

FILMSKI PLAKAT OD ILUSTRACIJE DO PHOTOSHOPA

Ako slika vrijedi tisuću riječi, filmski plakat vrijedi tisuću slika. Odgovoran je za definiranje tona, priče i vizualnog stila filma u jednu veliku sliku—i na taj način može postati jednako kultan i utjecajan kao i film koji oglašava. Filmski plakat prošao je dug put od svojih skromnih, rukom crtanih početaka u danima nijemog filma, razvio se u pravu umjetničku formu tijekom zlatnog doba kinematografije i ranog blockbustera. Ali to ne biste znali iz šetnje hodnicima vašeg lokalnog multipleksa. Dok neke moderne tvrtke za izradu plakata kao što je Mondo i distributeri filmova poput A24 posvećuju potrebno vrijeme i maštu stvaranju jedinstvenog plakata, velika većina konzultanata za filmski marketing danas samo lijeno apliciraju Photoshopirane slike i nazivaju ih plakatom.

Dakle, što se dogodilo? Kao što kaže **Michael Barnett**, urednik tiskanog izdanja Marketing Weeka: „U većini slučajeva odabire se opcija niskog rizika, a to je odabir one opcije za koju istraživanje tržišta kaže da će se svidjeti ljudima koji će najvjerojatnije pogledati vaš film.“ Ponovno pokretanje beskrajnih nastavaka hollywoodskih filmova i porast kineskog plasmana proizvoda razlog su nezadovoljstva što je Hollywood dao prednost potrebi za zaradom nad kreativnošću i originalnošću, zanemarujući zanat stvaranja filmskih plakata.

U iščekivanju smo renesanse filmskog plakata.

POVIJEST FILMSKOG PLAKATA

Smatra se da je plakat nastao 1870-ih kada je pariški umjetnik i litograf Jules Cheret uveo tu tehniku tiska koja je proizvodila slike intenzivnih boja i bogate teksture. Do ranih 1890-ih pariške ulice bile su oblijepjene litografskim slikama na kojima se nalazilo sve od bicikala preko konjaka do cirkuskih predstava. Ove umjetne grafike postale su trenutne kolekcionarske stvari, stvarajući izložbe, časopise i trgovce.

PRVI FILMSKI PLAKAT

Možda je prvi filmski plakat bio onaj koji je napravio **Jules Cheret 1890.** za kratki film pod nazivom **Projections Artistiques**. Na litografskom plakatu prikazana je mlada djevojka koja drži plakat koji najavljuje vrijeme trajanja predstave. Dvije godine kasnije napravio je još jedan plakat za Theatre Optique Emilea Reynauda pod nazivom **Pantomines Lumineuses**.

Međutim, to je plakat za **L'Arroseur Arrosé** (također poznat kao **The Waterer Watered** i **The Sprinkler Sprinkled**), kratki crno-bijeli nijemi film iz 1895. godine, koji se smatra prvim plakatom ikad dizajniranim za promicanje nekog filma. Iako su se plakati koristili za oglašavanje kinematografskih emisija od 1890. godine, rani plakati obično su bili posvećeni opisivanju kvalitete snimaka i promicanju tehnoloških novosti. Ovaj plakat za L'Arroseur bio je drugačiji, ilustrirao ga je **Marcellin Auzolle**, a prikazuje publiku koja se smije u prvom planu.

Od zore hollywoodskog doba prije više od 100 godina, filmski plakati korišteni su kao medij za promicanje filmova s komercijalnom namjerom da se ljudi navedu da kupe karte. Tijekom godina stil filmova se razvijao, a s njime se mijenjao i dizajn filmskih plakata. Od 1920-ih do suvremenog doba

analizira se kako se proces promijenio od originalnih ručno crtanih slika umjetnika i ilustratora do današnjeg modernog računalnog softvera za digitalne ilustracije.

