



DIZAJN PLAKATA 1/3

ŠTO JE POSTER?

Poster je, prije svega, **umjetničko djelo**, koje bilježi određeno vrijeme i mjesto.

Po definiciji: poster je svaki otisnuti format papira s namjenom da se pričvrsti na zid ili neku drugu vertikalnu plohu. može biti bilo kojih dimenzija. Sadrži grafičke i tekstualne elemente ili samo jedan od navedenih elemenata. Svrha mu je da pruži određenu informaciju i komunicira poruku.

Uglavnom se koristi u komercijalne svrhe za povećanje prodaje,
ali i za promicanje političkih ideja,
objavu nekog kulturnog događanja ili edukaciju.

A sve je počelo kao ...

...

**oglašavanje za knjige
i kazališni programi**

u tipografskoj izvedbi (bez ilustracije)

Pisana forma kasnije je obogaćena dekorativnim i figurativnim prikazima.

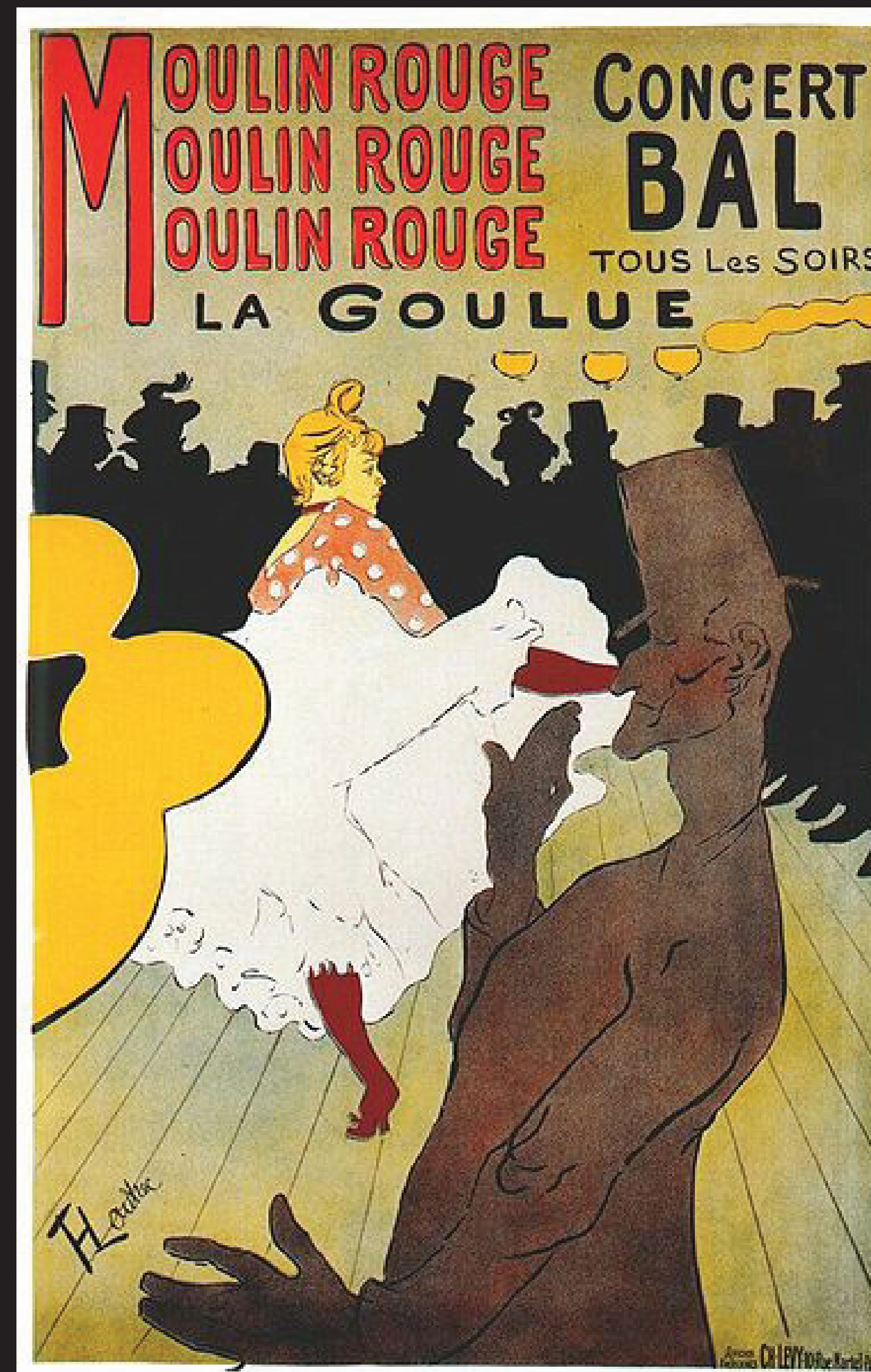
To su bili počeci advertisinga.

1870-tih, razvojem litografije (njemac **Alois Senefelder**, otisak uz pomoć velikih kamenih ploča) omogućen je jeftini tisak velikog broja primjeraka.

Mnogi umjetnici našli su na tom polju priliku da se izraze. Velik doprinos dao je **Henri de Toulouse-Lautrec** (slikar i ilustrator) svojim vibrantnim posterima punim boje koji prikazuju noćni život Pariza.



1892. godina • Kraljica radosti (La reine de joie)



1891. godina • Moulin Rouge (La Goulue - a french can-can dancer, the Queen of Montmartre)



1893. godina • Jane Avril au Jardin de Paris

Umjetnici koji su trebali neki izvor prihoda za život našli su spas u reklamnoj industriji.

Jules Chéret (1836 – 1932) učio je za umjetnika u francuskoj, no 1859. odlazi u London gdje se oduševljava litografijom i kasnije se to poznaje u njegovom stilu. Radi za kazališne skupine, no ubrzo širi svoje djelovanje na oglašavanje napitaka i likera, parfema, spuna, kozmetike i farmaceutskih proizvoda.

Uskoro je postao vrlo značajna figura u oglašavanju, sa velikom listom klijenata.



