

РЕКЛАМА ФРАНЦИИ КОНЦА 19 В. ПЛАКАТ.

Тарасова Зинаида,
1 курс,
Гр. 1 ПО К-1

СОДЕРЖАНИЕ

1. Введение.
2. Ж. Шере.
3. Тулуз-Лотрек.
4. А. Муха.
5. Заключение.

ВВЕДЕНИЕ

Реклама так же стара, как и человеческое общество, у которого помимо жизненных потребностей была нужда и в общении, контакте. С развитием культуры развивались и средства, способы коммуникации - словесные, изобразительные или предметные.

На каждом этапе развития человечества происходит свой этап развития рекламы. В странах Европы оно происходило синхронно . Примерно в одно время зарождался ярмарочный фольклор, появлялись эмблемы и вывески, выходили в свет первые газеты и появлялись информационные бюро.

Мы рассмотрим становление плакатного жанра рекламы во Франции конца 19 века.

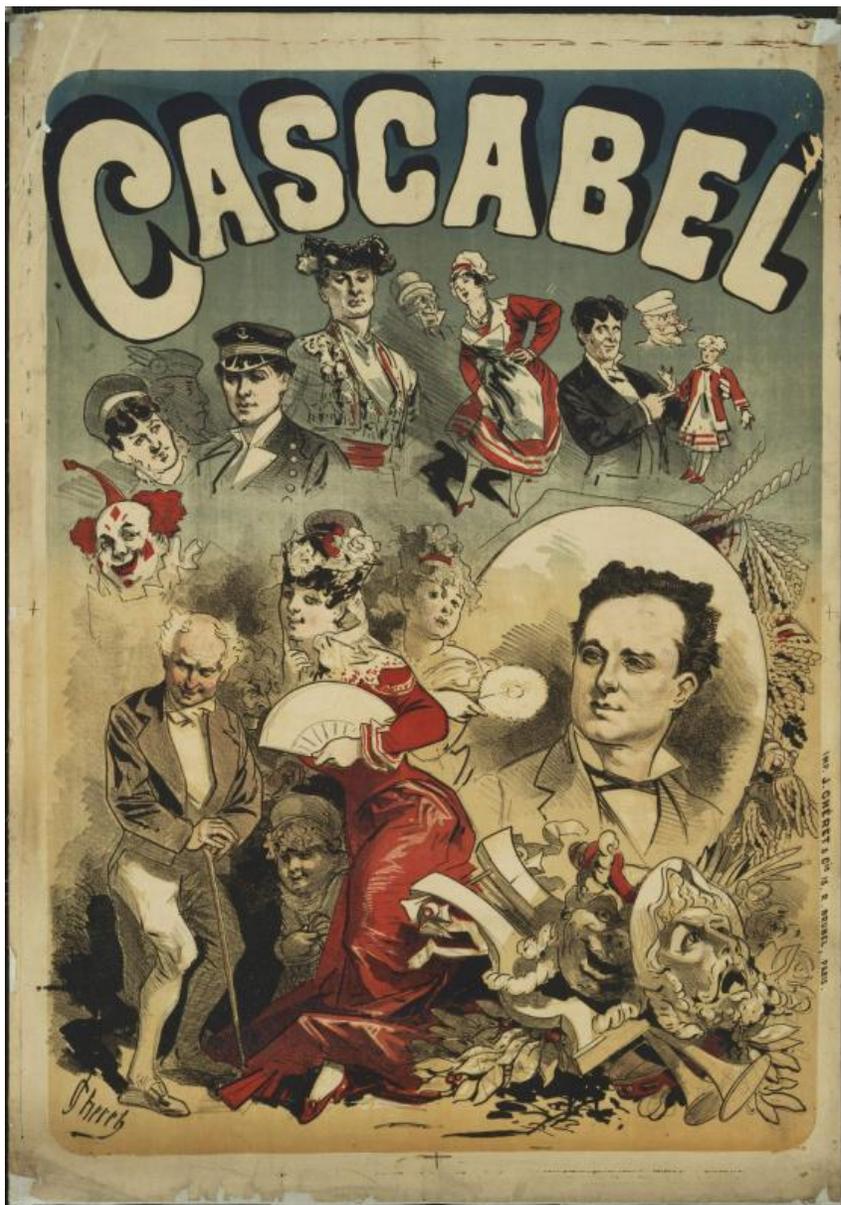
Ж. ШЕРЕ

Французская реклама интересна и оригинальна. Ее своеобразный стиль можно легко узнать. В 19 веке идет активное развитие визуальных жанров рекламы, это время в истории рекламы знаменито как расцвет плакатного жанра.