1920-e

Ovo desetljeće bilo je zlatno doba nijemog filma, divovska arhitektonska remek-djela počela su zamjenjivati simpatične kinodvorane, a dizajn plakata prešao je iz jednostavnog oglašavanja u oblik umjetnosti. Razvijeni su precizniji procesi ispisa koji omogućuju više detalja. Dizajn filmskog plakata ostao je prilično tradicionalnog tipa za to vremensko razdoblje, a većina filmskih plakata su bile ručno nacrtane ilustracije preko fotografija koje su prikazivale scene iz filma. Nakon izuma radija, filmaši su počeli eksperimentirati sa spajanjem zvuka i filma.

1930-e

Filmski plakati odražavali su novu eru Art decoa, koja je favorizirala geometrijske oblike i podebljane boje. Jedna vrlo uočljiva promjena bila je eliminacija detaljnih pozadina, prelazak na prazne bijele prostore. Suprotno očekivanoj reakciji, Velika depresija je zapravo uzrokovala da više ljudi dođe u kino kao reakcija na bijeg od surove stvarnosti.

Karakteristika tog doba bila je eliminacija detaljne pozadine s pomakom prema praznoj pozadini. Uočavamo rastuću sklonost ka ilustracijama koje se fokusiraju na glavne likove filma, posebice na lica, umjesto na prikaze scena

1940-e

Odmah nakon Velike depresije uslijedio je Drugi svjetski rat, a filmski studiji su odgovorili pokušavajući stvoriti atmosferu snažnog domoljublja. Premda su izgubili znatno manje posla od većine industrija, njihovi su proračuni za oglašavanje morali biti smanjeni. Također, nakon izuma televizije proizvedeno je manje filmova.

1950-e

Kako su se vojnici vraćali iz rata, potražnja za fantazijom je rasla. Tematika se promijenila iz rata u znanstvenu fantastiku i komediju. Budući da je televizija nastavila odvlačiti publiku, studiji su morali posegnuti za inovacijama kao što su širi ekrani i 3-D filmovi.

Dizajneri plakata pokušavaju konceptualne pristupe, kao što je plakat Ljubav u popodnevnim satima koji je bez znakova, naglašavajući tipografiju i suptilne naznake o filmskom sadržaju koji tvori pozadinu tipografije.

1960-e

Ovo desetljeće obilježilo je razdoblje filmova u kojima se pojavljuju teenagerski uzori i žanr filmovi snimljeni na plažama. Još jedan rastući žanr bili su akcijski filmovi, a zbog nedostatka smjernica za cenzuru, mogli su se proizvoditi filmovi koji su namijenjeni odraslima. Serija filmova o Jamesu Bondu 1964. s Dr Noom pomoglo je da se potakne akcijski žanr.

Plakati iz ovog desetljeća ne lišavaju se potpuno ilustracija, ali tipografija ima važniju ulogu u izgledu. Dizajneri plakata promijenili su sadržaj dizajna kako bi odgovarali sadržaju filmova.

1970-e

Ovo desetljeće nastavilo je trendove viđene 60-ih godina, s plakatima koji su i dalje koristili fotografiju i postupno ukidali slikarstvo. Uz popularnost Ratova zvijezda i Zvezdanih staza, ljubitelji filmova počeli su skupljati postere svojih omiljenih filmova.

Primjer brzog kretanja trendova u industriji dizajna, 1970-ih počinjemo viđati fotografije koje po prvi put igraju veliku ulogu u plakatima, često zauzimajući većinu platna s natpisom ubačenim ispod, naizgled kao naknadna misao .

1980-e

U 1980-ima su se razvili novi specijalni efekti, koji su utjecali na to kakve su slike odabrane za reklamne svrhe. Također su se razvile nove vrste plakata za oglašavanje na novom tržištu iznajmljivanja videa. Napravljeni su posebno za izlaganje u maloprodajnim videotekama.

Ovo je desetljeće u kojem filmski plakat počinjemo gledati u obliku sličnom onom koji smo navikli vidjeti danas. Velike fotografske pozadine češće su nego ikad, ali vrsta i slike su uravnoteženije nego što smo vidjeli u prethodnim desetljećima s jednim elementom koji je favoriziran u odnosu na drugi.