1896. godina • Pan, a Journal of Satire



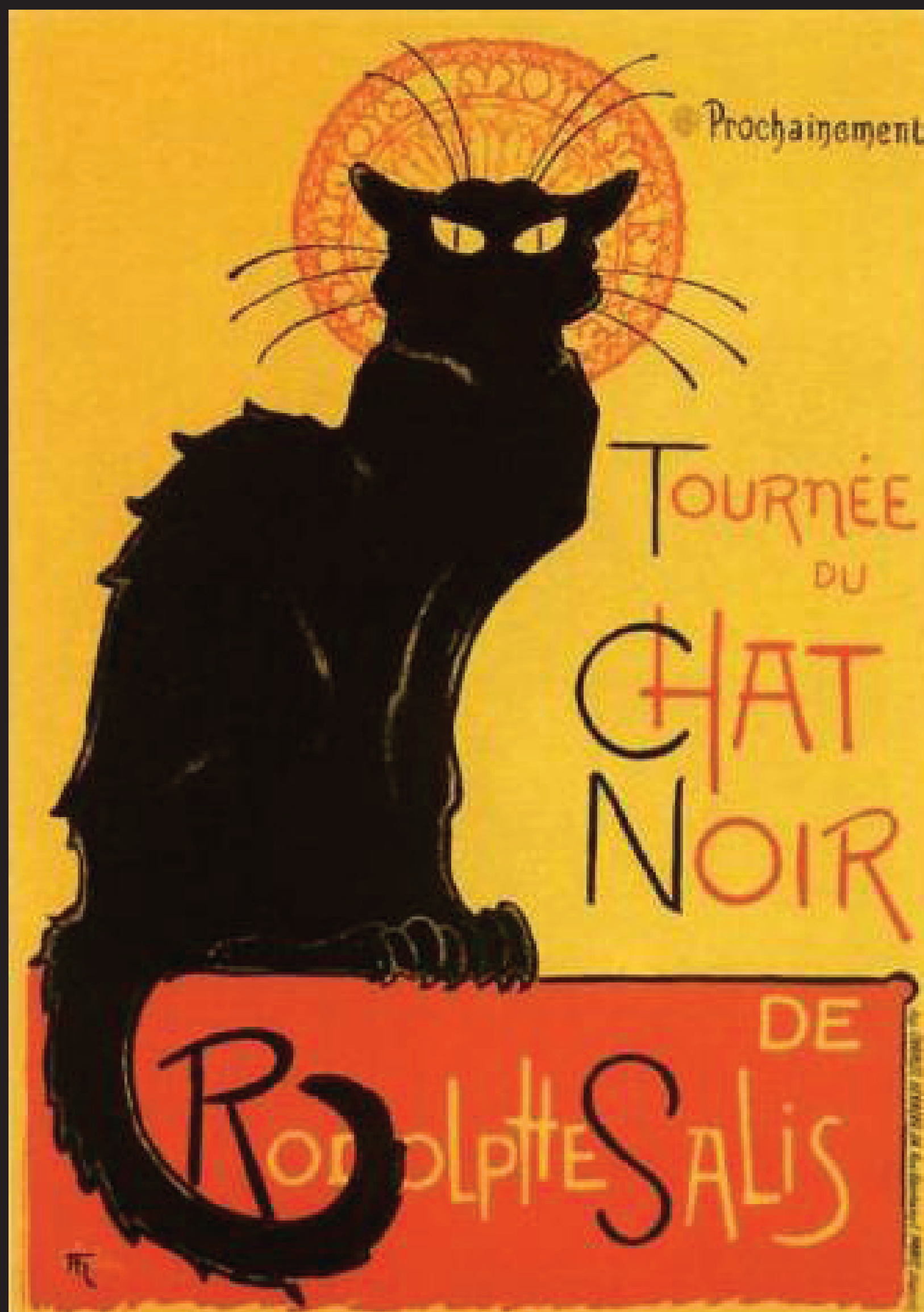
1896. - 1900. godina • hipodrom



1896. - 1900. godina

Posteri su pretvorili ulice velegrada u umjetničke galerije na otvorenom.
1890-tih upotreba postera proširila se i po ostalom djelu Europe.

Art Nouveau - umjetnički i dizajnerski pravac 19./20. st., započeo 1880. i doživio vrhunac 1892.-1902.
Nazvan je po dućanu u Parizu vlasnika Samuela Binga, sa stvarima dizajniranim u tom stilu.
U Njemačkoj se naziva **Jugendstil** (po avangardnom časopisu Jugend)
U Beču ga zovu **Secesija**.
U Italiji se naziva **Stile Liberty** - nazvan po londonskom dućanu koji je prodavao modernu dizajnerski robu proisteklu iz pokreta "Arts and Crafts".



1896. godina • Théophile-Alexandre Steinlen

Art Nouveau je težio spoju umjetnosti i industrije, željeli su da umjetnost postane dostupna svima, a ne samo eliti.
Nastao je kao pobuna na akademski stil.

Karakteristike ovog stila su dinamična i valovita linija te stilizirani oblici koji izlaze iz floralnih formi.

Glavni utjecaj na plakat tog vremena imao je **Alfons Mucha**, češki slikar i dizajner koji je isproducirao mnogo kazališnih plakata, reklama i ilustracija, uglavnom s motivima žena duge raspuštene kose.

Nakon vanjskog oglašavanja taj stil počinje se koristiti i u magazinima u obliku oglasa.



Umjetnost postera raširila se po drugim zemljama.

Svaka je dala svoj kulturološki doprinos:

- U FRANCUSKOJ oglašavala se kultura provoda i kavana,
- U ITALIJI opera i moda,
- U ŠPANJOLSKOJ borbe s bikovima i festivali,
- U NJEMAČKOJ sajmovi i prodaja magazina,
- U ENGLESKOJ I AMERICI magazini i putujuće cirkuske predstave.

Pokret je trajao desetak godina, sve do Prvog svjetskog rata.

Polako se “istrošio” u svojem ponavljanju kroz mnogo godina.

Na američkom tlu poster se nije toliko razvijao u umjetničkom smjeru, već je služio isključivo za oglašavanje i to je često bilo u tipografskom obliku.

**4th OF JULY 4th
EXCURSION!**




— TO —
FORT POPHAM
— FROM —
**Gardiner, So. Gardiner
and Richmond.**

FARES:

From Gardiner, So. Gardiner and Return	75c.
Richmond	60c

Leave Gardiner at 7 o'clock A. M., So. Gardiner at 7:20; Richmond at 8:20. Returning at an early hour. Refreshments, Music, etc.

1875. godina • Artist: Unsigned



I. WILEY, JR.
Manufacturer of and Dealer in
Ladies', Gent's, Misses' and Children's
**BOOTS, SHOES
AND RUBBERS.**
Cor. of Main & Mechanic Streets,
WAKEFIELD, MASS.

— REPAIRING Neatly and Promptly Done.

1880. godina • Artist: Unsigned



1900. godina • Artist: Unsigned



1895. godina • E. B. Bird, poster za Century Magazine

Edward Penfield je Harper's Monthly Magazine oglasom potaknuo novi smjer koji je cijenio jednostavnost i dobru kompoziciju elemenata na vizualu čiste pozadine. Nakon tog postera i drugi izdavači počeli su ulagati puno u postere.

Poster su se čak i dijelili kao dar uz pretplatu što je pokrenulo ljude na sakupljanje postera.



