič nazorno predstavil celotno podobo. Po drugi

strani pa sta tudi način postavitve in nova konstrukcija, ki sta jo za razstavo zasnovala M. Suhadolc in J. Vrhunc, pripomogli, da so razstavljeni eksponati prišli do veljave in svojega izraza, saj je ena izmed postavk dobrega oblikovanja medsebojna povezanost predmetov z ustreznim okoljem. Spremenil se je tudi program razstave, ki je skupine razstavnega gradiva razdelil na: A — dvodimenzionalne eksponate, h katerim prištevamo celostno podobo in tipografsko oblikovanje tiskovnega gradiva in grafično oblikovanje v filmu, radiu in televiziji, B — trodimenzionalne eksponate, ki ustrezajo razdelitvi na BIO 1 in 2, z razliko, da upošteva kategorije konfekcije in usnjene galanterije.

Bolj izdelano je bilo tudi stališče žirije, ki je pri jugoslovanskem gradivu za razstavo upoštevala: 1. funkcionalno, ergonomsko, tehnično in tehnološko kvaliteto izdelka, 2. industrijski način proizvodnje oz. možnost industrijske izdelave pri proizvodih iz serije O oz. iz obrtniške izdelave, 3. originalnost oblikovanja, 4. primerljivost proizvoda s proizvodi iste vrste v zamejski proizvodnji.

Pri ocenjevanju vizualnih komunikacij pa je upoštevala sistemsko (serijsko) grafično rešitev, sintezo oblikovanja, dobro čitljivost in komunikativnost, semantično vrednost motiva in tipografski red. Kljub vsemu so merila, s katerimi ocenjujemo industrijsko oblikovanje, še vedno nezanesljiva, saj se opirajo bolj na senzibilnost kot na racionalno utemeljenost pravil. Našteta merila ne dajejo nekega stvarnega izhodišča za kriterij BIO. Temelji za izhodišče statusa in profila BIO pa so prav v zadnjih dveh postavkah žirije, pri tem pa bi morala žirija bolj podpirati iskateljski duh industrijskega oblikovalca.¹³

Zlati medalji sta med jugoslovanskimi razstavljalci dobila oblikovalec grafične opreme za BIO 3 G. Košak ter J. Imperl in Č. Vučić za športni moped D-6-D, proizvajalec Tomos, Koper. Posebna priznanja za napore na področju razvoja industrijskega oblikovanja pa sta med drugimi dobili industrija pohištva »Stol«, Kamnik (za sistem otroškega pohištva B. Uršiča) ter Tovarna dekorativnih tkanin, Ljubljana (za kolekcijo prikazanega stanovskega tekstila).

S postavitvijo izdelkov po skupinah in ne po državah, kot je to uveljavil že BIO 1, so dosegli pregled po posameznih področjih, ki je glede na kriterij pri zbiranju v vsaki državi sicer različen, a nudi možnost vzporedjanja. Prav ta možnost je potrdila tudi potrebnost takega pristopa, saj družita eksponate sorodnost pristopa do oblikovanja in končni rezultat. Velik napredek dežel, ki se z oblikovanjem ne ukvarjajo dolgo, je povzročilo tudi zmanjšanje tehnoloških razlik, tako da se je ob razstavi nehote pojavilo mnenje, da na področju industrijskega oblikovanja ni bistvenih novosti. V teh primerih je šlo ponavadi za vprašanje prečiščevanja oziroma dokončnega likovnega izraza. Po drugi strani pa je postalo jasno, da so naporu posameznih tovarn premajhni, da bi zadovoljili vse potrebe.

Po treh uspehih in uveljavljenih razstavah industrijskega oblikovanja v dvoletnih presledkih je moral biti BIO 4 zaradi nerazumevanja in težavne finančne situacije, v kateri se je znašel, odložen. Po velikih naporih za oživitve pa je dobil drugačen koncept. BIO 4 (24. IX.—23. X. 1971, Lj.,

¹³ S. Bernik, *Ljubljanski bienale ind. oblik. v tretje, Sinteza 10/11, 1968, p. 34.*

Mestna galerija) je postal jugoslovanska prireditelj: primerjalna razstava jugoslovanskega industrijskega oblikovanja. Spremembe so nastale tudi pri samem izboru eksponatov, saj je že sam pravilnik predvideval merila, ki naj bi jih upoštevali razstavljalci pri prijavi svojih izdelkov, s tem pa se je vloga žirije zmanjšala na preverjanje ustreznosti tem merilom. Druga novost je bila uvedba razstavne kategorije oblikovnih zasnov, kjer lahko nastopajo izdelki, ki še niso prišli v redno proizvodnjo. Sestavljalci pravilnika so ugotovili, da se pri nas pogosto zelo dobre oblikovalske ideje ne realizirajo, saj zaradi številnih najrazličnejših razlogov ne pridejo do proizvodnje. Posebno poudarjena pa je bila tudi težnja po razstavljanju celostne podobe posameznih podjetij, tovarn in organizacij. Ob razstavi so podelili priznanje za izdelke s področja industrijske proizvodnje in vizualnih komunikacij, priznanja za dobro zasnovo ter pohvale. Priznanja so dobili: oblikovalska skupina tovarne »Iskra«, Kranj, za proizvode, zasnove, opremo proizvodov, grafično oblikovanje in reprezentacijo na BIO 4, oblikovalska skupina ljubljanskega »Litostroja« za preoblikovanje strojev in dokumentacijo celotne družine proizvodov ter oblikovalec S. Mächtig za montažni element kiosk K 67 v proizvodnji Imgrada iz Ljutomer. Na področju vizualnih komunikacij pa so dobili priznanja oblikovalca grafične opreme 9. mednarodne grafične razstave v Ljubljani J. Brumen in J. Bernik, G. Košak za celostno grafično podobo podjetja Emona, P. Skalar za oblikovanje revije Sinteza, skupina P. Skalar, J. Skalar, J. Suhadolc in M. Vipotnik za celostno grafično podobo Ljubljanske banke ter M. Vipotnik za kolekcijo plakatov, zasnovanih na fotodesignu. Priznanje za dobro zasnovo so podelili (poleg priznanja skupini oblikovalcev, v kateri sta sodelovala tudi Košak in Brumen, za zasnovo hišnega stila radiotelevizije Zagreb) oblikovalcu M. Jazbinšku za sistem Play it proizvajalca tovarne »Meblo« iz Nove Gorice ter oblikovalcu O. Kogoju za družino plastičnih počivalnikov v proizvodnji iste tovarne.

BIO 4 si je prizadeval pritegniti vsa jugoslovanska podjetja, ki so uvedla industrijsko oblikovanje, vendar se kljub naporom in prizadevanjem mnogo podjetij ni odzvalo. Makedonija in Črna gora sploh nista zastopani, prevladujejo pa slovenski eksponati. Vsa podjetja, ki so se uveljavila že na ostalih treh prireditvah BIO, še vedno težijo k izpopolnjevanju, izboljšanju in sistematičnosti svojih izdelkov; uvedla so svoje skupine ali oddelke, ki se ukvarjajo z oblikovanjem. V ostalih primerih pa gre kar za indiferenten odnos in popolno neseznanjenost s prednostmi dobrega oblikovanja. Po BIO 4 se je pokazalo, da bi bilo treba področje vizualnih komunikacij obravnavati na posebni razstavi. Prav grafični eksponati so najbolj trpeli zaradi neprimerne razstavne prostora. Prireditelj je v Mestni galeriji dovolj jasno dokazala, da so za BIO potrebni drugi prostori. Na BIO 4 so najbolj napredovala področja strojne in elektrotehnične industrije. Tovarni Litostroj in Iskra sta dokazali, da je napredek posledica stalnega in organiziranega oblikovalskega dela.

Litostroj je prikazal uspešno pot oblikovanja pri uvajanju metodologije odprtega modularnega sistema oblikovanja. Pri oblikovanju ali preoblikovanju izdelka — stroja gre za sestavljanje iz neštetih sestavnih delov, ki so del sklepov, iz sklopov pa šele nastanejo namenski stroji. Ves proces je dolgotrajen, oblikovna dognanost pa je odvisna od sistema izdelave. Tako so oblikovalci v Litostroju prešli na modularni sistem, ki ni le eko-

nomsko uspešen, temveč tudi omogoča postopno ureditev obstoječih izdelkov v celostno likovno podobo proizvajalca.