1990-e

S uvođenjem kompjuteriziranih efekata 1990-ih, plakati su počeli sadržavati fantastične slike egzotičnih stvorenja i lokacija. Međutim imamo fotografske pozadine, sa sloganima na vrhu, i imenima glavnih glumaca koji mirno sjede iznad naziva filma, obično pri dnu postera.

2000-e

Tijekom 1980-ih i 1990-ih, vidimo kako se evolucija filmskih plakata usporava dok su dizajneri pokušavali pronaći niz prihvatljivih izgleda. U 2000-ima vidimo postepena poboljšanja kako bismo pratili trendove u tipografiji i fotografiji. Potkraj desetljeća, kako minimalizam ulazi u modu, taj se utjecaj može vidjeti na plakatima filmova poput **Up**, **The Dark Knight** i **Buried**. To je odmak od uravnoteženijeg rasporeda koji se vjerojatno neće pokazati posebno bezvremenskim — ali zadovoljava današnje trendove.

HOĆE LI DIGITALNI MARKETING ZAMIJENITI FILMSKI PLAKAT?

Kako moderni troškovi tiska i distribucije i dalje rastu za filmske plakate, mnogi filmski studiji odlučuju promovirati svoje filmove putem televizije i interneta. Vidjeli smo da su digitalni mediji počeli prestizati tiskane medije. Iako oba dijele sličnosti u svojim temeljnim ciljevima, digitalni mediji imaju sposobnost doseći i privući daleko veću publiku.

Digitalni mediji mogu biti predstavljeni u raznim formatima kao što su portali društvenih medija Facebook, Twitter, Instagram, putem vlastitih web stranica filmskih studija, putem filmskih web stranica kao što je IMDb, raznih blogova za obožavatelje ili recenziranje i e-mailova koji mogu dosegnuti globalno tržište. Uz korištenje interneta koji premašuje preko tri milijarde korisnika – oko 40% svjetske populacije – i s 50% korištenja interneta temeljenog na pretraživanju, daje jasnu sliku zašto su se filmski studiji odlučili za digitalna tržišta.

Korištenjem filmskih web-mjesta kao što su IMDb traileri i drugi promotivni materijali mogu se postaviti lako i lako su dostupni masama. Filmskim studijima nudi mogućnost postavljanja mnoštva informacija koje se jednostavno ne mogu staviti na filmski poster. To su prednosti koje su digitalni marketing učvrstile iznad tiskanih medija.

Osim što koriste digitalne medije na internetu, mnoga kina sada koriste 'digitalnu' zamjenu tradicionalnih okvira filmskih plakata s digitalnim video ekranima. Digitalni filmski plakati nude mogućnost prikazivanja filmskih najava, animiranih fotografija ili jednostavnih animacija kako bi zainteresirali gledatelje filma i izazivali uzbuđenje. Ploče se mogu rotirati kako bi se prikazalo više filmova u jednom kadru, čime se eliminira potreba za jednim uokvirenim filmskim plakatom.

Za očekivati je da će se u budućnosti koristiti autostereoskopski zasloni, ovisno o tome koliko brzo se tehnologija može razviti, koja će pružiti 3D slike bez potrebe za posebnim pokrivalima za glavu ili naočalama.

Filmski plakati moćna su vizualna pomagala koja se koriste u promicanju tema i narativa u filmu. Analizirajući filmske plakate u odnosu na glavne filmske zvijezde i kultne filmove, imali su sposobnost izraziti filmske karakteristike, na primjer, filmski plakati koji su sadržavali slike Charlieja Chaplina i Marilyn Monroe odražavali su njihove statuse koji su odmah bili prepoznatljivi kod publike. To vrijedi i za filmske plakate za kultne filmove, koji sadrže poznate atribute koji su poklonici naslova prepoznavali. Unatoč tome, filmskim plakatom kao industrijom sve više dominira digitalni marketing koji papirne formate čini zastarjelim.