1894. godina • Edward Penfield - Harper's Poster



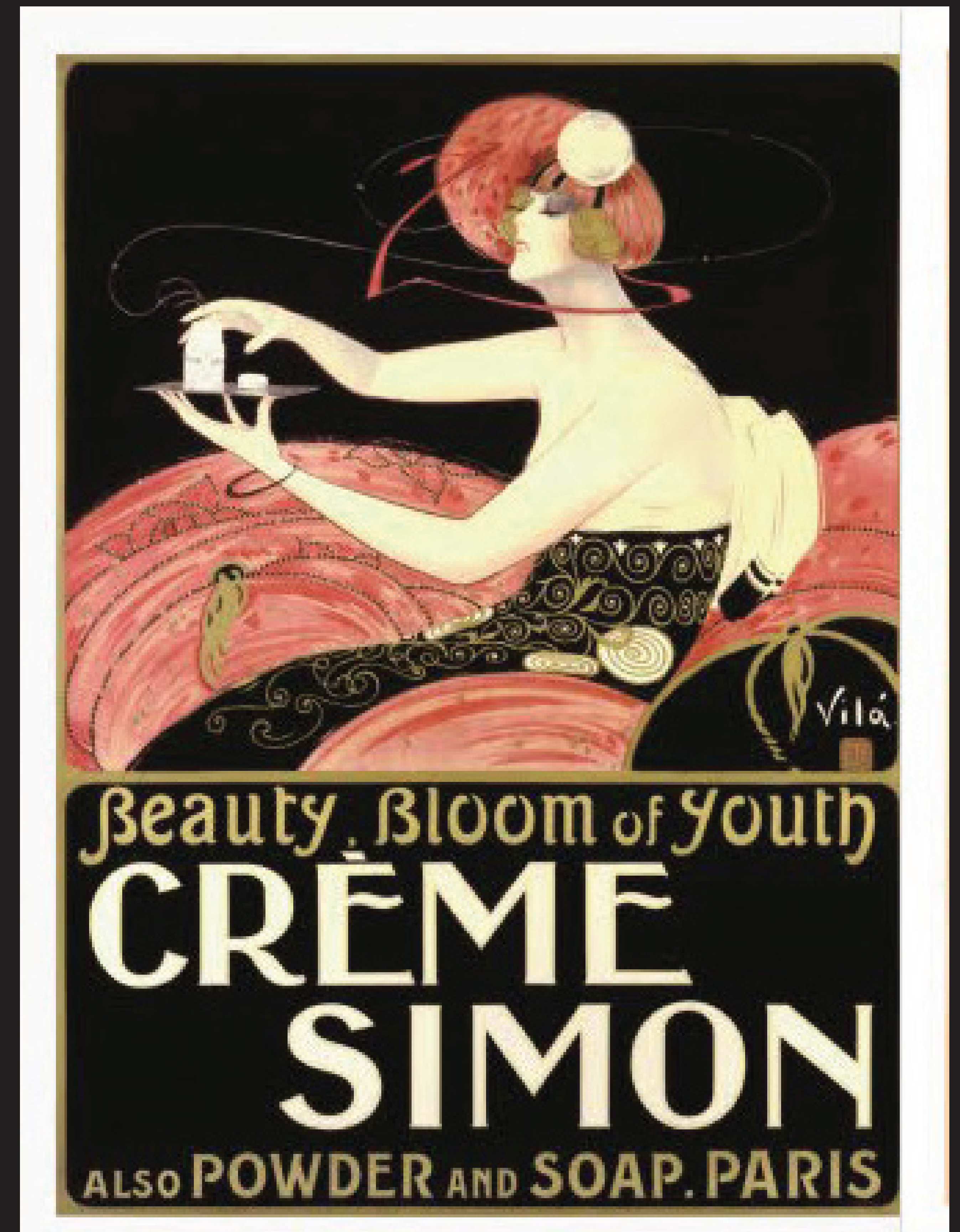
1895. godina • Edward Penfield - Harper's Poster

1890-tih prodavalo se sve što se moglo prodati.

Umjetnici su otkrili CILJNE SKUPINE kojima su prilagodili vizuale kako bi postigli što veći uspjeh u prodaji - ciljalo se na žene iz srednjeg i višeg društvenog sloja (imale su vremena i novca i bile su izložene utjecaju reklama).



1903. godina • Artist: Unsigned



1903. godina

Kako su se žene iz srednje sloja počele sve više zapošljavati, tako je naglasak došao na slobodne aktivnosti nakon posla: biciklizam, golf, tenis, kazalište, čitanje magazina namjenjenih ženama.

Sve se prilagodilo stvaranju novih potreba u svijesti potrošača. Bez obzira što se oglašavalo, kako bi utjecali na žene, one su bili nosioci poruke na oglasu/posteru uživajući u korištenju proizvoda i u životu. Kupci su se poistovjećivali s tim likovima koji su obećavali zadovoljstvo.

Na posterima je vidljiva i promjena u odjeći koja je pokazatelj novog stava prema životu.



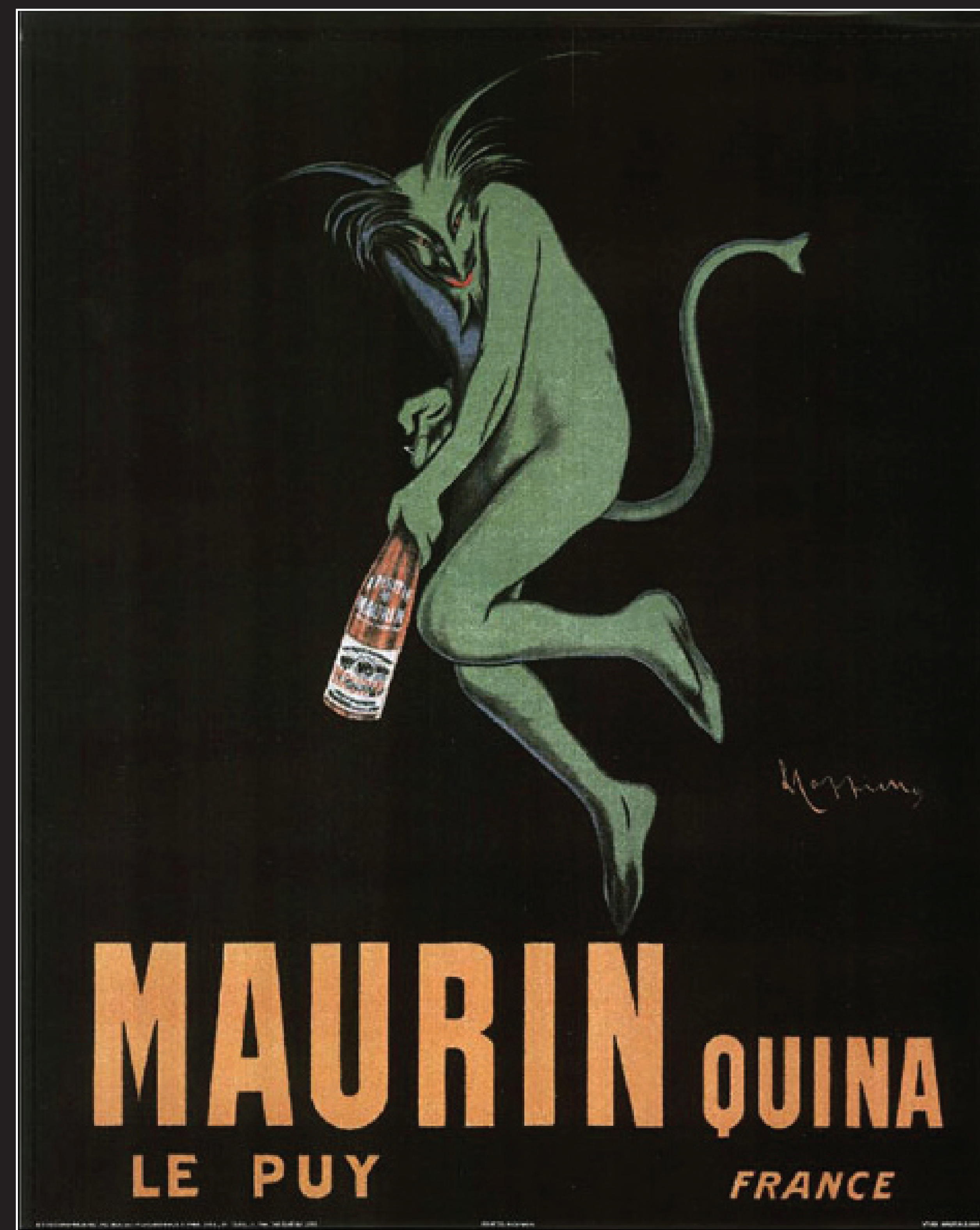
1897. godina • Charles Woodbury - Trolley Trips