Pokazala pa so se tudi šibka področja naše oblikovalske dejavnosti: igrache, kjer ni bilo nobenega razstavljenega eksponata, kot tudi področje arhitekturnih detajlov in športne ter turistične opreme.

BIO 5 (9. IV.—22. IV. 1973, Ljubljana, Gospodarsko razstavišče) je bil primerjalna razstava dobro oblikovanih tujih in jugoslovanskih industrijskih izdelkov. Po pravilniku so bili lahko razstavljeni vsi eksponati, ki niso bili v redni proizvodnji pred letom 1968 in niso bili razstavljeni na BIO 3. Področje vizualnih komunikacij je ostalo le v okviru celostne podobe oblikovanja posameznih gospodarskih in drugih organizacij, ker je dobilo novo možnost predstavitve na mariborskem bienalu grafičnega oblikovanja. Ker je BIO tokrat zajel obdobje petih let, je predstavljala stanje v svetu industrijskega oblikovanja množica že znanih tujih in naših izdelkov industrijske proizvodnje. Tudi medalje so bile podeljene večinoma že znanim in uveljavljenim proizvodom tako tujih kot domačih proizvajalcev. Zlate medalje so bile med slovenskimi proizvodi podeljene prostorsko montažnemu elementu »kiosk« S. Mächtiga, celostni grafični podobi Ljubljanske banke, ki je delo skupine oblikovalcev ljubljanske banke, ter novemu proizvodu renomirane skupine Iskra design, cestnemu telefonskemu signalnemu stebru.

Priznanje na BIO 4 in zlata medalja na BIO 5, ki je bila podeljena oblikovalcem Iskre, sta sledila večletnim oblikovalskim naporom in uveljavljanju doma in na tujem. Prvi rezultati so se pokazali že na BIO 1, začetke sistematičnega industrijskega oblikovanja pa sta predstavljala pomenjenje in standardizacija ohišij, formatov in barv izdelkov različnih tovarn, ki so se združile z Iskro. Uspešno delo oddelka za oblikovanje je kmalu premagalo odpor v sami tovarni; oblikovanje je postalo celo element poslovne politike podjetja, uzakonjen s statutom. Oddelek za oblikovanje (ki nastopa pod enotnim imenom Iskra design) je uspel ustvariti kvalitetno osnovo za razvoj hišnega stila podjetja. Izdelkom s področja elektromehanike, telekomunikacij, elektronike in avtomatike so se pridružili tudi prodajna in transportna ovojna, tiskovine, plakati, koledarji, film, fotografija, laserska grafika ter oblikovanje razstav. Iskrini oblikovalci se ukvarjajo tudi z ergonomskimi raziskavami ter uvajajo pri projektiranju računalniško tehniko.

Poleg oddelkov za oblikovanje v samih tovarnah so se uspešno uveljavili tudi posamezni oblikovalci. Ti delujejo bodisi samostojno bodisi rešujejo določene naloge v povezavi s tovarnami ali pa za svoja oblikovalska hotenja iščejo proizvajalca v tovarnah. Med največkrat omenjene in pohvaljene sodijo Kogojevi počivalniki in Mächtigovi kioski.

Počivalniki, ki so bili prvič prikazani na razstavi v Ljubljani pred tremi leti, predstavljajo rezultat prve akcije novih možnosti oblikovanja s prav tako novimi tehnološkimi možnostmi, pa tudi rezultat tehnične, znanstvene metode kolektivnega ustvarjanja in komunikacije posameznikov z istim ciljem. Uspeh za oblikovalca ne pomenijo le številne nagrade in priznanja, ki so jih podelili počivalnikom, temveč predvsem dejstvo, da so počivalniki, čeprav šele po dveh letih, prišli na tržišče in so v redni proizvodnji tovarne Meblo. Med uspele Kogojeve rešitve spada tudi oblikovanje pribora, s katerim se je Kogoj ukvarjal že v času BIO 1 v sodelo-

vanju z M. Požarjem, eno zadnjih variant pa predstavljata prozorni ukrivljen pribor ter jedilni pribor v treh barvah iz umetne snovi. Vrsti uspešno rešenih nalog se je v zadnjem času pridružila tudi družina izvi-jačev za proizvajalca Tik iz Kobarida.

Večkrat nagrajeni Mächtigov kiosk predstavlja serijo prostorskih montažnih elementov za potrebe manjših uporabnih površin v najrazličnejše namene. Sistem temelji na petih osnovnih delih, ki se jih lahko poljubno sestavlja, zraven pa spada še serija polnil, nadstreškov in notranje opreme iz elementov sestavljivega pohištva iz jeklene pločevine. Na področju cestne opreme ali kakorkoli že imenujemo »street furniture« ali kar mikrourbano opremo, je Mächtigov kiosk edini realizirani primer zavestnega reševanja tega problema. Kljub vsemu so tako kioski kot smetnjaki le redko postavljeni, bolj številne pa so zato slabe »primorske« inačice kioska.

Projektanti se dostikrat ne ukvarjajo z »lažjimi« nalogami oblikovanja, čeprav je projekt brez takih rešitev skoraj nesmiseln. Velikokrat se srečamo s posameznimi dobro oblikovanimi zgradbami, ki pa so brez medsebojne povezave ali pa pogršajo spremljavo: kioske, smetnjake, table z raznimi sporočili, opozorila, napise, znake itd. Temu bi lahko postopoma dodajali še problem razsvetljave, ureditev prometa, parkirišč, prometnih znakov, skratka ves cestni inventar, ki bi moral v dobro organiziranem projektu urbanistične ureditve zavzemati enakovredno mesto, velikokrat pa se zgodi, da ostane na kakršenkoli način pozabljen, bodisi da nastopa že v projektu bolj ali manj samo kot štafaža bodisi da odpade pri končni realizaciji.

Mikrourbana oprema pa predstavlja le del naše okolice. Okolica ne bi smela po Maldonadu¹⁴ predstavljati le stanovanja, vrta, hiše, ulice, temveč naj bi postala integracija treh sfer: predmetne okolice (umetni svet industrijskih proizvodov), dograjene okolice (svet gradbenih objektov oziroma že zdaj industrijskih proizvodov) in komunikativne okolice (v prvi vrsti svet vizualnih komunikacij).

Po današnji teoriji oblikovanja okolice (pojem *environmental design* ali *Umweltgestaltung*) se naravna okolica vedno bolj spreminja v umetno, pri tej interpolaciji pa nastajajo novi odnosi. Vloga oblikovalca se je spremenila iz ustvarjalca posameznih predmetov v usmerjevalca in nadzornika večjega števila posameznih strokovnjakov; tudi oblikovanje se kot integralno področje vedno bolj širi in zajema vedno več znanstvenih disciplin.

Harmoničnosti okolja ni mogoče doseči le z zbirko dobro oblikovanih predmetov, tako kot ne bi smeli sestavljati okolja le posamezni povezani elementi ali matematični izbor dobro oblikovanih predmetov, ampak je treba iskati le celostno rešitev. Uspešnim rešitvam v tem smislu se približujejo razne svetovne prireditve kot olimpiade ali svetovne razstave.

Po dvajsetih letih industrijskega oblikovanja na Slovenskem bi lahko govorili o prav toliko dolgih pogovorih, prepričevanjih in uvajanjih industrijskega oblikovanja ter bi lahko našli vrsto dosežkov na tem področju. Ne moremo več trditi, da ni zanimanja za oblikovanje, ali se opravičevati,

¹⁴ F. Križovc, *Što je environmental design (dizaj okoline)*, Čovjek i prostor št. 197, 1969, pp. 8—9.

da smo »industrijsko mlada« dežela. Po petih razstavah BIO in dveh natečajih AS design se je pokazalo, da imamo sicer veliko ustvarjalcev, ki pa večinoma prihajajo iz vrst arhitektov in študentov arhitekture. Še vedno je namreč nerešeno vprašanje izobraževanja oblikovalcev na višji stopnji, v takih pogojih pa še dolgo ne bomo mogli uresničevati vseh oblikovalskih ambicij, ki obstajajo na ravni zgledovanja pri uveljavljenih in priznanih dosežkih.

VIZUALNE KOMUNIKACIJE

Okoliščine, v katerih se je razvijalo industrijsko oblikovanje, veljajo tudi za grafično oblikovanje, saj delitev oblikovanja na industrijsko oblikovanje in vizualne komunikacije ni vedno smiselna, ker ne obsega vseh področij, ki bi jih lahko vključili v pojem oblikovanja.

