

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/335952>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Дизайн

Введение 3

Глава 1 История графического дизайна в США: XIX-XX вв 4

1.1 Дизайн и реклама в США в XIX –XX вв 4

1.2 Идеи Сипе Пинелес и их роль в развитии графического дизайна 9

Глава 2 Нью-Йоркская школа дизайна. Мода и дизайн США 16

2.1 Роль Нью-Йоркской школы в развитии мирового дизайна 16

2.2 История американской моды и дизайна на примере бренда «POLO RALPH LAUREN» 18

Заключение 24

Список используемой литературы 26

Приложение 1 27

Приложение 2 27

Приложение 3 28

Приложение 4 28

Приложение 5 29

Приложение 6 29

Приложение 7 30

Приложение 8 30

Приложение 9 31

Приложение 10 31

Приложение 11 32

Введение

Реклама существовала еще в жизни торговцев древних цивилизаций. Она помогала узнать покупателям, какие товары продаются и где их можно приобрести. Изначально реклама выглядела как текст, написанный на папирусе, выбитый в камне или выточенный на деревянной дощечке. Но этого было недостаточно - создавать все объявления вручную довольно долго и трудозатратно. Поэтому рекламная графика продолжила свое развитие в сторону упрощения в изготовлении и создания более привлекательного внешнего вида.

Это привело к зарождению печатной рекламы в 1472 году. В одной из церквей Лондона появилось объявление о продаже молитвенника. Позже начали печатать афиши с различным содержанием. Они были сложные и многословные.

Целью данной работы является рассмотрение американского дизайна, его становления.

Задачи:

- описать дизайн и рекламу в США в XIX –XX вв;
- изучить идеи Сипе Пинелес и их роль в развитии графического дизайна;
- рассмотреть роль Нью-Йоркской школы в развитии мирового дизайна;
- описать историю американской моды и дизайна на примере бренда «POLO RALPH LAUREN».

Объект исследования – американский дизайн. Предмет исследования – специфика эволюции американского дизайна, его влияние на мировой дизайн.

Глава 1 История графического дизайна в США: XIX-XX вв

1.1 Дизайн и реклама в США в XIX –XX вв

Считается, что начало расцвета рекламы в Америке – заслуга Бенджамина Франклина. Его «Gazett» (Приложение 1), впервые вышедшая в печать в 1729 году, добилась самого высокого тиража и наивысшего объема рекламных публикаций. Этот успех был связан с тем, что Франклин улучшил подачу рекламы – сделал заголовки крупными, использовал иллюстрации, а также оставил незаполненные поля. Таким образом появлялась «игра на контрастах» – пустые поля создавали акцент на тексте, а картинки привлекали внимание. Дизайнерская деятельность в любой стране имеет свои особенности. Началом

развития рекламы в Америке можно назвать 1789 год, когда страна получила независимость и окончательное оформление государственности. Предприимчивый народ США стал развивать практически все сферы производства и культуры.

Переход к фоторекламе произошел в США в 1839 году. На страницах журналов стали появляться черно-белые фотографии товаров, которые предлагались к покупке.

Первым таким товаром стала пачка кукурузных хлопьев «ToastedCornFlakes» (Приложение 2). В последующем фотореклама стала появляться все чаще.

Настоящим первопроходцем в американской рекламе стал Финис Тейлор Барнум. На улицах Нью-Йорка в 1849 году появились вагончики, обклеенные рекламным текстом и запряженные цирковыми слонами.

В начале XX века композиция и оформление журналов строились по принципу книжной, газетной верстки. Прimitивная компоновка текста, простые иллюстрации, расположенные в строгом порядке, все это имело вид стандартного газетного разворота и не могло создать «вау» эффекта для целевой аудитории.

Желание удивлять, и привлекать внимание было как никогда важным в работе дизайнера. Промышленная революция породила обилие производства товаров, которым требовалась реклама. Новые смыслы, идеи и метафоры смогли найти свое воплощение в иной графике, работе с фотографией и т.д.

В начале XX века дизайнерский авангард в Западной Европе делал первые, пробные шаги в политических, художественных и архитектурных журналах с небольшими тиражами, а после закрытия школ нового направления, художники и дизайнеры переключились на издания технического характера и рекламу. Ласло Мохой-Надь был арт-директором в журнале «International Textiles» в Нидерландах, прежде чем из Англии перебраться в Чикаго. В Германии Герберт Мэттер создавал обложки для «Foto», Герберт Байер работал для «Die Neue Linie», а франкфуртский типограф Ганс Лейстикова занимался местными культурологическими и коммерческими публикациями, такими, как «Das Neue Frankfurt» и «Die Form».

В США же, напротив, современные принципы можно было воплощать в крупноформатных коммерческих журналах с бюджетами под стать их размерам.

Кроме того, эмиграция в Америку привлекала возможностью работать в относительно спокойной политической атмосфере. Историк американского графического дизайна Лоррейн Уайльд прокомментировала эту ситуацию так: «Политическая и идеологическая подоплека в современном графическом дизайне исчезала по мере его восприятия американским бизнесом и промышленностью. Демолитизированный «футуризм» современного дизайна соответствовал оптимизму американского бизнесмена и удовлетворял потребности общества в целом».

Список используемой литературы

- 1) Горошко П. О. Дизайн и мода: история успеха Ральфа Лорена и его компании//ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ В СОВРЕМЕННОМ ВУЗЕ: ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА. Материалы III-й международной научной конференции, в 2 т. . Том 2. Санкт-Петербург, 2020. С. 193-197
- 2) Гурова Е. А. Храм эlegantного конструктивизма [Текст] // Научный журнал. Дизайн и технологии. – 2013. – No 37(79). – С. 6 – 11
- 3) Гурова Е. А. Сипи Пинелес: первая женщина, изменившая мир графического дизайна//ДИЗАЙН И ТЕХНОЛОГИИ. 2016. № 52. С. 6-16
- 4) Клиффорд Д. Иконы Графического дизайна [Текст] // Джон Клиффорд [пер. с англ. А. В. Захарова]. – М.: Эксмо, 2015. – 240с
- 5) Михайлов С.М. История дизайна. Том 1,2: Учеб. для вузов. — Москва: Союз Дизайнеров России, 2004
- 6) Михайлова А. С. Национальные модели истории дизайна// МИРОВАЯ ХУДОЖЕСТВЕННАЯ КУЛЬТУРА XXI ВЕКА. ПРЕДМЕТНО-ПРОСТРАНСТВЕННАЯ СРЕДА И ПРОБЛЕМЫ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ. Коллективная монография по материалам Международной научной конференции. Том 1. Москва, 2021. С. 58-68
- 7) Рожнова . И. История Журнального Дизайна. [Текст] // Москва: Университетская книга, 2009. – 272с.
- 8) Сивулка Дж. Мыло, секс и сигареты. Из истории американской рекламы, СПб: Питер, 2002. — 576 с.
- 9) Шкотова О. В., Казакова А. В. Визуальная реклама и графический дизайн США XX века//ИННОВАЦИИ. НАУКА. ОБРАЗОВАНИЕ. 2021. № 5. С. 1323-1330

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/335952>