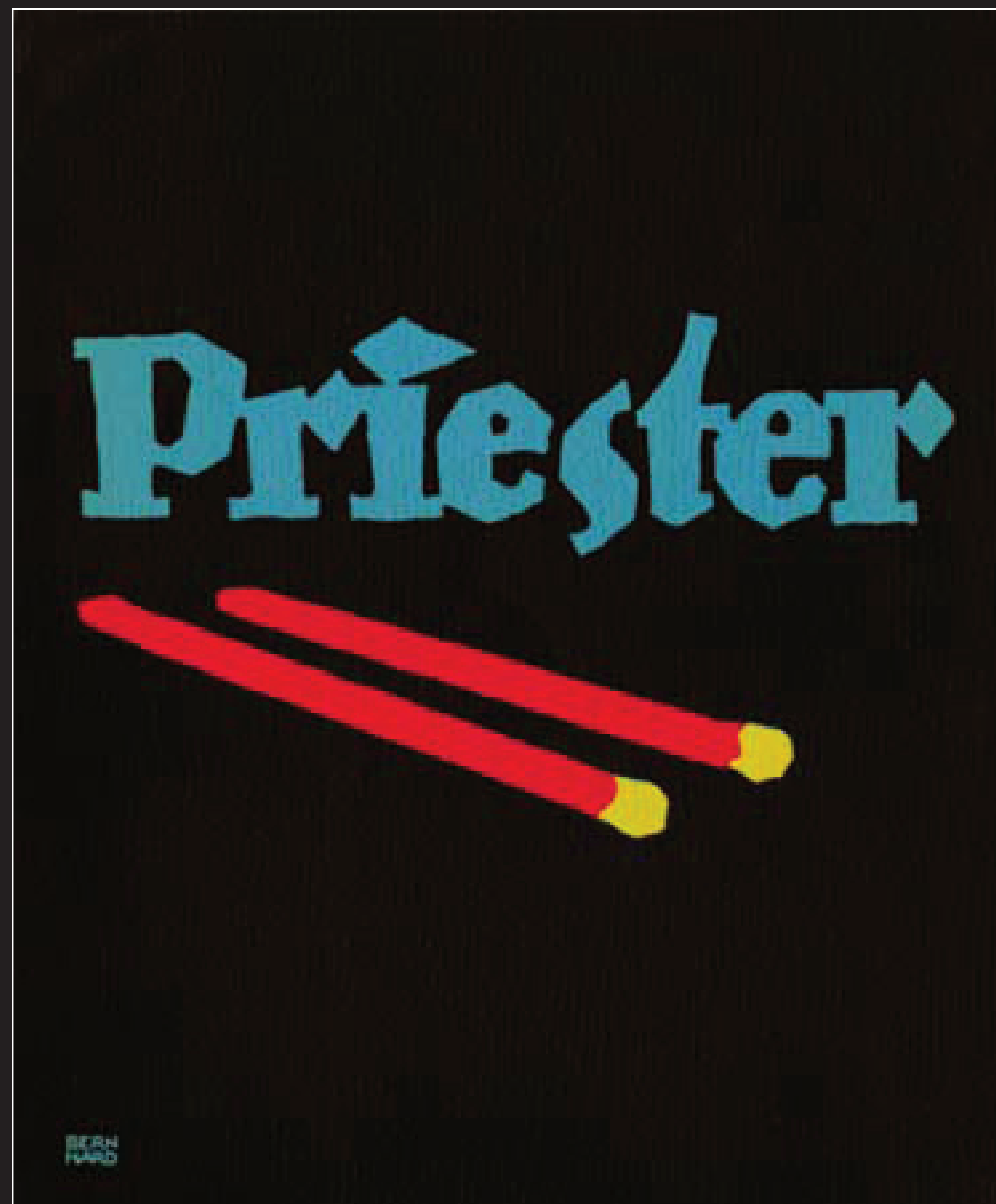
1896. godina • Edward Penfield - Poster for Stearns Bicycles

1900-tih **Leonetto Cappiello**, talijanski karikaturist, uveo je zaokret u dizajnu plakata. On se fokusirao na jednu figuru, pročišćenu od suvišnih detalja, s elementima humora ako je moguće. To će privći pažnju prolaznika na krcatoj ulici - tvrdio je.

Njegov stil ubrzo je preplavio ulice Pariza, a on se smatra ocem modernog oglašavanja.



Lucien Bernhard, njemački dizajner, tipograf, izajner interijera išao je također tim putem. Utemeljio je stil u dizajnu koji se zvao **Plakatstil** (Poster Style). Slika je maksimalno pojednostavljena, bez sjena i samo u par boja i koristi se uz ime proizvoda/proizvođača.



U I. i II. svjetskom ratu posteri su preuzeli novu ulogu - političkog oglašavanja i propagandee. Uvjeravali su, motivirali, pozivali na prikupljanje pomoći, regrutaciju i sl. U komunikaciji se cilja na emocije, a ne intelekt. Pojedincem se manipulira da bi se ponašao na odgovarajući način, a ne pruža mu se nikakva korisna informacija, niti ga se pokušava zabaviti.



Nakon 1. svj. rata dogodio se razvoj industrije.

Secesija više nije odgovarala vremenu i ubrzo je zamijenjena **MODERNIZMOM** i **ART DECO** stilom. Bilo je to vrijeme strojeva, snage i brzine.

Oblici su bili čisti, koristile su se ravne linije, a i sama tipografija je izgubila zaobljenost i dobila oštre uglove.