V težnji po čim hitrejši obnovi v prvem povojnem času so bila prizadevanja arhitektov usmerjena v glavnem na gradnjo, zato se je zanimanje za področje grafičnega oblikovanja, s katerim so se ukvarjali pred vojno, pomaknilo v ozadje. Z lepakov, ki so jih tiskali v propagandne namene, so zrlí delavci Herkulesi in množice dimnikov in zastav, ki naj bi ponazarjali socialistično graditev. Vsebinsko praznost je še poudarjala obrabljena risarska tehnika, ki so se ji pridružili pomanjkanje barv in ostalega materiala ter slabe tiskarske možnosti.¹⁵

Tudi pri opremi knjig, kjer se je sicer čutila kontinuiteta predvojnih naporov, je prevladovala v oblikovanju stereotipnost. Posamezni deli knjige so bili ločeno oblikovani, saj platnice, hrbet in ščitni ovitek med seboj niso imeli zveze, ki bi jo ustvaril enoten oblikovalski koncept. Največ uspešnih poskusov je bilo na področju leposlovne knjige, ostale zvrsti poljudnoznanstvenih, mladinskih in šolskih knjig pa so ostale še problematične. Tudi tehnično zaostala kultura tiska že zaradi nerazvite zavesti o svoji potrebnosti ni mogla napredovati. Časopisi so prevzemali glave po tujih vzorih, ne da bi skušali razumeti pomembnost njihovega oblikovanja.

V petdesetih letih pa je prišlo do prvih spodbud tudi z gospodarske strani. Podjetju Slovenija Sadje, ki je 1951. leta razpisalo natečaj za plakat za izvoz borovnic, je sledilo izvozno podjetje Dom. Izmed 46 osnutkov, ki so se odzvali natečaju, je dobil prvo nagrado osnutek Kolektiva B (O. Jugovec, E. Likar, U. Vagaja). Vedno večje potrebe podjetij po propagandi so pripomogle k napredovanju na področju grafičnega oblikovanja, ki se je razvijalo hitreje kot industrijsko oblikovanje.

Prvi primeri dobrega grafičnega oblikovanja so prišli iz Zagreba. Grupa Exat, ki jo je leta 1951 ustanovila skupina zagrebških arhitektov in slikarjev na pobudo Piclja, Richterja in Srneca, je v svojem manifestu med drugim zahtevala tudi ukinitvev mej med t. i. »čisto« in »uporabno« umetnostjo. Misel o humanizaciji človekovega neposrednega okolja ter potreba po novem tipu umetnika, ki bi aktivno deloval tudi v materialni

¹⁵ E. Ravnikar in B. Gaberščik, *Slovenska uporabna grafika v letu 1952*, Arhitekt 8, 1953, pp. 31–34.

kulturi, sta izvirali iz Bauhausovih načel, ki so jih upoštevali pripadniki te skupine. Za svoj cilj si je skupina zadala sintezo vseh likovnih umetnosti ter eksperimentalni način dela.¹⁶ V kratkem času svojega delovanja so se ukvarjali s celostnimi rešitvami, predvsem na področju vizualnih komunikacij. Pripadniki skupine tudi po njenem razpadu niso prenehali z delom na področju oblikovanja; s svojimi napori in pobudami so bistveno prispevali k hitremu in kvalitetnemu razvoju grafičnega oblikovanja. V Ljubljani je Društvo arhitektov sprožilo širšo akcijo med založbami in tiskarnami ter ustanovilo posebno komisijo, ki naj bi vsako leto pregledala in nagradila najboljše rezultate na področju tipografskih izdelkov. Tako je bilo za leto 1952 podeljenih več nagrad in pohval po posameznih kategorijah: za leposlovne, mladinske, znanstvene in strokovne knjige, kataloge in prospekte, časopise, literarne in politične revije ter lepake. Stanje, ki se je pokazalo na razstavi, ki so jo ob tej priložnosti priredili v Narodni in univerzitetni knjižnici, ni bilo posebno razveseljivo. Vendar so prva uspešna prizadevanja posameznikov spodbudno vplivala na nadaljnji razvoj in povečala zanimanje za grafično oblikovanje.

Za področje plakata je bila pomembna odločitev Gospodarskega razstavišča leta 1954, da bo redno razpisovalo natečaje za plakate svojih razstav. Prvemu javnemu natečaju za izdelavo osnutka Mednarodne razstave komunikacij so sledili razpisi lepakov za razstave Predelava lesa, Embalaža in Vinska razstava. Največ nagrad so dobili študentje arhitekture, ki so se »kljub temu, da so bili njihovi prijemi mnogokrat stereotipni (tehnika lepljenja postaja že šablonska), kot celota bolj približali pojmu sodobnega plakata kot nekateri grafiki, ki niso izkoristili svojih možnosti«.¹⁷ Osnutki za plakate so bili prenapolnjeni, kompozicije preobložene, tekst pa ni bil del jasne grafične organiziranosti. Temu so bile krive medle in neizrazite barve ter slab papir in tisk. V tistem času spada med najbolj zanimive plakat za Cockto U. Vagaje. Nenehno iskanje in želje po kvalitetnem dvigu, ki jim tehnične možnosti niso mogle slediti, niso prenehale. Prvi uspešni poskusi oblikovanja so vplivali na napredek v oblikovanju knjižne opreme in na t. i. »drobno grafiko«, oblikovanje vabil, prospektov, katalogov itd.

Vedno bolj so se uveljavljale tendence k enotnejšemu pristopu na področju grafičnega oblikovanja. Raznolikost vizualnega inventarja je že zaradi večje učinkovitosti zahtevala določeno stopnjo razpoznavne jasnosti, ki ni prenesla strogo ločenih delov posameznih področij v zaključenih celotah. Prvo tako akcijo je sprožilo podjetje Adria aviopromet leta 1960, ko je razpisalo javni natečaj za celostno podobo podjetja. Javnemu natečaju je sledil še interni natečaj, izvedba pa je bila poverjena G. Košku. Široko zasnovana oblikovalska naloga je segala od znaka podjetja (ki bi se lahko uporabljal na avionih, dostavnih vozilih, tiskovinah itd.), reklamnih prospektov, dopisnega papirja, vozovnic in računov do servisnih posod in pribora v letalih ter uniform stewardes. Prvič je bil pri nas izdan tudi »design manual«. Zgledu Adria avioprometa so se kasneje priključila tudi druga podjetja, a v manjšem obsegu, saj so se ponavadi zadovoljila

¹⁶ J. Denegri, *Ivan Picelj, jedan od inicijatora grupe Exat 51*, Umetnost (Bgd), 5, 1966, pp. 21—29.

¹⁷ Mušič in Vagaja, *Natečaj za plakate*, Arhitekt 16, 1955, pp. 28—29.

z oblikovanjem zaščitnega znaka in dopisnega papirja. Več možnosti pa so dajale razne mednarodne prireditve. Tako je za SPENT leta 1965 G. Košak oblikoval bilten, značko i nkuverto pa Miklavž Mušič; za BIO 1 je veliki in mali plakat ter dopisni papir oblikovala M. Dobravec. Tudi razne kulturne in umetniške institucije so poleg lepakov že zahtevale oblikovanje vabil, obrazcev, katalogov, voščil in dopisnega papirja (med prvimi naročniki je bil Tehniški muzej Slovenije). Vsi ti naporu in vztrajnost so dvignili nivo oblikovalske kulture, a so kljub ozki povezanosti s proizvodnjo našli odmev predvsem v močni publiciteti kulturnih manifestacij (založniški programi, izdajateljska dejavnost), medtem ko so gospodarske organizacije vse do današnjih dni ostajale v ozadju.

Z novimi tipografskimi znaki, ki so v letih 1965—66 nadomestili še predvojno tipografijo v naših tiskarnah, so se našim grafičnim oblikovalcem odprle možnosti, na katere so dolgo čakali. Oblikovalci-arhitekti so preizkušali nove možnosti, ki so se jim ponudile, a so v eksperimentiranju s tipografijo večkrat šli predaleč. Tipografija ima v grafičnem oblikovanju res velik pomen, saj je od tipov črk odvisna tudi vidljivost, čitljivost teksta, od razmaka med posameznimi črkami pa tudi njegova zanimivost ali dolgočasnost itd. Pretirano ukvarjanje s tipografijo pa ima lahko škodljive posledice, ker se hitro zadovolji le z estetiziranjem. Knjižno oblikovanje se je pravzaprav le nadaljevalo in razvijalo kvaliteto zaradi tradicije in neprekinjenega razvoja. Prej simbolno oblikovanje vsebine knjig na platnicah so zamenjale svobodnejše rešitve v kompozicijskem in barvnem smislu. Največ knjižnih oprem določene kvalitetne stopnje sta ustvarila Brumen in Košak, kasneje pa so se jima pridružili še M. Vipotnik, P. Skalar in drugi bolj ali manj uspešni naključni oblikovalci knjižne opreme; zaradi majhne naklade in še manjšega knjižnega trga ter hitre zasičenosti je bilo ukvarjanje s knjižno opremo le priložnostno.