Возникновение плаката принято связывать с именем Жюль Шере. Его работы отличал лаконизм, композиционная компактность и красочная контрастность. Объектами рекламы Ж. Шере были зрелища, гуляния, маскарады, катки, кафе-шантаны, художественные выставки. Всего Жюлем Шере создано около тысячи подписных плакатов.



Реклама
СВЕТИЛЬНИКОВ



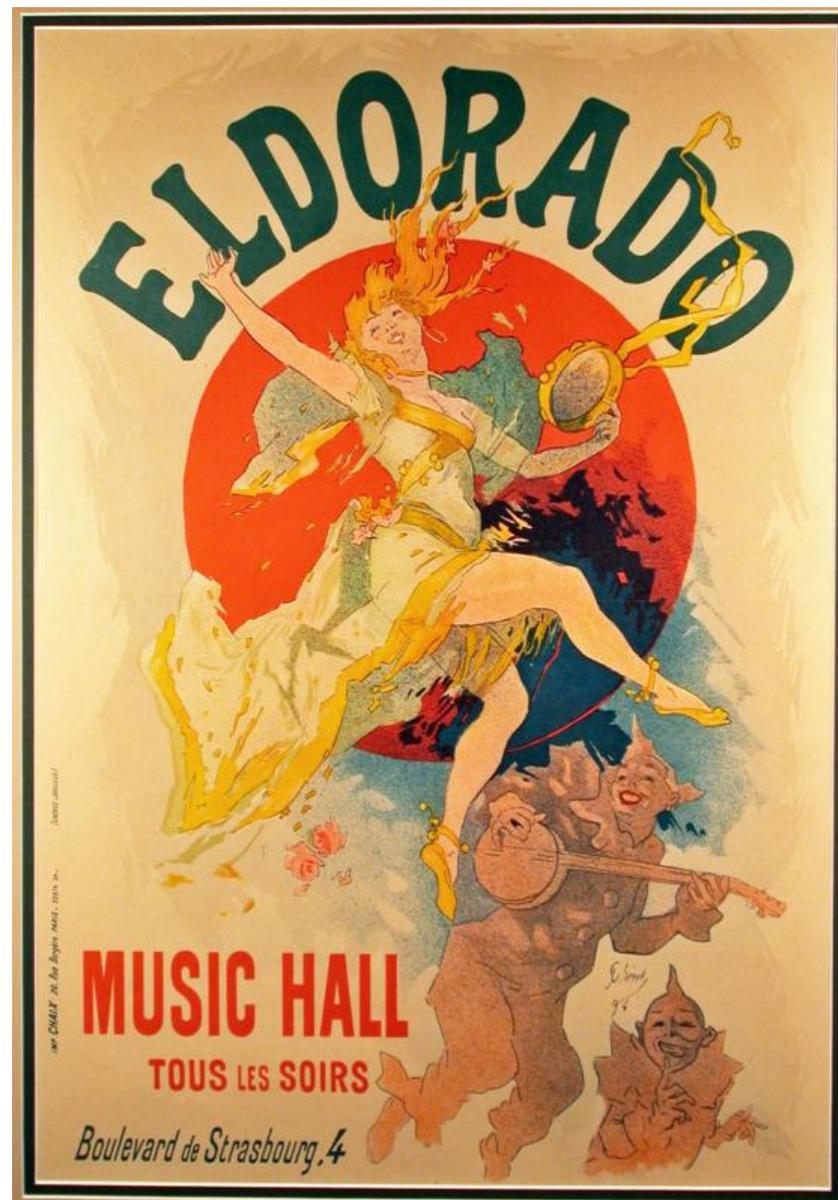
«Каскабель» (1877 - 1879)