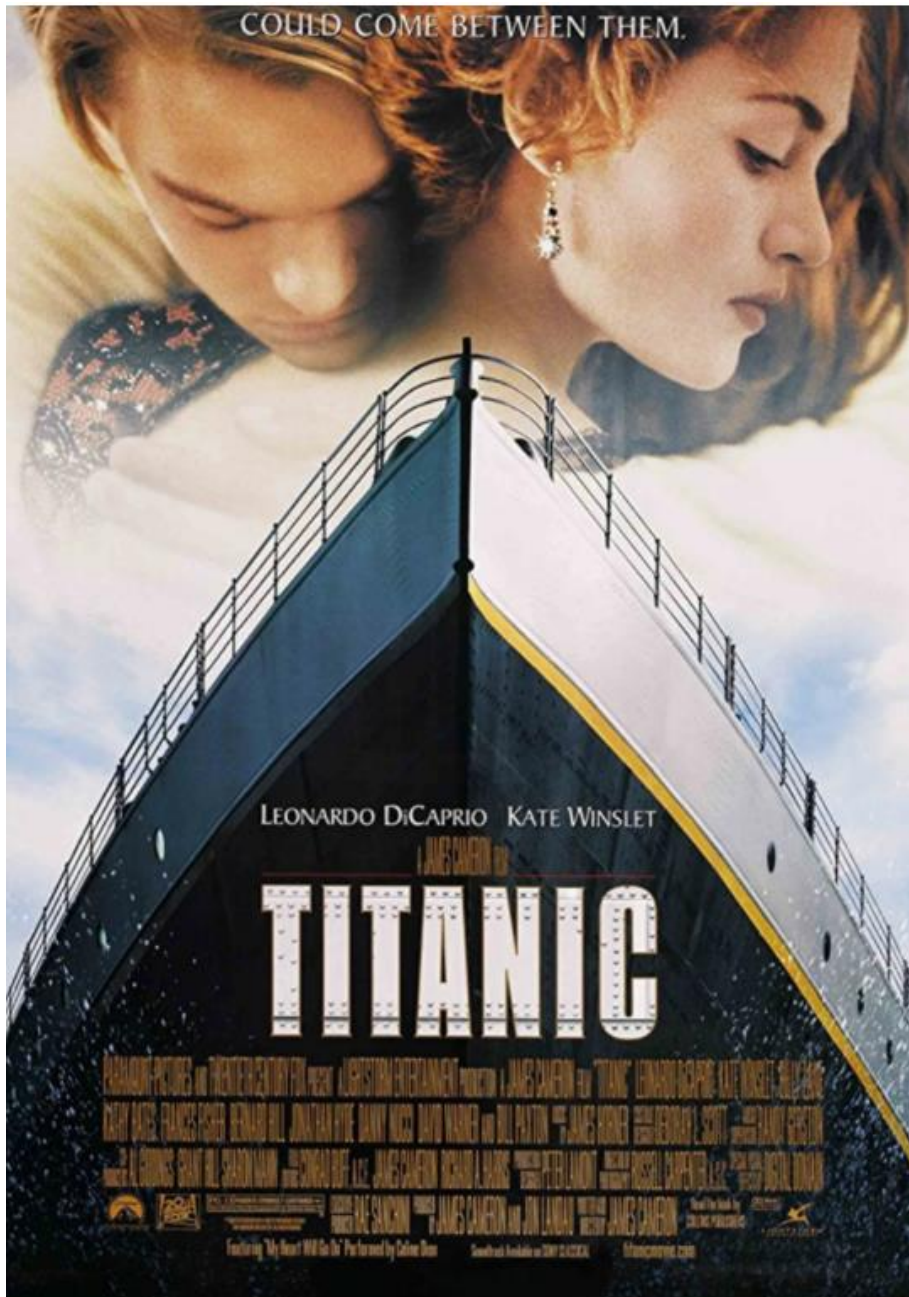


Metropolis 1927.