Področje plakatov, ki je prav tako vezano na razvoj grafične tehnike, se je v zadnjih letih povzpelo na razveseljivo kvaliteto stopnjo, ki je področje industrijskega oblikovanja ni doseglo. Vse redkejši postaja edinole filmski plakat, ki je še v šestdesetih letih predstavljal pogosto oblikovalsko nalogo (Košakova kolekcija plakatov za Viba film leta 1966 in kasneje).

Razmerje podeljenih nagrad v korist vizualnih komunikacij na BIO 4 kaže na hiter vzpon grafičnega oblikovanja. Za kolekcijo plakatov, zasnovanih na fotografskem oblikovanju, je dobil nagrado M. Vipotnik, ki se je prav tako uveljavil na že omenjenem področju knjižne opreme ter scenografije in gledaliških plakatov. Z mislijo, da se v gledališču kot pri oblikovanju gibljemo med tradicijo, presnovami in avantgardo, je Vipotnik uspel dokazati, da z uporabo novih materialov ali samo z njihovo preobrazbo nastajajo nova gledanja, čutenja in pojmovanja teh materialov ter iz njih nove oblike in z njimi nove vloge.¹⁸

Likovno zahtevnejše plakate ustvarja Tomaž Kržišnik. Njegova serija gledaliških plakatov za ljubljansko Mestno gledališče je na to področje vnesla nove kriterije. Med raznimi uspešnimi oblikovalskimi rešitvami, od zaščitnega znaka in prospekta za tovarno obutve Alpina do scenografije, so najvažnejši knjižni projekti. Zlata ptica, Minattijev Obraz in

¹⁸ M. Vipotnik, *Gledališka scenografija*, Sinteza 23, 1972, pp. 45—46.

Srčevce Svetlane Makarovič predstavljajo, vsaka posebej, tri samosvoje in likovno prečiščene rešitve.

Če že govorimo o določeni stopnji kvalitete oblikovanja lepakov, pa ostaja mnogo področij vizualnih komunikacij nerešenih. Časopisi, revije in podobna literatura so še vedno ohranili isto, nedomiselnost razporeditev v oblikovanju posameznih strani, naslova itd. z izjemo zglede oblikovane revije Sinteza od prve številke naprej. Prvi poskusi rahljanja starih shem so delo G. Košaka, ki je sodeloval pri oblikovanju revij Avto, Tovariš. Moj mali svet, Naš vrt in Prostor in čas. Med časopisi pa so prizadevanja po kakršnikoli izboljšavi zelo redka.

Podobno pionirsko delo na področju vizualnih komunikacij je opravil tudi J. Brumen. Poleg množice knjižnih ovitkov je oblikoval vrsto katalogov in plakatov ob razstavah Narodne in Moderne galerije.

Vse pogostejša naročila tovarn za nov zaščitni znak so po prizadevanju oblikovalcev večkrat prerasla prvotni namen in v nekaterih redkih primerih pripeljala do celostnih grafičnih podob podjetja. Največ rešitev na tem področju je prispeval G. Košak: za tovarno Zmaj, Mercator, Emono in Litostroj. S celostno podobo Iskre se je predstavil Iskra design, pot k celostni grafični opremi Ljubljanske banke pa je našla skupina oblikovalcev: J. in P. Skalar, J. Suhadolc in M. Vipotnik. »Z integracijskimi procesi, z naraščajočim obsegom podjetja ter uvajanjem totalnega koncepta pri vodenju podjetja se poveča tudi vloga vizualnih komunikacij. Učinkovitost dajanja informacij v veliki meri zvečuje pridobljeni splošni ugled podjetja v proizvodnem in poslovnem pogledu, če je ugled čutiti v vsaki informaciji, to pa je najlažje doseči z njihovo enotno grafično opremo.«¹⁹ Po neuspelem natečaju za nov znak in zamisel celostne grafične podobe se je vodstvo banke odločilo za sodelovanje z zunanjo skupino. Proces oblikovanja se je odvijal z natančnim programom, razdeljenim v tri faze: pripravljajmo, izdelavo idejnega projekta in fazo izdelave končnih projektov in kontrolnih dokumentov, ki sestavljajo priročnik celostne podobe Ljubljanske banke.

Uspešno rešena naloga predstavlja najboljše akcijo na področju vizualnih komunikacij pri nas.

Celostna grafična podoba kakega podjetja postane del vizualnega inventarja, ki nas obdaja. Zaščitni znaki na dostavnih vozilih, napisi in izveski trgovin ter reklamni plakati tvorijo del umetne pokrajine v mestnem okolju. Neurejenost množice reklam in svetlobnih napisov pa lahko privede do nasprotnega učinka, kot ga s persuasivnimi komunikacijami skušajo doseči. Oblikovanje mestne pokrajine z novimi sredstvi industrije in tehnologije ostaja še popolnoma neraziskano, a nudi ogromno možnosti v smislu še novih in neraziskanih dimenzij, ki nastanejo ravno s pomočjo svetlobnih efektov. »Multiplikativnost grafičnega oblikovanja in njegova pričakovana široka distributivnost sta pomembni za oblikovanje vsakdanje vidne kulture. Grafično oblikovanje, katerega kontinuiteto smo poudarili, je zlasti v teku kakih dvajsetih let skušalo prinesiti več reda in jasnosti na področje vidne informatike. Število avtorjev, ki danes delujejo v tej smeri, množina in kvaliteta njihovih realizacij, ten-

¹⁹ P. Skalar, *Pot k celostni grafični podobi lj. banke*, Sinteza 23, 1972, pp. 22–24.

denca, da se področje njihovega delovanja še razširi, vse to nam narekuje upravičen sklep, da se je okus vsakdanje vidne kulture močno spremenil, k tej spremembi pa so dosti pripomogli ravno ti avtorji. Vendar se nikar ne vdajamo slepilom. Poseganje umetnika v mesto, v okolje v celoti, je še vedno neznatno v primeri z možnostmi in potrebami, ki jih to okolje daje in izreka. Da bi se to uresničilo, je potreben skupaj z realizacijami tudi idejni boj, s katerim je treba ves čas opozarjati, da med temeljnimi postavkami socialistične družbe in njenim vsakdanjim delovanjem zija globok prepad, ki je nesorazmeren s časom in nerazumljiv glede na možnosti, ki jih ta družba skriva v sebi.«²⁰

Grafično oblikovanje si je tako kot industrijsko oblikovanje priborilo svoj obstoj. Govorimo in pišemo o pomenu vedno širšega obsega vizualnih komunikacij, ki spreminjajo in ustvarjajo nov odnos človeka do njegove okolice. Zato pa ostajajo večkrat nerazumljive odločitve Društva likovnikov-oblikovalcev, ki izbira delo meseca na področju vizualnih komunikacij. Ni namreč dovolj, da se le zavedamo vedno večje pomembnosti in da podpiramo razvoj vizualnih komunikacij, potreben bi bil bolj kritičen odnos do tistega oblikovanja, ki je le slepo posnemanje v svetu že uveljavljenih meril.

ZUSAMMENFASSUNG

Schon bei den älteren Fabriken, die im 19. Jahrhundert in Slowenien entstanden sind, könnte man von einigen Versuchen der Formgebung von industriellen Gebrauchsgegenständen sprechen, einer vorläufigen Art des Industrial Design. Das waren vor allem alte gewerbliche Werkstätten, die zu einer industriellen Produktionsweise übergegangen waren. Neben der Ljubljanaer Fayencen-Fabrik und der Gießerei, die traditionsgemäß der Familie Samassa gehörte, waren die Erzeugnisse der Eisenhütte in Dvor bekannt. Zu den Kesseln und verschiedenartigsten Maschinenteilen kamen noch Kochherde, Öfen, Leuchten, Hydranten und Eisenbrücken.