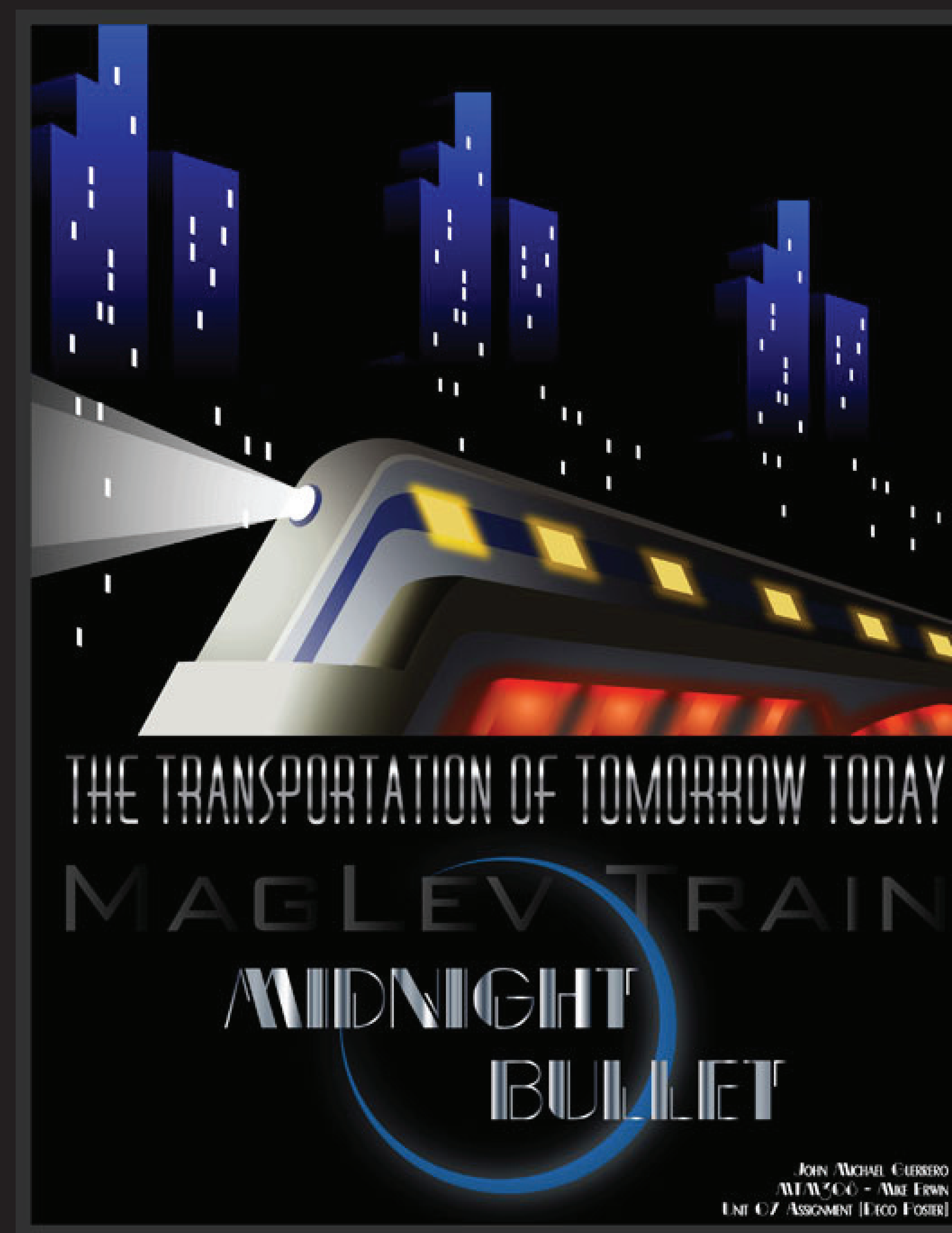
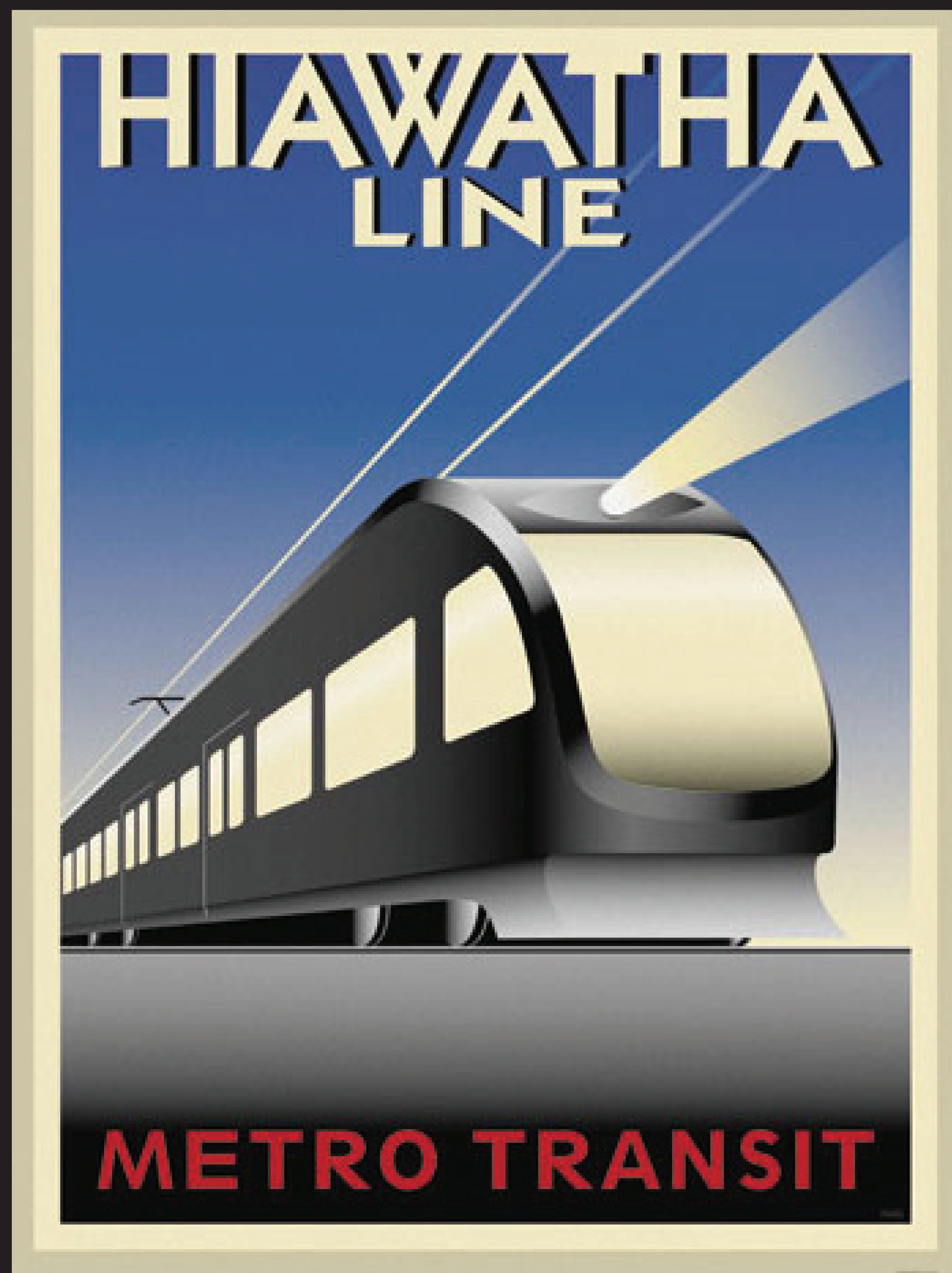
KUBIZAM u Francuskoj sa svojim geometrijskim ploham,

FUTURIZAM u Italiji koji je naglašavao snagu, energiju i strojeve, a negirao prošlost

DADA početkom 20. st. koji svoje korijene nalazi u iracionalnom i negiranju lijepog i

EKSPRESIONIZAM s početka 20. st. gdje su umjetnici prikazivali svoj subjektivni unutarnji svijet i osjećaje, koji se često vizualiziraju putem deformirane realnosti.