Реклама «Театрофона» для трансляции музыкальных концертов



Афиша Камиль Стефани в Казино де Пари



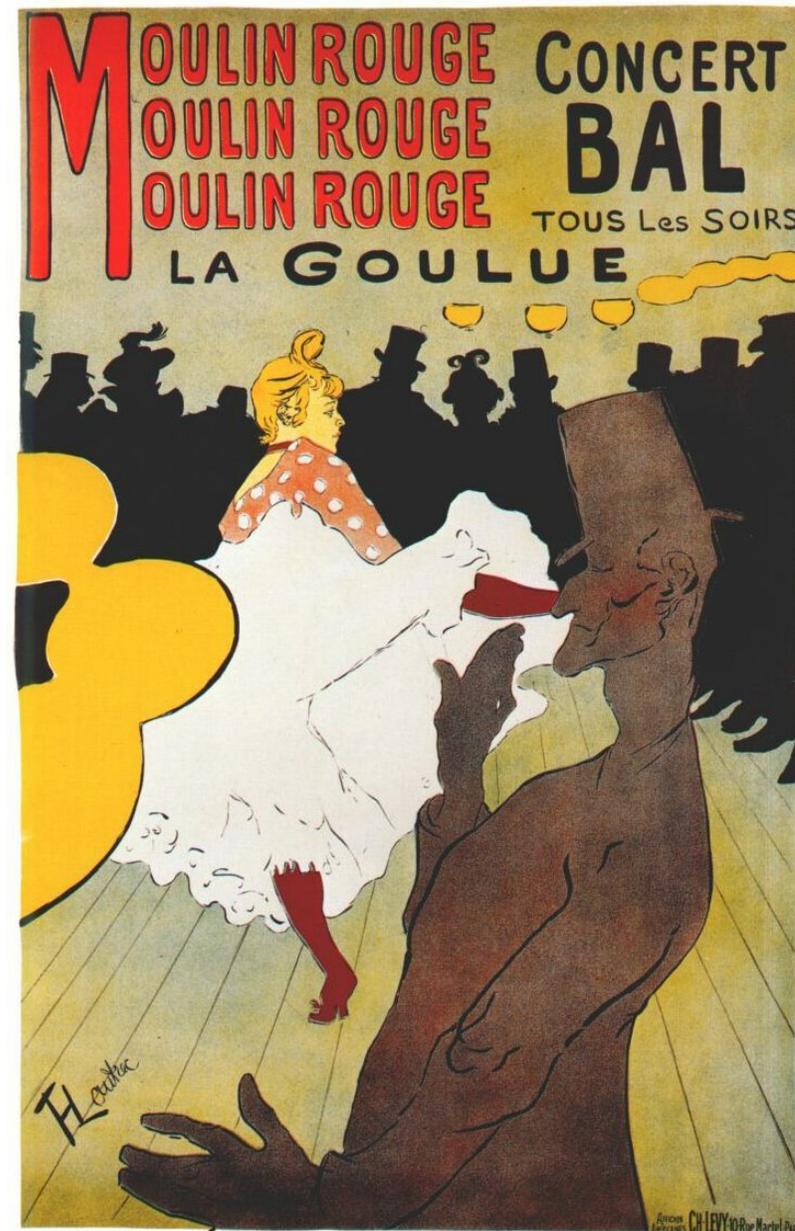
Афиша концерт-кафе «Эльдорадо»

ТУЛУЗ-ЛОТРЕК

К этому времени первооткрыватель художественного плаката уже делил славу с парадоксальным художником Анри Тулуз-Лотреком и талантливыми последователями: А. Мухой, Т. Стейнленом, Э. Грассе, П. Боннаром и другими.

Первый плакатный опыт Тулуз-Лотрек обрел, согласившись создать художественную афишу к открытию сезона знаменитого кабаре «Мулен-Руж».