Möbel wurden ab 1907 nach dem Thonet-Verfahren in Serie hergestellt, und zwar in einer Fabrik in Duplica bei Kamnik. Die übrigen Möbel wurden vornehmlich in Tischlerei-Werkstätten mehr oder weniger gewerblich, manchmal auch nach Entwürfen von Architekten hergestellt. Die ersten »Gestalter« entstammten der Gewerbe-Tradition, und dieselben Personen haben, obwohl von einem anderen Ausgangspunkt kommend, die begonnene Arbeit und das Bemühen um die Entwicklung der zeitgenössischen Formgebung nach dem zweiten Weltkrieg fortgesetzt.

In der ersten Nachkriegszeit war die Entwicklung der neuen Industrie ausschließlich der Produktionserweiterung vorbehalten, das Gebiet der Formgebung wurde vernachlässigt. Zwischen Industrie und Gestaltern gab es lange Zeit Mißverständnisse, so daß die Bemühungen einzelner nur selten bis in die Betriebe gelangten.

Zu einer Veränderung kam es höchstens durch die Ambitionen eines Autors, durch einen Geschäftserfolg des Herstellers, vor allem bei jenen Industriezweigen, bei denen im Rahmen einer unveränderten Technologie mehrere Variationen möglich sind. Mit dem Industrial Design befaßten sich vor allem jüngere Architekten, was sich schon aus der engen Verbindung dieses Bereichs mit ihrem Beruf ergab, und weil sie die einzigen waren, die aufgrund ihrer mindestens teilweise befriedigenden technischen Ausbildung die Formgebung in Angriff nehmen konnten. Sie versuchten neue Formen einzuführen, die aus einer Analyse des Zwecks hervorgehen sollten und befaßten sich mit einzelnen

²⁰ Želimir Koščević, *Grafično oblikovanje vidnih sporočil*, Sinteza 20, 1971, p. 39.

Gegenständen für den Massenkonsum (Neue Holzverbindungen bei den Möbeln »Artikulum« von E. Ravnikar und J. Jenšterle), zugleich erprobten sie bestimmte Verfahren nach fremden Vorbildern (Šlajmers Versuche, Stühle aus gelemtem Holz herzustellen). Die ersten Wettbewerbe waren erfolglos, weil bereits die Maßstäbe der Jury ungeeignet waren. Auf der ersten und zweiten Möbelausstellung, organisiert durch LES-Ljubljana, wurden schwere und unhandliche Einrichtungsgegenstände ausgestellt. Niemand befaßte sich mit der Anwendung von neuen Materialien und einer neuen Produktionstechnik, die zu neuen, brauchbaren Möbeln von Qualität, einfacher Konstruktion und serienmäßiger Herstellung führen würden. Eine Ausnahme bildeten die ausgestellten Möbel der Firma STOL, die von *Niko Kralj* entworfen wurden. Der gut angesetzte Weg der Entwicklungsabteilung und des 1952 gegründeten Büros für Formgebung verhalf der Fabrik zu einer schnellen qualitativen Entwicklung der Fabrik. Die neuen Serienmöbel Kraljs waren durch die Verwendung perforierter Sperrholzplatten originell, leicht, zusammenstellbar, einfach, bequem und billig und erfüllten somit alle Bedingungen einer guten Formgebung. Der Stuhl REX aus dieser Serie stellte eine Ausnahme-Leistung dieser Zeit an Harmonie dar; die Form war den Möglichkeiten der damaligen Produktionsstufe in höchstem Maße angepaßt.

Der steigenden Bedeutung des Industrial Design waren sich viele Verbände und Institutionen bewußt. Das Problem der Ausbildung von Gestaltern konnten sie jedoch nicht angemessen lösen. Die 1960 gegründete besondere Richtung B an der Ljubljanaer Fakultät für Architektur wurde zwei Jahre später aufgelöst, und auch der Versuch, ein Zentrum für Industrial Design in Ljubljana zu gründen, ist gescheitert.

Die Biennale des Industrial Design wurde 1963 ins Leben gerufen. Die periodische komparative Ausstellung sollte den Gestaltern und der Industrie alle zwei Jahre die Möglichkeit bieten, ihre Errungenschaften mit denen fremder Aussteller zu vergleichen. Um den Vergleich zu erleichtern, wurde das Material nach Sachgebieten geordnet, und diese Einteilung blieb auch später für die Ljubljanaer BIO-Ausstellung charakteristisch. Nach fünf Biennalen, die trotz vieler Verwicklungen in den letzten zehn Jahren veranstaltet wurden, können wir die Entwicklung des Design bei uns verfolgen. Es wiederholen sich im wesentlichen die Namen derjenigen Firmen, die schon von Beginn an zur Vervollkommnung, Verbesserung und Systematik ihrer Erzeugnisse streben. Die Bedeutung einer mehrjährigen Team-Arbeit haben die Gestalter von Iskra bewiesen, die gemeinsam unter dem Namen Iskra-Design auftreten. Von den anfänglichen systematischen Vereinheitlichungen und Standardisierungen der Gehäuse, Formate und Farben der verschiedenen Erzeugnisse von Fabriken, die sich mit Iskra zusammengetan haben, über die ersten Erfolge, nachdem das Design zu einem Element der kommerziellen Betriebspolitik geworden war, ist es den Gestaltern gelungen, qualitative Grundlagen für die Entwicklung eines Hausstils des Unternehmens zu schaffen. Zu den Produkten vom Gebiet der Elektromechanik, der Telekommunikationen, der Elektronik und Automatik kamen auch Verpackungsmaterial für Verkauf und Transport, Drucksachen, Kalender, Film, Laser-Grafik und Gestaltung von Ausstellungen, Beschäftigung mit ergonomischen Untersuchungen und die Einführung von Computertechnik. Auch die Gestalter von Litostroj haben bewiesen, daß der Fortschritt eine Folge der ständigen organisierten Arbeit auf dem Gebiet der Formgebung ist. Sie haben ein modulares System ausgearbeitet, das nicht nur ökonomisch erfolgreich ist, sondern auch eine allmähliche Eingliederung der bestehenden Erzeugnisse in das gesamte Gestaltungsbild des Herstellers ermöglicht.

In der Fabrik STOL haben sich auch die neuen Gestalter in die Arbeit des Büros für Design erfolgreich eingegliedert und die Tradition der Qualität fortgesetzt. Auf dem Gebiet der Sportausrüstung hat die Firma ELAN die meisten Anerkennungen erhalten für Skiausrüstungen, bei der Gestaltung von Mopeds und Fahrrädern hat sich TOMOS in Koper durchgesetzt.

Neben den Abteilungen für Design in den Unternehmen selbst haben auch einzelne Gestalter sich mit Erfolg behauptet. Sie arbeiten entweder selbständig oder lösen gewisse Aufgaben in Verbindung mit Firmen oder bieten ihre gestalterischen Entwürfe den Herstellern in den Fabriken an.

Auf dem Gebiet der Elektroindustrie haben sich bereits nach den ersten BIO-Ausstellungen die Erzeugnisse *Marko Turks* behauptet. Bei seiner Gestaltungsarbeit ist er von der stufenweisen Entwicklung einzelner Instrumente ausgegangen, bei denen sich die Übereinstimmung des Materials und die technische Perfektion der Bestandteile der Instrumente mit ihrer Form parallel entwickelt haben. Auf dem Gebiet der Möbelindustrie trat *Oskar Kogoj* mit dem Problem der Liegestühle hervor. In Zusammenarbeit mit einer größeren Zahl von Fachleuten ist es ihm gelungen, auch andere Möglichkeiten bei der Gestaltung von Möbeln mit neuartigem Material aufzuzeigen. Unter seine zahlreichen gelungenen Lösungen gehört auch die Gestaltung von Eßbestecken und ein Sortiment von Schraubenziehern.

Ebenso wurden die Kioske von *Saša Mächtig* mehrfach ausgezeichnet. Das System basiert auf fünf Grundelementen, die beliebig zusammengesetzt werden können; auch gehört noch eine Serie von Zwischenteilen, Überdächern, Innenaustattung und Elementen von zusammensetzbaren Möbeln aus Stahlblech dazu. Kioske gehören bei uns zu den seltenen Beispielen für durchdachte Straßenausstattung. Auch die Gestaltung der Umwelt wird immer mehr zum Gegenstand gestalterischer Ideen, denn die Harmonie der Umwelt kann nicht allein durch eine Summierung gut gestalteter Gegenstände erreicht werden, sondern muß nach Gesamtlösungen streben.