Jedini plakat na ovom popisu nije iz druge polovice 20. stoljeća, i to s dobrim razlogom. Prepoznatljivi nijemi klasik **Fritza Langa** pokrenuo je moderni žanr znanstvene fantastike sa svojim razrađenim scenografijama, fantastičnim gradskim pejzažima i duboko ukorijenjenim temama društvene kritike. **Heinz Schulz-Neudamm** koristio je mat slike grada koje se vide u filmu kao kamen temeljac za vertikalnu pozadinu nadahnutu Art Decoom, a robotska Maria u prvom planu nije nalikovala ničemu što je publika ikada vidjela. Zajedno s bizarnim, sporadično geometrijskim fontom naslova, **Metropolisov** poster bio je i ostaje jedinstveno postignuće za dizajn plakata, inspirirajući nebrojene filmaše i vizualne umjetnike do danas.

TITANIK

James Cameron je pravi vizionar, autor je Terminatora , Ponora i Avatara , i zauvijek mijenja filmsku industriju sa svakim uratkom. Međutim, njegov najveći doprinos području filmskih plakata je za njegov Oscarom nagrađeni film s najvećom zaradom, Titanic. Slika glasovitog preookeanskog broda koji prijeteći "cijepa" ekran nagovještavajući katastrofu naspram romanse između Jacka i Rose kao temeljne priče filma, čije su lebdeće glave u gornjoj trećini postera iznjedrile cijeli podžanr romantičnih plakata.



