

Дроздова Арина

Группа Р-102.

Дисциплина: “Введение в специальность”

Шерышова Любовь Сергеевна

Лубок -

вид графики, изображение с подписью, отличающееся простотой и доступностью образов. Первоначально вид народного творчества.

Мне пришла идея изобразить трудолюбивого медведя,

который предан своему делу, изобретающий и спасающий старую

обувь. Собственно, пословица; “Дело мастера боится” говорит

сама за себя, изображаясь на листке бумаги.



Афиша -

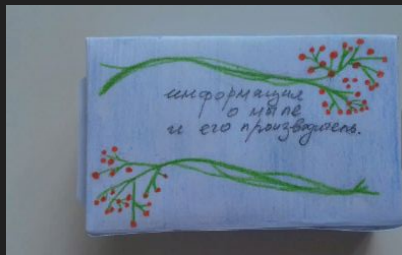
объявление о спектакле, концерте, лекции и т. п., вывешиваемое на видном месте.

Афиша в стиле “Галатного века”. Мне показалось, что было бы неплохо добавить яркое платье, которое бы выделялось на неприметивном фоне. В небольшой рамке сообщается о предстоящем спектакле.



Упаковка - не только контейнер или обертка, но и средство коммуникации.

Обертка упаковки синяя и нежно-голубая, с ветками калины, так как само мыло имеет данный запах. Данная идея показалась мне интересной, так как калина сама по себе имеет приятный запах и выглядит, как интересное растение.



Витрина -

прозрачный объем из стекла или пластмассы, предназначенный для демонстрации товаров для продажи

На создание данной витрины меня вдохновил друг, который, как ни странно, любит абрикосы в виде джема, потому

моя идея заключилась в создании места, где продают этот самый

джем. Цветовая гамма максимально приближенная к цвету

абрикоса.



Логотип -

графический знак, эмблема или символ, используемый территориальными образованиями, коммерческими предприятиями.

Цветы - символ жизни, солнце - звезда, которая восходит над горизонтом, как начало чего-то нового и гаранта нового дня.



Витраж -

вид монументального искусства, произведение изобразительного декоративного искусства или орнаментального характера из цветного стекла

Изначально я пыталась создать снежный витраж:

с синими снежинками и острыми зигзагами. По итогу получился витраж,

который я и представляла.



Говорящее слово.

Слово “Зоопарк” из енота и

окраска тигра.

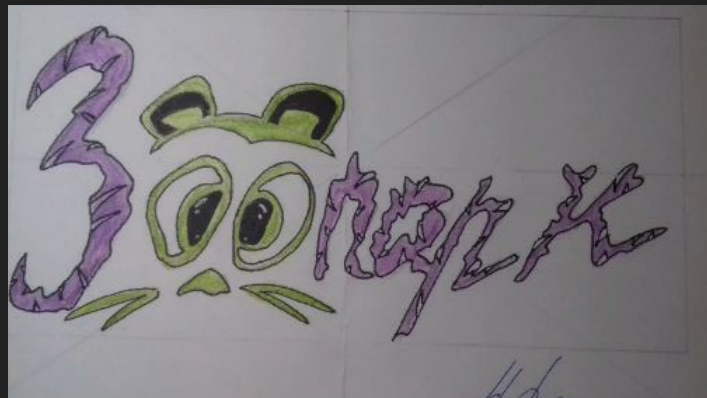


Таблица.