Nach zwanzig Jahren des Industrial Design in Slowenien könnten wir ebenfalls von einer Reihe langer Gespräche, Überredungen und Neueinführungen und einer Reihe von Errungenschaften auf diesem Gebiet sprechen. Die Gestalter kommen noch immer aus den Reihen der Architekten und Architekturstudenten, weil die Frage der Ausbildung von Gestaltern auf höheren Stufe noch immer ungelöst ist. So bleiben die gestalterischen Ambitionen oft auf der Ebene der Nachahmung von erprobten und anerkannten Errungenschaften.

Die Bindung an die gewerbliche Tradition und das Hervorgehen aus dem »Heimat-Stil« waren in der Vorkriegszeit auch auf dem Gebiet der grafischen Gestaltung eindeutig. Die Buchausstattung hat als erste eine bestimmte Qualität erreicht und erstreckte sich nicht nur auf die Gestaltung der einzelnen Seiten mit Initialen und Vignetten. Folkloristische Elemente, Motive, die die Flächen bedeckten, wurden durch die aus der Sezession stammende ornamentale Stilisierung ergänzt. Die Ausstellungs-Kataloge und Zeitungen hatten meistens nur die Druckgestaltung und wurden nur durch die üblichen typografischen Zeichen ergänzt. Maler machten sich die Plakate für ihre Ausstellungen selbst. Das waren Bilder mit hinzugefügten Aufschriften. Die ersten Schüler *Plečniks* beschäftigten sich mit den unterschiedlichsten Arten der Formgebung und betätigten sich auch dem Gebiet der grafischen Gestaltung (*Omahn* und *Serajnik*).

In den ersten Nachkriegsjahren wurde das grafische Design zugunsten der Bemühungen um einen möglichst raschen Aufbau zurückgedrängt. Zu Propagandazwecken des sozialistischen Aufbaus wurden Plakate gedruckt mit Arbeiter-Hünen und einem Wald von Schloten und Fahnen. Zur inhaltlichen Lehre kamen noch schlechte Zeichentechnik, Mangel an Farben und übriges Material und auch schlechte Druckmöglichkeiten. Im Jahre 1951 hat die Firma *Slovenija sadje* einen Wettbewerb für ein Plakat ausgeschrieben und 1954 begann *Gospodarsko razstavišče*, Wettbewerbe für seine Ausstellungsplakate auszuschreiben. Ungenutzte Möglichkeiten und schablonenhafte Lösungen von schlecht komponierten Plakaten waren für diese Zeit bezeichnend.

Auch auf dem Gebiet der Buchausstattung fehlte es an einem einheitlichen gestalterischen Konzept; die meisten erfolgreichen Versuche gab es auf dem Gebiet des belletristischen Buches. In Ljubljana gründete der Architekten-Verband eine besondere Kommission, die jedes Jahr die besten Ergebnisse auf dem Gebiet der typografischen Erzeugnisse durchsehen und auszeichnen sollte; der Zustand, der dabei offenbar wurde, war alles anderes als erfreulich, es wurde jedoch ein Einfluß auf die weitere Entwicklung ausgeübt und das Interesse für grafische Formgebung erhöht.

Zu der Zeit kamen die ersten Beispiele guter grafischer Gestaltung aus Zagreb, wo die Gruppe EXAT 51 gegründet wurde. Sie setzte sich eine Synthese aller bildnerischen Künste zum Ziel gesetzt und forderte eine Aufhebung der Grenzen zwischen der »reinen« und »angewandten« Kunst.

Der Trend zu einer einheitlichen Haltung auf dem Gebiet des grafischen Design behauptete sich immer mehr, die Verschiedenartigkeit des visuellen Inventars forderte schon der größeren Wirkung wegen einen bestimmten Grad von Klarheit und vertrug es nicht, daß einzelne Gebiete in abgeschlossene Einheiten streng voneinander getrennt würden. Die erste Aktion dieser Art wurde 1960 durch die Firma ADRIA AVIOPROMET ausgeschrieben. Sie schloß alles ein — vom Firmenzeichen über Werbung, Korrespondenzpapier, Fahrkarten, Rechnungen, bis zum Serviergeschirr und -besteck in den Flugzeugen.

Zum erstenmal erschien auch das »Design manual« G. Košak, der die erste gestalterische Aufgabe dieser Art löste, trug auch später die meisten Lösungen zu den grafischen Gesamtbildern für die Firmen ZMAJ, MERCATOR, EMONA und LITOSTROJ bei.

Auch mit der grafischen Gestaltung befaßten sich größtenteils Architekten. Im Experimentieren mit der Typografie ging man oft zu weit und begnügte sich mit dem Ästhetisieren sowohl auf dem Gebiet der Buchausstattung als auch bei den Plakaten. Ein unaufhörliches Suchen und eine Tradition der ununterbrochenen Entwicklung verhalfen zu einem schnellen Aufstieg der grafischen Gestaltung. Trotzdem blieben viele Gebiete der visuellen Kommunikation außer acht — dabei handelt es sich vor allem um Zeitungen, Zeitschriften u. ä. Literatur, die noch immer einfalllos gestaltet werden. Die ersten Versuche einer Auflockerung alter Schemen sind das Werk G. Košaks, der sich ähnlich wie J. Brumen Pionierverdienste um die Anfänge des grafischen Design in Slowenien erworben hat.

Die früher symbolhafte Gestaltung des Inhalts auf den Buchdeckeln wurde durch freiere Lösungen im Hinblick auf Komposition und Farbe abgelöst. Zu den ersten Erfolgen bei der Gestaltung von Buchausstattungen G. Košaks und J. Brumens kamen noch die von M. Vipotnik, P. Skalar und anderen mehr oder weniger erfolgreichen gelegentlichen Gestaltern.

Ähnlich steht es mit der Gestaltung von Plakaten, wo sich allmählich moderne Ansichten durchsetzen. Auf der BIO 4 wurde M. Vipotnik für eine Kollektion von Plakaten ausgezeichnet; er befaßte sich auch mit der Szenografie und mit Theaterplakaten. Bildnerisch anspruchsvollere Plakate gestaltet Tomaž Kržišnik, der mit einer Serie von Theaterplakaten für das *Mestno gledališče* neue Kriterien eingeführt hat. Am wichtigsten jedoch sind seine Buchentwürfe, die neue Möglichkeiten des grafischen Design eröffnen.

Zu den umfangreichsten Aktionen auf dem Gebiet der visuellen Kommunikation in der letzten Zeit gehört die grafische Gesamtausstattung der *Ljubljanska Banka*, das Werk einer Gruppe von Gestaltern.

Die grafische Gestaltung hat sich — ähnlich wie das Industrial Design — zu ihrer Existenzberechtigung durchgerungen. Es ist jedoch ein unaufhörliches kritisches Verfolgen der neuen Errungenschaften erforderlich, es genügt ja nicht, daß man sich der Bedeutung der Entwicklung eines immer weiteren Gebiets der visuellen Kommunikation allein bewußt ist.



