

Реклама и искусство: история американского театрального и киноплаката.

Развитие графического дизайна в Америке, в том числе и эстетика театрального и киноплаката тесно связано с экономическим развитием и развитием в рекламном бизнесе. Рекламная парадигма складывается в Америке к 1789 году, а к началу 19 века Америка становится лидером рекламного рынка. В газетах печатается 90 % необходимой потребительской информации (рейсы кораблей, сообщения об аукционах, продаже продуктов питания и медицинских средств, политическая информация), остальные 10% места отведено на рекламу, но реклама в то время была текстовой (прайс-листы, театральные постановки). Потребность размещения рекламной информации росла и поэтому количество места, отведенное под рекламу, стало увеличиваться. Десятистрочная реклама стоила 5 центов. Об изобразительных изысках не было и речи. В эти годы было популярным организовывать цирковые представления с целью рекламирования разнообразных компаний и услуг. Удовольствие было недешевым, но желающих попробовать такой способ рекламы увеличивалось. Появились цирковые вагончики, обклеенные рекламными плакатами, цирковые слоны, также привлекались цирковые артисты, которые в самых выигрышных местах произносили рекламные тексты. Выгода от таких рекламных ходов постоянно увеличивалась, ведь не обратить внимания на такую рекламу было сложно. Цирк стал очень популярным времяпрепровождением, а цирковая афиша его неотъемлемым атрибутом.

Представителем золотого века «американского плаката» становится Роберт МакГиннис - художник и иллюстратор, создавший более 1200 книжных обложек и более 40 постеров к кинофильмам, включая несколько картин из

цикла о Джеймсе Бонде и знаменитую ленту с Одри Хепберн «Завтрак у Тиффани».

Одним из самых популярных становится рекламный плакат «Кока-Колы» со слоганом: «Начинай пить колу раньше!» и текстом: «Как это — слишком рано? Никогда не рано. Лабораторные тесты в течение последних нескольких лет доказали, что младенцы, которые начинают пить газировку в период раннего формирования, имеют намного более высокие шансы получить признание и „влиться в коллектив“ во время этих неприятных подростковых лет. Сделайте себе одолжение. Сделайте вашему ребенку одолжение. Переведите их на строгую диету с содовыми и другими сладкими газированными напитками прямо сейчас, чтобы у них была гарантированная счастливая жизнь».