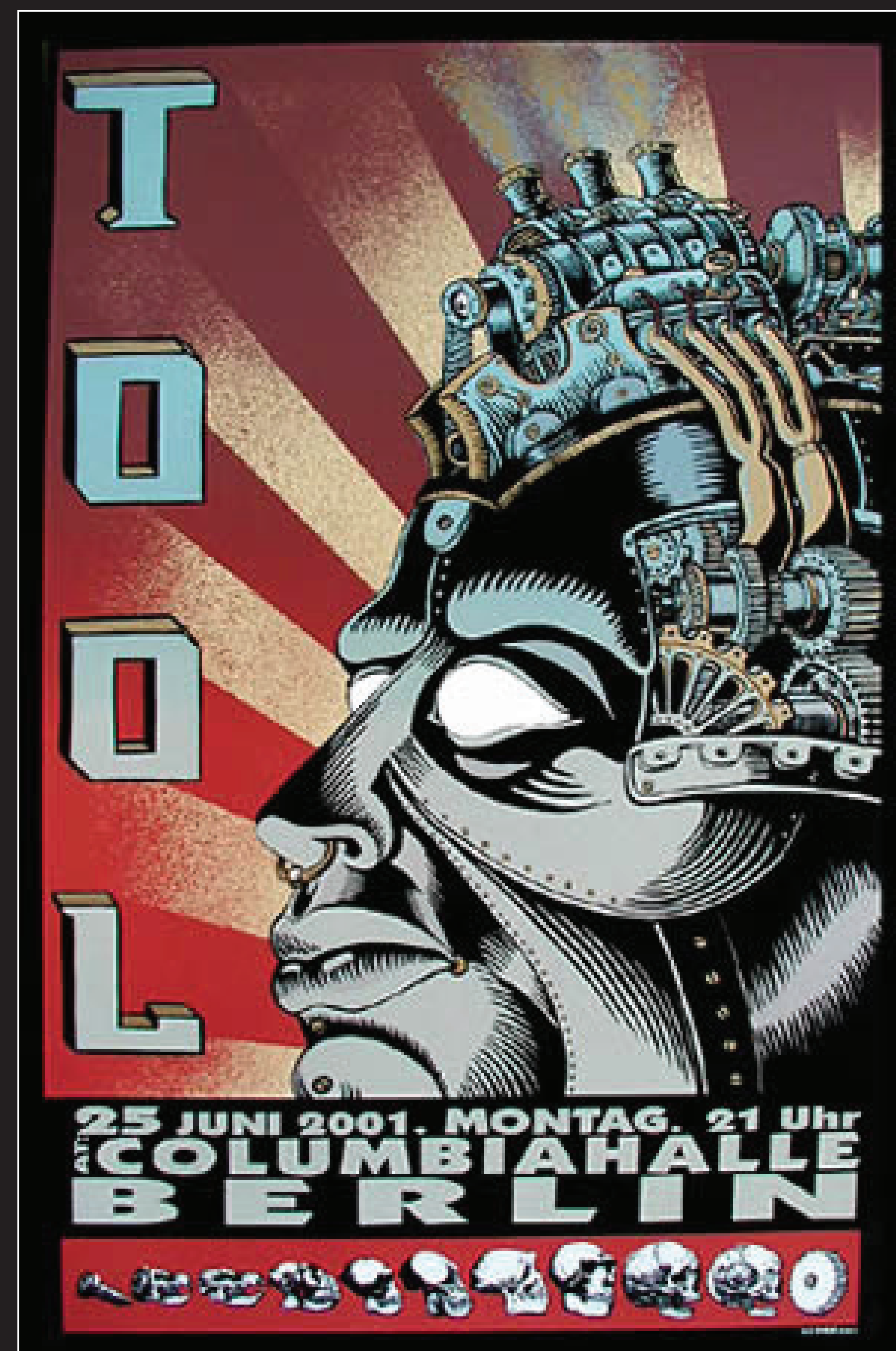


Now on Exhibit:



**Art Deco Poster Masterpieces
1921-1939**





Razvojem televizije i radija poster je počeo gubiti na svom značaju.

Radijska i televizijska reklama stizali su do puno više korisnika nego što je to mogao poster.

Iznimka je bila Švicarska gdje se je 50-tih godina razvijao novi stil u oblikovanju postera.

TIPOGRAFSKI STIL.

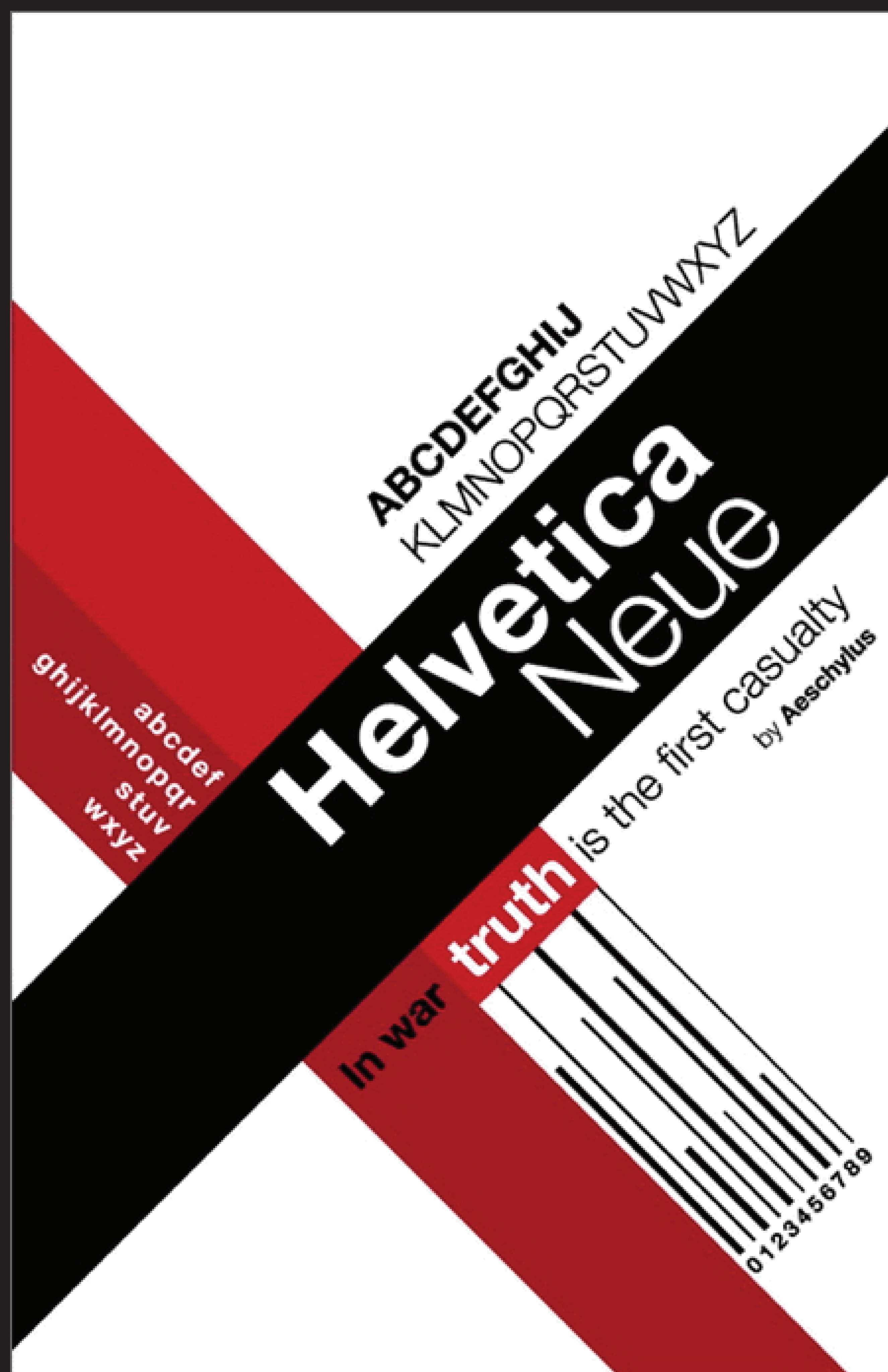
Vizuali su se snažno oslanjali na tipografske elemente te crnu i bijelu boju.

Oni su uveli tzv. "gridove" - postavljanje grupe elemenata u poravnanje po jednoj strani.

Donjeli su gotovo matematička pravila u dizajnu, čiste i logičke strukture te upotrebu crno-bijele fotografije.

Taj stil nastavio se sve do danas.

Tipografski riješena komunikacija izuzetno je dobro riješenje kada se radi o reklamama proizvoda na globalnom tržištu, jer nema neki kod opterećen kulturom pojedine zemlje već je univerzalna.



IDEAS

onemany smallbigany



University of Brighton

INNOVATION AWARDS 2006

Awards Categories
Innovation and Entrepreneurship.

Who can Apply
Open to students and staff past and present of the University of Brighton.

How to apply/contact details
Pick up further information and an application form from campus receptions or contact business.services@brighton.ac.uk for an electronic form.

Tel: 01273 643222

Prizes
4 awards each worth £2000 for the winning student and staff member in each of the two categories.