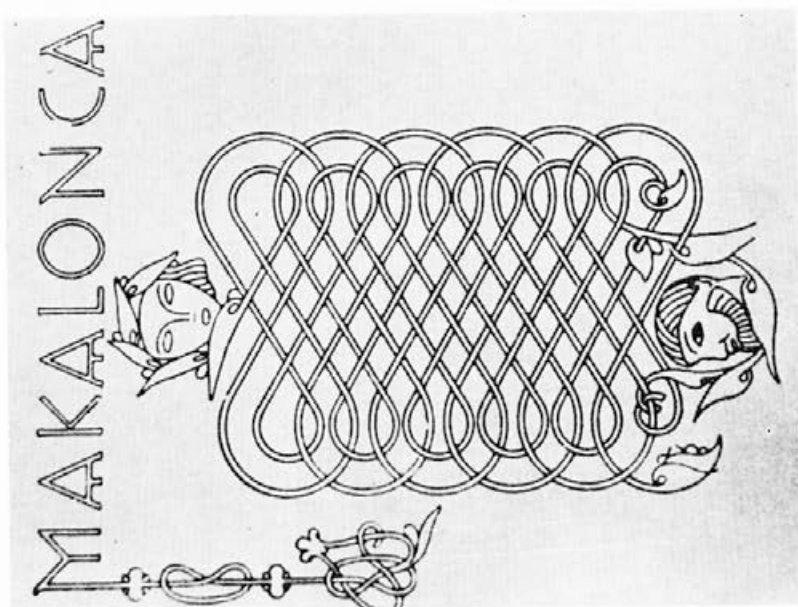
Ovojni naslov v letih 1910 in 1911



Ovojni naslov v letu 1912



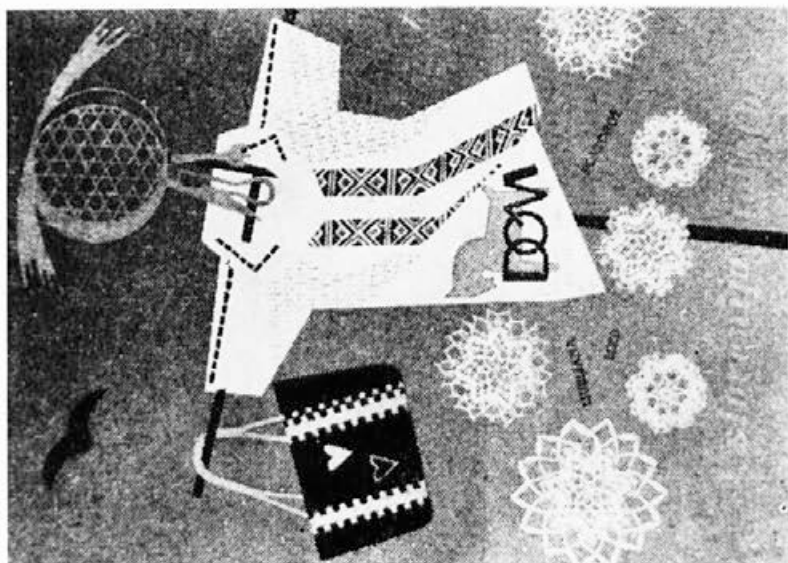
Sl. 81. Ovojni naslovi Ljubljanskega zvana



Sl. 83. J. Plečnik, knjižna oprema



Sl. 82. I. Varpotič, knjižni ovitek



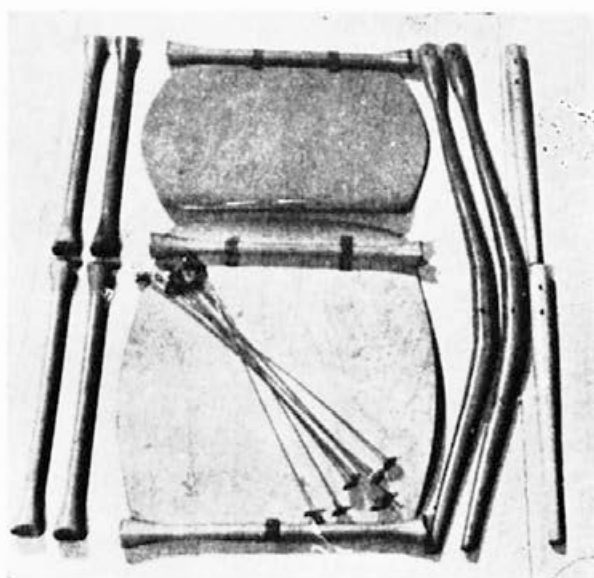
Sl. 85. Kolektiv B, plakat



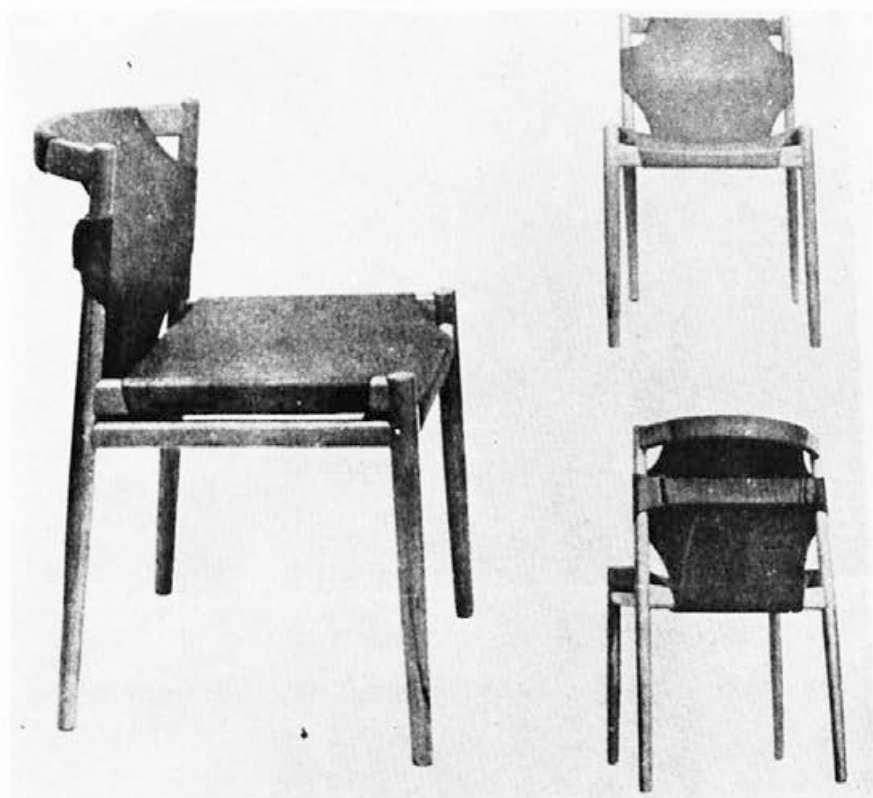
Sl. 84. U. Vagača, plakat



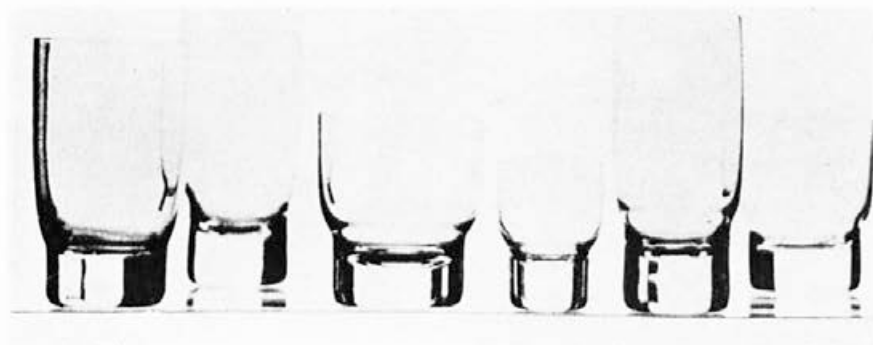
Sl. 90. N. Kralj, stol Rex



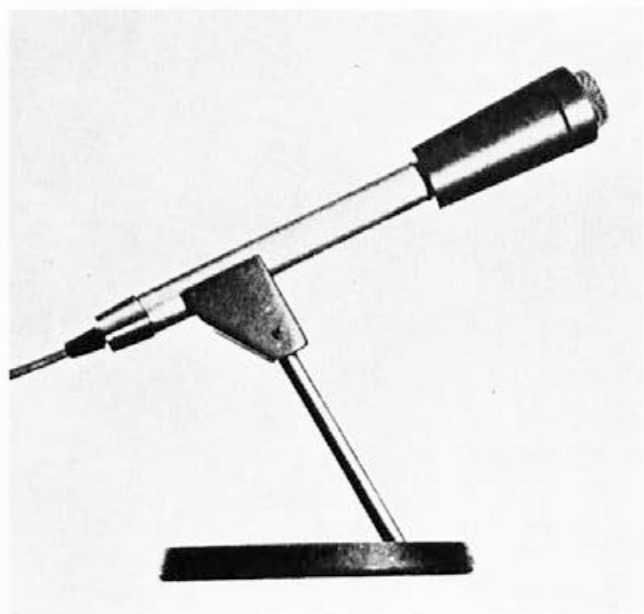
Sl. 91. E. Ravnikar in J. Jenšterle, lesna zveza
»Artikulum«