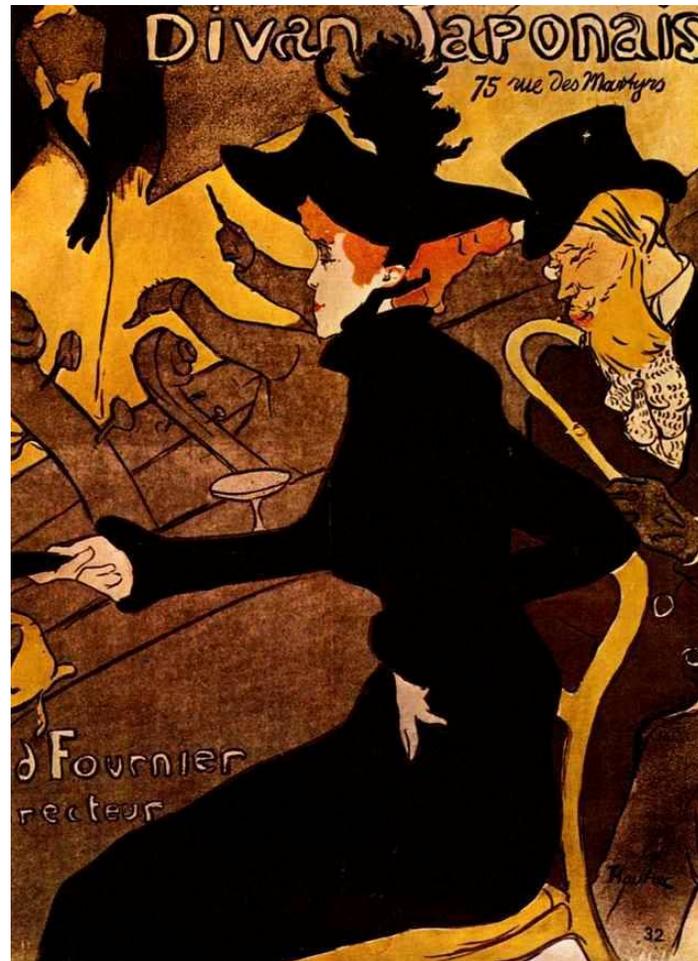
Художник предельных контрастов, привлекающий для воплощения своих намерений максимальную экспрессию, использует трудно сочетающиеся друг с другом, казалось бы, оттенки. Цвет для Лотрека - это своего рода драгоценная субстанция, источник некоей автономной, чаще всего не связанной с сюжетом красоты, в каких-то случаях внешне облагораживающей сюжет.



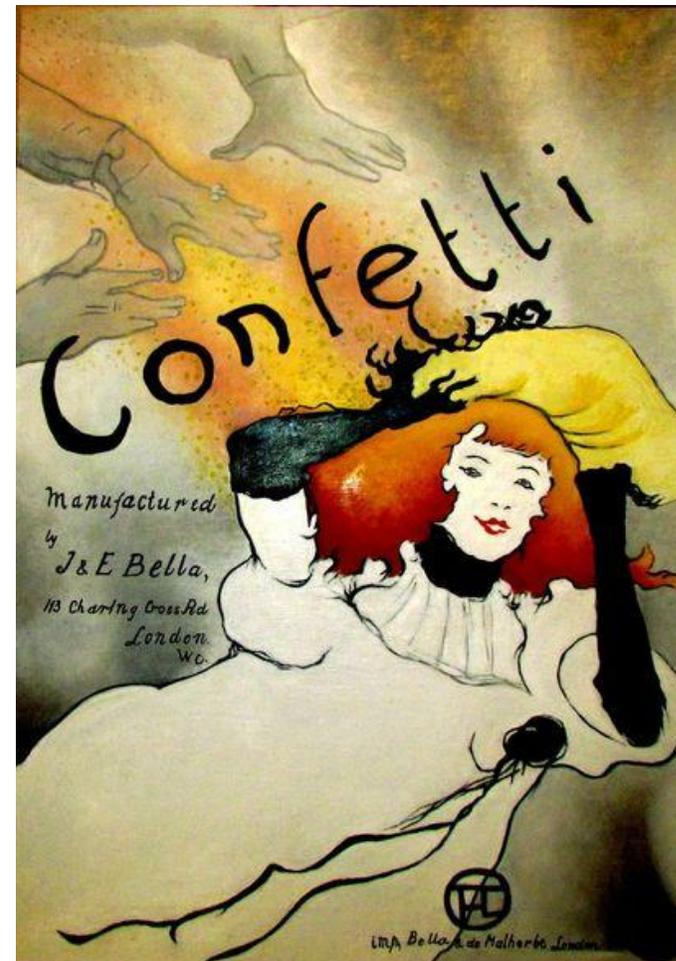
Афиша бала в «Мулен-Руж»



