

Силабус навчальної дисципліни
Авторський рекламний плакат

1. Мета курсу – розкрити ваш творчий потенціал у створенні авторського рекламного плакату на основі нових набутих знань з історії плакатного мистецтва та використовуючи досвід майстрів XIX – XX ст.

2. Місце навчальної дисципліни в програмі підготовки фахівців спеціальності 023 Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація
Розширити практичний досвід художника – плакатиста, поглибити теоретичні знання як бази для свідомого використання принципів і прийомів мистецтва комерційного плакату.

3. Завдання дисципліни

Ми з вами дослідимо

- історію плакатного мистецтва, види плакатів за функціональним призначенням, техніки друку, що використовувались у створенні плакатних творів;
- особливості комерційних плакатів, художні прийоми, розроблені для рекламування об'єктів та послуг, маркетингові підходи, що використовуються в рекламному плакаті, значення салогана та влучного образу в рекламі;
- художньо-стильові особливості рекламних плакатів XIX – XX ст., графічне та композиційне вирішення плакатних творів, шрифти, декоративні та орнаментальні елементи, притаманні певним стилям;
- синтез образу та шрифтових блоків, вибір рекламного персонажу в комерційних плакатах у різні періоди.

4. Основні знання і уміння, яких набуває студент:

Ми розширимо ваш практичний досвід художника у процесі вирішення наступних завдань:

- створить авторський рекламний плакат обраного ретро стилю, звернувшись до досвіду або майстрів стилю модерн, або до творчості Леонетто Каппієлло, або дореволюційного плакату, або плакатистів стилів арт-деко, конструктивізму і поп-арт (ви маєте обрати для рекламування звичайні предмети побуту, продукти вжитку, послуги із сучасного життя і створити плакат використовуючи художні прийоми, композиційні вирішення, персонажів, шрифти, декоративні елементи та орнаменти, притаманні одному із запропонованих для вибору ретро стилів);
- створить авторський рекламний плакат заданого ретро стилю.

5. Короткий зміст дисципліни

1. Види плакатів за функціональним призначенням. Поняття «реklamний» або «комерційний плакат». Особливості створення плакату спрямованого на рекламування об'єктів і послуг. Значення в комерційному плакаті яскравого та неординарного образу, влучного слогана і узгодженого із зображенням шрифтового блоку.

2. Історія рекламного плакату. Видатні майстри. Види та техніки друку, що використовувались у плакатному мистецтві. Формати плакатних видань.

Стильові риси рекламних плакатів XIX – XX ст.: особливості використання шрифтів (типографські, рукописні, накреслення, гарнітура) та художні прийоми зображення, зумовлені застосуванням різних технік друку. Популярні персонажі, мотиви та маркетингові прийоми в комерційному плакаті в певні періоди його розвитку. Розрізнення рекламних плакатів за стилем.

Стиль модерн в комерційному плакаті. Французькі майстри рекламного плакату – Анрі Тулуз Лотрек, П'єр Боннард, Жюль Шере. Виробництво плакатів у спеціалізованих майстернях, збільшення накладу та формату рекламних аркушів. Творчість Альфонса Мухи та інших плакатистів, що працювали в стилі модерн на початку XX ст. Колірна гама та основні художні прийоми зображень, зумовлені використанням техніки літографії в плакатних творах. Приваблива молода жінка як головний рекламний персонаж, використання її чуттєвості та еротизму для просування товару. Мальовані декоративні шрифти із вишуканим пластичним накресленням. Перші випадки створення логотипу (Альфонс Муха для реклами Job). Значення силуету, стилізованих декоративних та орнаментальних елементів у комерційному плакаті стилю модерн.

Майстер рекламного плакату – Леонетто Каппієлло. Динамізм композиції, яскраві кольори, контрастне освітлення зображуваної сцени, відсутність глибини тла, продумана образна характеристика дійових осіб. Введення нових персонажів у комерційний плакат – товстунів, веселих

старих, маскарадних героїв, циркачів та навіть одіозних чортів. Стратегія звернення через зображення рекламного плакату до певної аудиторії споживачів. Використання гротескних шрифтів, чітких за накресленням, що здебільшого мають однакову ширину штрихів.

Дореволюційний плакат початку ХХ ст. Увага до натуралістичного відтворення рекламованого продукту із зображенням найдрібніших деталей – особливостей механізму, етикеток, пакування тощо, для ідентифікації виробника часте зображення характерного краєвиду міста, в якому воно знаходиться. Популярність надання у комерційному плакаті детальної інформації про продукт з використанням різних за розміром шрифтових блоків та великої кількості типографських гарнітур.

Комерційний плакат стилю арт-деко 20-30-тих років ХХ ст. Зосередженість на рекламуванні продуктів та послуг з розкішного способу життя – предметів розкоші, подорожей, розваг, спортивних змагань тощо. Контрастне освітлення зображуваних предметів, часто із підсвічуванням знизу, підкреслення об'єму та текстури. Вплив на зображення комерційних плакатів таких течій мистецтва як пуризм і конструктивізм. Цікаве вирішення шрифтових композицій із грою освітлення, популярність пропорційних шрифтів.

Конструктивізм у рекламному плакаті 1919 – початку 30-х рр. ХХ ст. Шрифтові плакати німецької школи Баухаус. Синтез слова і зображення, візуального і вербального в конструктивістських плакатах 20-х рр. Олександра Родченка, Лазаря (Ель) Лисицького. Значення слогана в агресивній рекламній стратегії. Фотомонтаж, комбінація фотографії і літографії, імітація фотографічного зображення в плакаті.

Стиль поп-арт в комерційному плакаті 50-60 рр. ХХ ст. Вплив дадаїзму, коміксу, масової культури і абстрактного експресіонізму на поп-арт. Використання техніки друку – шовкографії – в творах Енді Воргола, Творчість Роя Ліхтенштейна, векторна графіка в плакаті.

3. Сучасний комерційний плакат. Техніки виконання, пошук креативних вирішень та використання маркетингових технологій. Явище звернення до ретро стилів у сучасному рекламному плакаті,

6. Назва кафедри і викладацький склад

Кафедра образотворчого мистецтва педагогічного факультету, канд. мист., доцент Кравченко Н.І.

7. Обсяг навчального навантаження

На вивчення дисципліни відводиться 180 годин (6 кредитів), самостійна робота – 152 год., лабораторна робота – 28 год.

Дисципліна вивчається у 3 семестрі.

8. Основні інформаційні джерела до вивчення дисципліни

Даниленко В.Я. Дизайн: підручник. Харків: ХДАДМ, 2003.

Деян Суджич. Б - БАУГАУЗ. Абетка сучасного світу. Київ: ArtHuss, 2022.

Коновалова О. В. Історія та теорія дизайну. Навчальний посібник. Київ: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2013.

Куленко М.Я. Основи графічного дизайну: Підручник. Київ: Кондор, 2007.

Мак Люэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры. Киев: Ника-Центр, 2004.

Савін В.М. Типографіка: Навчальний посібник. Київ: Вересень. 2003.

Шевченко В.Я. Композиція плаката: навчальний посібник. Харків: Колорит, 2004.

9. Система оцінювання

Поточний контроль: тестове оцінювання з акцентом на візуальний досвід, оцінювання творчого проєкту (творче практичне завдання за вибором студента)