Таблица на тему: "История развития рекламного плаката"			
Художник	Страна	Основные характеристики художника. Особенности его плаката. Что принес в сферу рекламы	Самый характерный плакаты
Луи Зевефельдер	Франция	Луи не был великим художником, однако принес огромный вклад в становление искусства во многих его отраслях. Изобрел многокрасочную печать-литографию. В 1797 году Зевефельдер изобрел способ цветной печати и назвал его «химическим печатанием». Во Франции с 1803 года этот метод стали называть литографией. В 1797 году также появилось первый рисунок, напечатанный с клина. В 1818 было опубликовано наиболее важное из его сочинений – Полное руководство по литографии (1818).	
Оноре Домье	Франция	Мастер сатирического рисунка и литографии. Для творчества Оноре Домье характерны острогротескные карикатуры на правящую верхушку и мешанство. Французские революционеры 1830 и 1848 годов дали толчок новому витку в творчестве молодого человека, который был активным борцом за справедливость. В своих работах он создал положительный образ рабочего человека, пребывающего в постоянной борьбе с мешанством и буржуазным строем. Они разоблачили все лицемерие и фальшь, классовое неравенство, жестокость. Эти литографии послужили развитию критического реализма, который донёсся к народу карикатурой и сатирической графикой.	«Супружеские нравы», «Пастораль», «Парижские типы», «Лучшие дни жизни», «Люди постижены», «Добрый буржуа», «Свобода печати», «Мы все честные люди, общими силами», «Законодательное собрание», «Улица Трансильены»
София Стейнтен	Франция	Французский карикатурист, гравер, иллюстратор, дизайнер, художник и скульптор швейцарского происхождения. Особое место в творчестве художника занимали юмор, чьи шары, гримасность, характер и символическое значение привлекали его со школьных лет. Для рисования он использовал самые разные материалы, включая мелки, тушь, карандаш, акварель и уголь.	афиша кабаре «Чёрный авто»
Жюль Шере	Франция	"Отец современного плаката". Первый крупный заказ Жюль Шере получил в 1858 году — это была афиша для оперетты Жака Оффенбаха «Орфей в аду» (1858). С 1859 по 1866 годы он жил в Лондоне, где создавал рекламные плакаты и книжные обложки. Дизайнер также делал этикетки для парфюмерии Жака Рагома, чьи филигрансные работы помогли ему открыть печатную мастерскую в Париже. Шере начал работать непосредственно на камне, создавая динамичные изображения смелыми линиями, штриховкой и пунктиром, мягкой, словно акварельной размытой и цветными пятнами.	афиша Камиллы Стеффин и Казино де Пари, афиша Студенческого бала
Айри Тулуз-Лотрек	Франция	Тулуз-Лотрек был одним из первых высококлассных художников, серьезно занявшихся созданием афиш, ему удалось поднять жанр рекламного плаката до уровня высокого искусства. Как-то хозяин Мулен Руж, будучи на грани разорения, повесил на утюг Аэрик, заключившийся в том, что тот сделает рекламу его заведения. И когда хозяин, спустя время, увидел творение Айри - пришел в полный ужас. Однако афиша сработала как бомба, она никого не оставила равнодушным. Популярность Мулен Руж взлетела до небывалых высот. Художника назвали его «Творением Дьявола, призванным погубить животных». В отличие к Лотреку пришла популярность и слова, к нему начали выстраиваться в очередь звезды и знаменитости за подобной рекламой.	Афиша Мулен Руж
Альфред Муха	Чехия	Автор грандиозной живописной "Славянской эпопеи" (20 картин размером 6х8 метров), при жизни Муха был популярен как дизайнер - он виртуозно придумывал ювелирные украшения, рекламные плакаты и театральные афиши. Художник достиг такого уровня мастерства в стиле ар-нуво, что его какое-то время даже называли «стилем Муха». Даже сейчас искусство в стиле Мухи создается модные принты для одежды и аксессуаров, размножаются полиграфическая продукция и даже татуировки.	Серия "Времена года", "Зодиак", афиша к спектаклю "Жизнь и смерть"

История фотографии.

Начало истории фотографии уходит к открытию «камеры обскуры» (пер. темная комната), а также обнаружению в результате исследований того факта, что некоторые вещества визуально изменяются в результате воздействия света.

В **1500-х** годах художники заметили, что свет, проходящий через замочную скважину в темной комнате, бросает перевернутое изображение на стену. Открытие послужило основой для строительства камеры обскуры. Художники установили линзу в двухфутовую квадратную коробку и поместили лист стекла напротив отверстия. Через рамку камеры художник видел вид, который хотел нарисовать. Затем он прорисовывал изображение, отраженное на стеклянной раме. Таким способом для придания своим рисункам реалистичности и большей детализации художники использовали раннюю форму изображения, получаемого при помощи камеры.

1826 год – год появления первой фотографии. Ее сделал француз Жозеф Нисефор Ньепс. Используя химикаты на металлической пластине, помещенной внутри камеры обскуры, он смог записать неясное изображение вида из своего окна. Он назвал этот процесс «гелиография» (от греческого «гелиос» – солнце). Трудно разобрать, что изображено на фотографии, но, если приглядеться, слева можно увидеть здание, дерево и сарай сразу же перед ним. Экспозиция длилась восемь часов, поэтому солнце успело переместиться с востока на запад, как будто светило по обе стороны здания. Другая проблема заключалась в том, что у Жозефа были трудности с «фиксацией» изображения, чтобы оно не продолжало темнеть при воздействии света.

История фотографии.

1839 год – Ранний Дагерротип. Луи Жак Манде Дагер – самый известный среди нескольких людей, которые изобрели наиболее успешные и коммерчески применимые формы фотографии. Он регулярно использовал камеру обскуру для живописи в перспективе, что и привело его к стремлению заморозить изображение. В 1826 году Луи узнал о работе Ньепса, а в 1829 году они заключили партнерство. Однако их сотрудничество было недолгим, поскольку Ньепс умер в 1833 году, но Дагер продолжал экспериментировать. Ему удалось сократить время экспозиции до 30 минут, а в 1837 году он открыл химический процесс, который окончательно зафиксировал изображение. Этот новый процесс он назвал Дагерротипией. К недостаткам того времени можно отнести тот факт, что продолжительность экспозиции исключала портретирование: изображение было перевернуто (как человек видит себя в зеркало). Также недостатком было то, что такая система, поскольку она была закреплена на металле, позволяла получить изображение один раз.