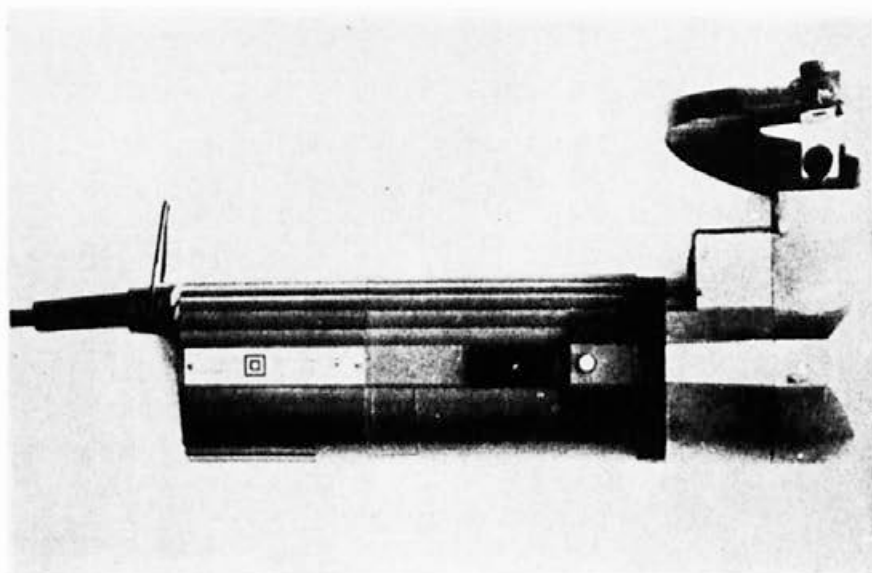
Sl. 92. *J. Lajovic*, usnjeni stol



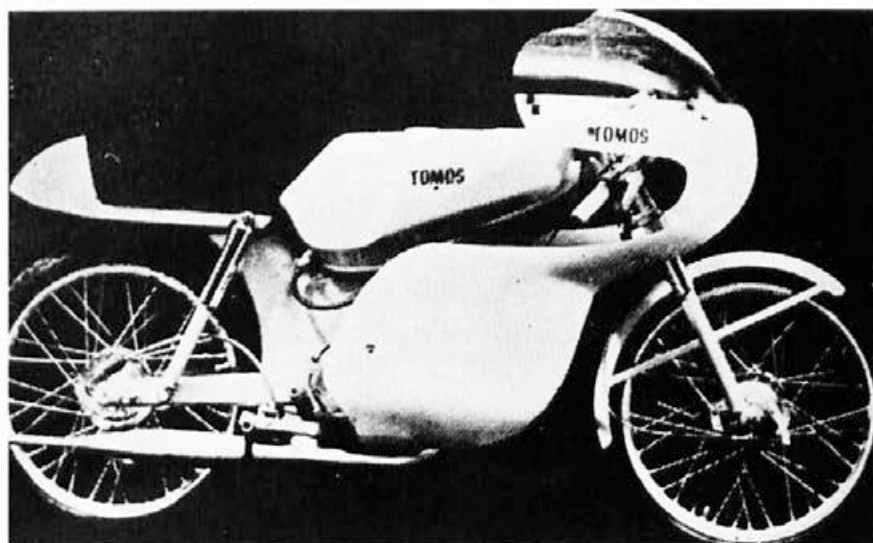
Sl. 93. *E. Papež*, kozarci



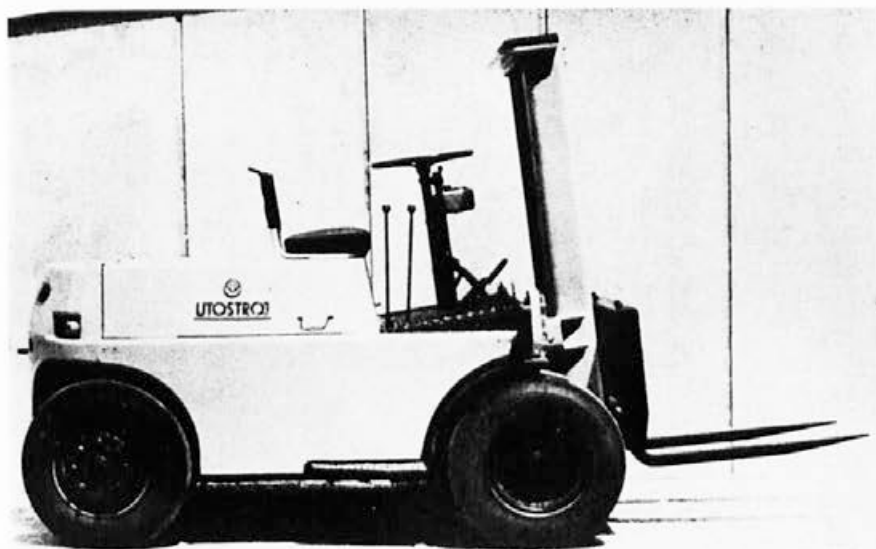
Sl. 94. *M. Turk*, kardioidni dinamični mikrofons KD 12



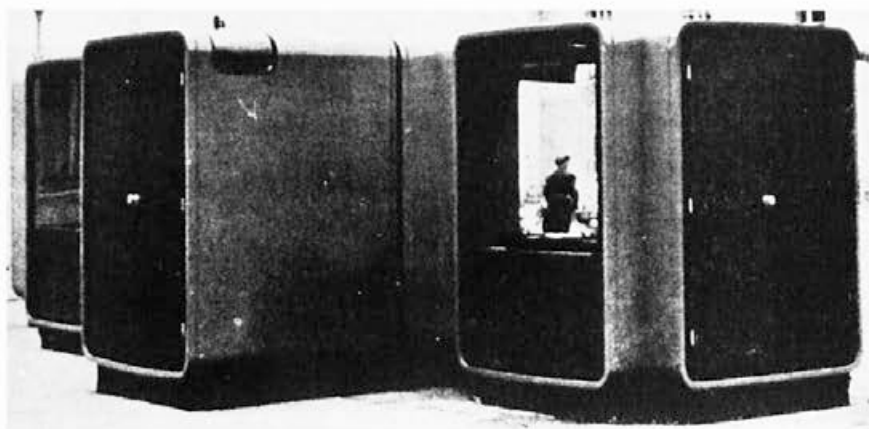
Sl. 95. *Iskra design*, električne ročne škarje za pločevino



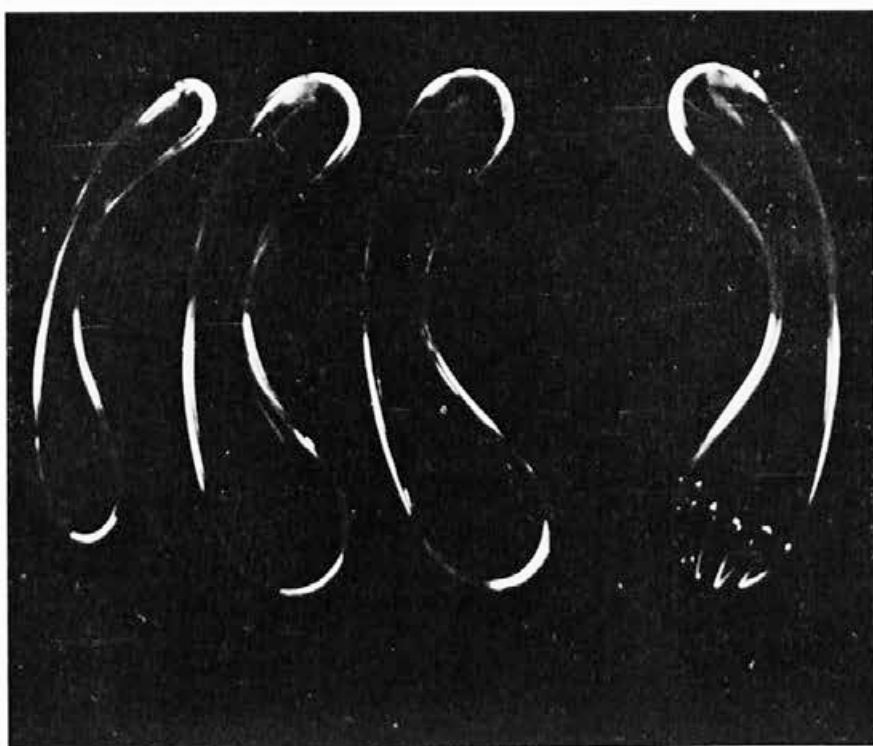
Sl. 96. J. Imperl in Č. Vučić, športni moped



Sl. 97. M. Goljar, viličar



Sl. 98. S. Mächtig, kiosk sistem K 67



Sl. 99. O. Kogoj, jedilni pribor