Closing date for entries
9 April 2006

Tickets Available No Speeding Required

exxiiit
EXXIIIT THEATRE PRODUCTION

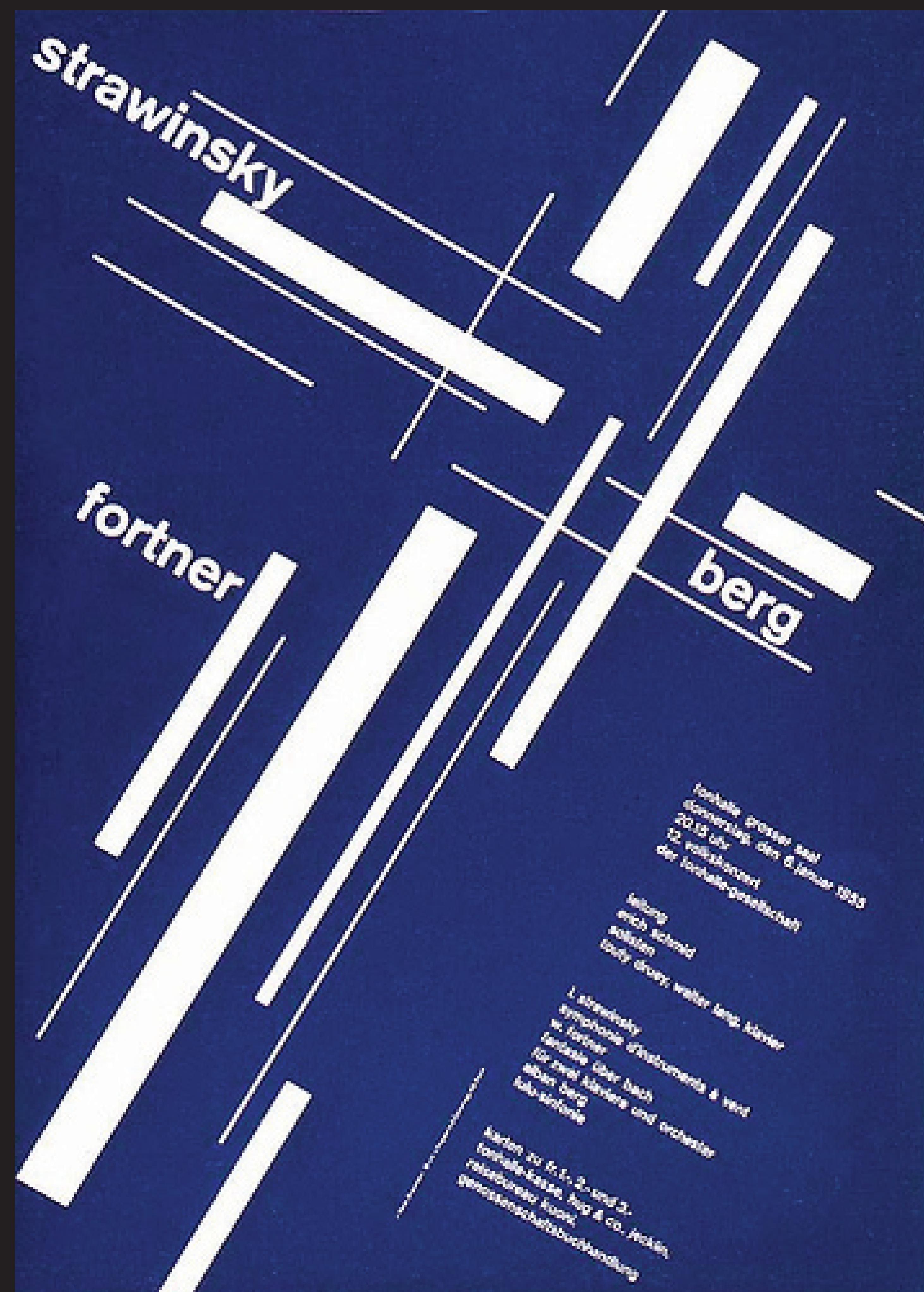
2010 / 2011 Season
October 20 – 23
Noises Off
By Michael Fray
Directed by Dawn Moore

November 18 – 27
The Hobbit
Adapted by Kim Selody
Directed by Desmond Price

February 9 – 12
Ring Round the Moon
By Jean Anouilh
Directed by William Murdoch

March 17 – 26
Cinderella
By Rogers and Hammerstein
Directed by Gillian Barber

 **CAPILANO**
UNIVERSITY



S druge strane tipografski stil je strog i hladan, pa gubi bitku kada se želi potaknuti emocionalna veza s nekim proizvodom.

Zato ga 80-tih **Wolfgang Weingart** pokušava smjeniti kopleksnim, kaotičnim i razigranim stilom. To je doba POST-MODERNIZMA.

...

Razvojem računala nastupila je još jedna revolucija u dizajnu postera.

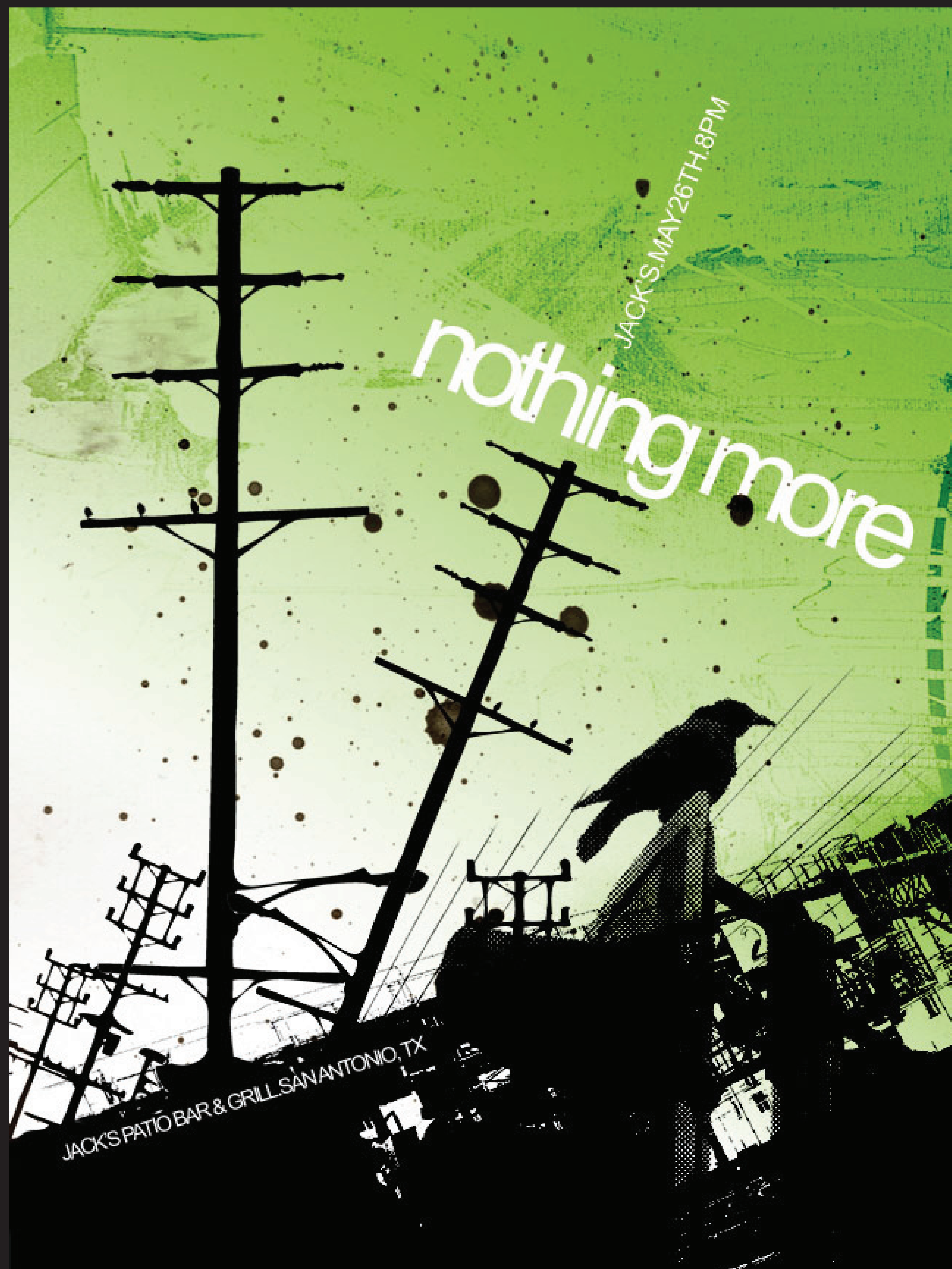
Koriste se fotografije koje se dorađuju na razne načine, preklapaju se međusobno (fotomontaže), kombiniraju se s vektorskom grafikom i dr.