Вскоре время экспозиции сократилось до нескольких секунд, и портретная живопись стала коммерческой целью для новой технологии. В 1840 году Джордж Истман представил гибкую пленку, позволяющую создавать несколько изображений на светочувствительную бумагу. Четыре года спустя он представил портативную фотокамеру, и фотография теперь стала доступной для гораздо большего числа людей. С лозунгом «Вы нажимаете кнопку – мы делаем все остальное» он принес фотографию в массы.

История фотографии.

1851 год – стеклянный негатив. В 1851 году англичанин Фредерик Скотт Арчер в журнале «Химик» опубликовал доклад об изобретении коллодионного метода с использованием стеклянного негатива. Данное изобретение позволяло сделать неограниченное количество снимков на бумаге. Тем не менее большинство заказчиков искали дешевую альтернативу красивому портрету дагерротипа, который был защищен под стеклом в металлической раме и представлен в витрине с бархатной подкладкой и кожаной отделкой.

Скотт Арчер вскоре понял, что при помощи стеклянного негатива, помещенного на черный фон, изображение будет проявляться. Полученное изображение было такой же формы и таким же четким, как дагерротип, но новый процесс Арчера был дешевле и менее сложным.

Кроме того, коллодионный процесс был невероятно быстрым. Фотографы могли сразу увидеть коммерческие возможности дешевого и быстрого метода съемки портретов. Фотография, полученная таким способом, могла быть подкреплена черной бумагой, очень темным лаком или снабжена черным бархатом или похожей темной тканью. Защищенная стеклом, помещенная в металлический каркас и вставленная в презентационный футляр или сложную раму, такая фотография стала недорогой заменой портрету дагерротипа, который в 1840-х годах был доступен только дворянству и богатым средним классам общества.

История фотографии.

1880 год – сухая пластина и ручная камера. В 1879 году эксперименты привели к изобретению сухой пластины – стеклянной пластины, покрытой желатиносеребряной эмульсией. Сухие плиты могли храниться какое-то время. Фотографам стала не нужна громоздкая и трудоемкая портативная темная комната. Фотографы начали нанимать специалистов (техников) для улучшения своих снимков (фотографий). Таким образом стало зарождаться искусство обработки фотографии. Кроме того, процесс с использованием сухих пластин поглощал свет так быстро, что штатив можно было хранить в шкафу, а камеру держать в руке. С развитием пленки и ручных камер фотосъемка стала более осуществимой.

В 1888 году Джордж Истман, производитель сухих пластин в Рочестере, штат Нью-Йорк, изобрел камеру Kodak. За 22 \$ любитель мог приобрести камеру с достаточным количеством пленки для 100 снимков. После использования, пленка отправлялась назад в компанию, которая занималась ее обработкой. Рекламный слоган гласил: «Вы нажимаете на кнопку – мы делаем все остальное». (Год спустя тонкую бумажную пленку сменили на пластиковую, что позволило фотографам самостоятельно ее обрабатывать.)

История фотографии.

Большинство людей восприняли новую технологию с большим энтузиазмом. Однако несколько религиозных фанатиков утверждали, что это дело рук дьявола. Многие художники, годами обучавшиеся технике портретной живописи, также находили ее угрозой для своего существования. Некоторые художники окрестили новое изобретение «врагом графического искусства» (the foe-to-graphic art). Ряд художников использовали фотографию в качестве заработка, в то время как другие стали раскрашивать изображения, поскольку они были монохромными. Некоторые художники также использовали фотографию для помощи в живописи (Поль Гоген, Поль Сезанн, Жан Курбе, Анри де Тулуз-Лотрек, Фердинан Делакура и Эдгар Дега). В конечном итоге фотография изменит цель живописи (со сосредоточенности на внешних фактах реальности на большее внимание личному видению).

Как вы понимаете слово “РЕКЛАМА”?

Реклама — это важная часть бизнеса, и как любая важная часть, может быть рассмотрена с разных сторон:

Реклама — ответвление массовой коммуникации, в русле которого создаются и распространяются информационно образные, экспрессивно субъективные тексты, адресованные группам людей с целью побудить их к определенному выбору или поступку.

Реклама — это оплаченная, неперсонализированная коммуникация, осуществляемая идентифицированным спонсором и использующая средства массовой информации с целью склонить (к чему-то) или повлиять (как-то) на аудиторию.

Реклама — процесс донесения информации от рекламодателя до целевой аудитории посредством медиа-каналов или иными способами.

Реклама — коммерческое средство массовой информации, созданное для того, чтобы стимулировать сбыт продукта или услуги, или же информационное сообщение со стороны института, организации или кандидата на какой-либо политический пост. Цель рекламы — донесение информации от рекламодателя до целевой аудитории.

В конечном итоге, реклама является востребованной и творческой работой, которая внесла свой собственный вклад в историю и послужила началом великого будущего.