«Немецкий
Вавилон»



Японский
диван



Конфетт
и

А. МУХА

Совершенно отличен от этой направленности стиль, пожалуй, наиболее изысканного мастера плаката рубежа XIX-XX веков Альфонса Мухи.

Художественное образование он получил сначала в Мюнхене, затем в Париже и там же незадолго до окончания XIX века приобрел всемирную славу. Решающей ступенькой на пути к ней стало исполнение художественных плакатов к выступлениям прославленной французской актрисы Сары Бернар. В 1895 году актриса заключила с художником шестилетний договор на творческое сотрудничество. По контракту художник помимо афиш оформлял декорации и костюмы для спектаклей, и великая актриса была его Музой.



«Жисмонда
»



«Дама с
камелиями»



«Медя
»



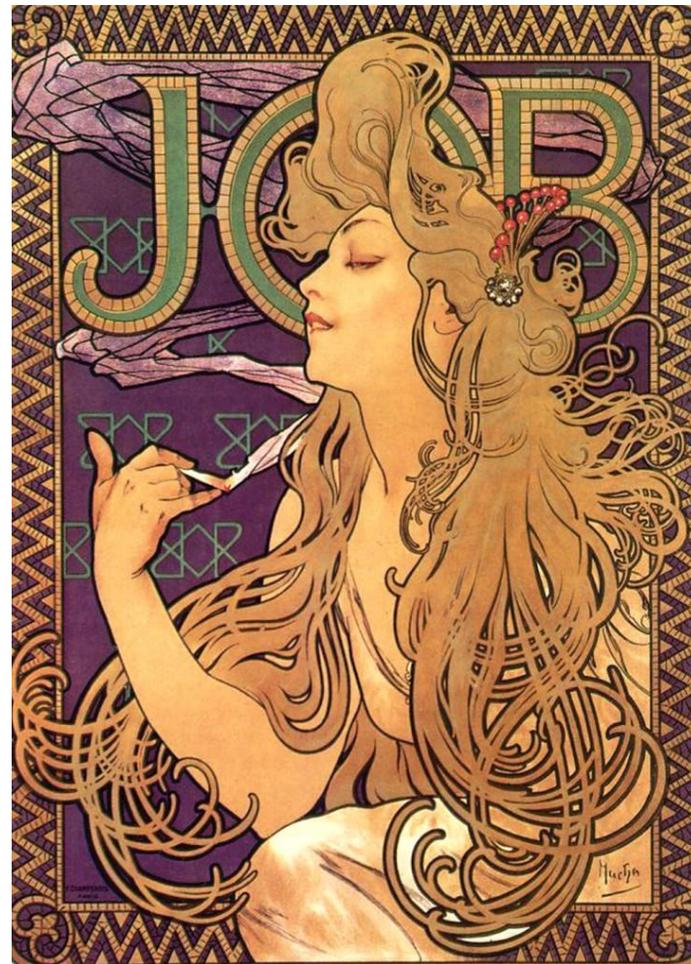
«Гамлет, Принц
Датский»



«Лорензаччо
»



Горячий
шоколад



Папиросная
бумага



Велосипе
д

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Освященный традицией, плакат из разряда художественных маргиналий постепенно переходит в ранг высокого, признанного искусства. К концу девятнадцатого столетия его популярность достигает апогея. Плакаты собирают, экспонируют, им посвящают роскошно иллюстрированные издания.

Завершающей фразой, пожалуй, хорошо послужит суждение Г. Сэмпсона: «Мы можем обучить Францию многим вещам в сфере рекламы, она нас - главному: тому, что и высокое искусство, и высокое вдохновение вполне могут воплощаться в рекламных произведениях».