Dosta se koristi i 3D modeliranje kako bi se stvorili začudni svijetovi, zanimljiva svjetlost i iznenađujuće perspektive.

U isto vrijeme, pojavom interneta i maila, na žalost, poster gubi na svojoj važnosti.







smallmusictheatre
μικρό μουσικό θέατρο



8 - 14_Οκτωβρίου_04

Παρασκευή 8 Οκτωβρίου 04
September / Intravenus
Progressive rock εκφάνσεις και εκδοχές

Σάββατο 9 Οκτωβρίου 04
Silverspoon Valley / Versace Widow
Rock 'n' Roll AlternAtivA

Δευτέρα 11 Οκτωβρίου 04
EQUINOX
Η ηπειρώτικη παράδοση, ο Bela Bartok ιδωμένα μέσα από την jazz αισθητική

Τρίτη 12 Οκτωβρίου 04
Mickey Pantelous and the Magic Session
Ηλεκτροάκουστικό blues σε slide country blues μονοπάτια

Τετάρτη 13 Οκτωβρίου 04
Antara
World music με βαλκανικά και ινδικά όργανα

Πέμπτη 14 Οκτωβρίου 04
ΣΠΙΡΤΑ
(Λευτέρης Παπαδημητρίου / Μάριος Τσάγκαρης)
A Lab for Electroacoustic Media production
Μια οριακή προσέγγιση της minimal αισθητικής

Βεΐκου33Κουκάκι,τηλ.210.9245644
www.smallmusictheatre.gr

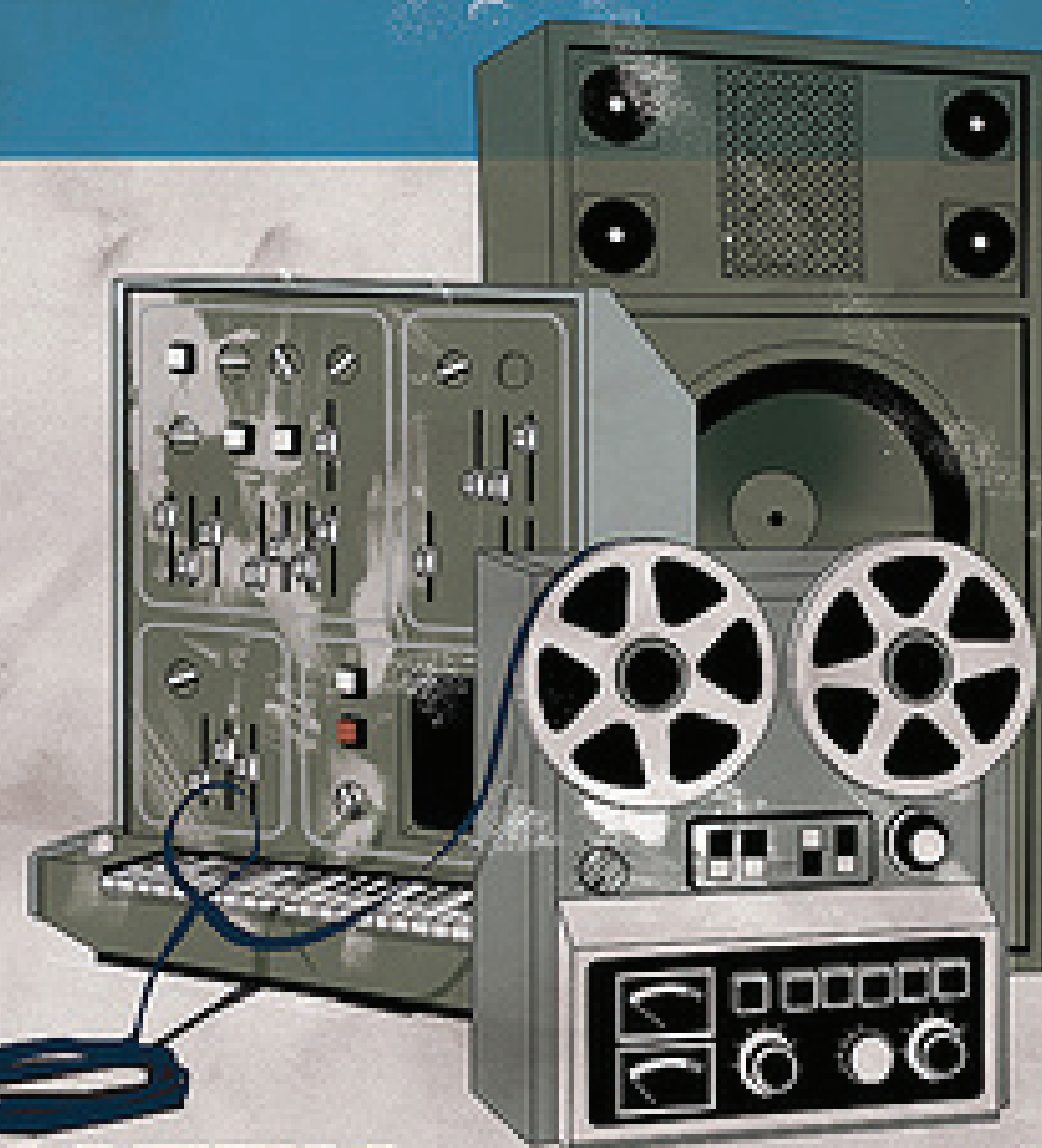


avantgarde

Avant-garde represents a pushing of the boundaries of what is accepted as the norm or the status quo, primarily in the cultural realm. The notion of the existence of the avant-garde is considered by some to be a hallmark of modernism, as distinct from postmodernism. Many artists have aligned themselves with the avant-garde movement and still continue to do so.

S06

WWW.EKLEKTYK.PL
WWW.MYSPACE.COM/EKLEKTYKSESSION



22.06 PIATEK

+TAX10PLN START21:00 DROGADOMEKKI PASAZ NIEPOLDA WWW.MEKKA.PL

EKLEKTYKSESSION

SPECIAL

FEAT. M.PATH.IQ DJ,BERLIN

WWW.MYSPACE.COM/MPATHIQ

BIG MAN,MC BERLIN

WWW.MYSPACE.COM/HAMECLARK

→ BRAV (DJ)SPECTRIBETOYO(VJ'S) SPASO TURNTABLES MONTER GUITARSYNTH
BOND BASS & LOW FREQUENCIES MUCHA DRUMS AND ELECTRONIC BEATS

DNB

relax

club

cert

music



Wanamei: The Last Tree

a documentary by OPEN SKY FILMS

Wanamei - The Last Tree is a debative documentary portraying the Harakmbut, the natives of the Peruvian Amazon and their fight for survival in modern times.

The film follows the first indian ecotourism agency as well as the hunt for illegal loggers.

88 min. - 2005