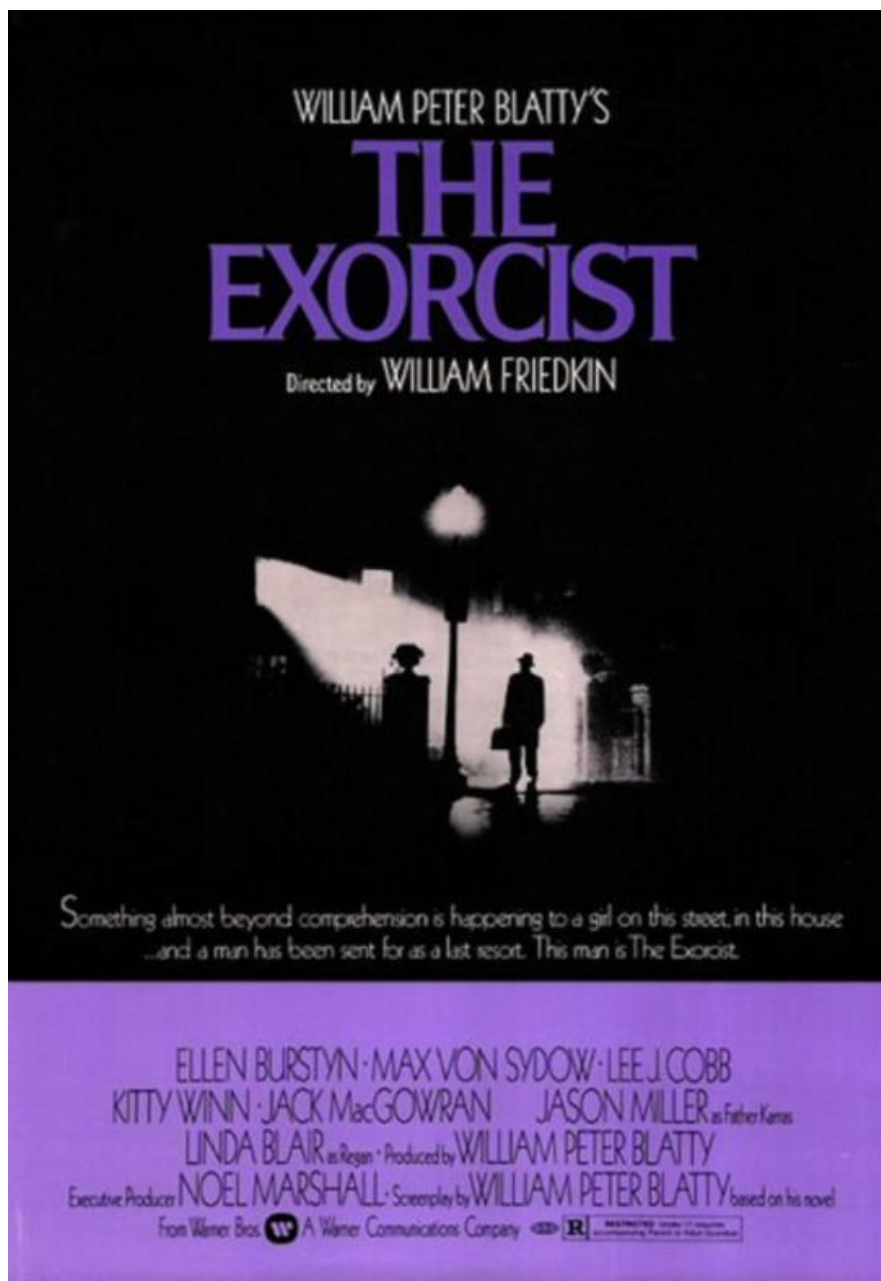
PULP FICTION

Genijalnost postera za **Pulp Fiction** je u tome što to zapravo nije poster za Pulp Fiction . Poster Jamesa Verdesota nema mnogo zajedničkog s filmom osim Mije Wallace i Ume Thurman, što je upravo ono što je trebao biti film inspiriran pulp romanima. Dotjeran dizajn, naljepnica od 10 centi i loše kupljeni rekviziti podsjećaju na romane iz kojih je Tarantino crpio inspiraciju i dodaju nostalgичni duh misterije oko onoga što ćete otkriti čim okrenete stranicu. Dodajte tome naslagani popis glumaca i poseban font naslova i dobit ćete plakat Pulp Fiction koji je potresao filmsku industriju kada je izašao.



EGZORCIST

Promičući nedvojbeno najveći horor film svih vremena, poster **Billa Golda** za **The Exorcist** odiše strahom u svakim inčhem, od slike oca **Merrina Maxa von Sydowa** koji dolazi u kuću MacNeil do ljubičastog fonta i donje trećine, do dvije rečenice Sinopsisa radnje: "Nešto gotovo izvan shvaćanja događa se djevojci u ovoj ulici, u ovoj kući... a muškarac je poslan kao posljednje sredstvo. „Ovaj čovjek je Egzorcist." Praktično možete čuti kako klavir počinje svirati.



SCARFACE

U svom dizajnu plakata kao oda raskoši novcu Miamijsa Briana de Palme iz 1980-ih, umjetnički direktor **Ed Richardson** odlučio se za minimalizam kako bi napravio možda najsveprisutniji filmski plakat. Kontrast između crne i bijele polovice koji dijele Tonyja Montanu na dva dijela ne samo da odaje počast izvorniku Howarda Hawksa iz 1932., demonstrira Tonyjeve unutarnje moralne borbe i stvara zapanjujuće jedinstvenu sliku –zbog nedostatka boljeg pridjeva, Al Pacino stvarno izgleda opasno, sažimajući intenzivne namjere iza rečenica kao što su “Vi žohari želite se igrati grubo? U redu, napunjen sam!”....



AL PACINO SCARFACE

In the spring of 1980,
the port at Mariel Harbor
was opened, and thousands
set sail for the United States.
They came in search
of the American Dream.

One of them found it on the
sun-washed avenues of
Miami... wealth, power and
passion beyond
his wildest dreams.

He was Tony Montana.
The world will remember
him by another name
...SCARFACE.

He loved the American Dream.
With a vengeance.

A MARTIN BREGMAN
PRODUCTION

A BRIAN DE PALMA
FILM

AL PACINO
"SCARFACE"

SCREENPLAY BY
OLIVER STONE

MUSIC BY
GIORGIO MORODER

DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY
JOHN A. ALONZO
A.S.C.

EXECUTIVE PRODUCER
LOUIS A. STROLLER

PRODUCED BY
MARTIN BREGMAN

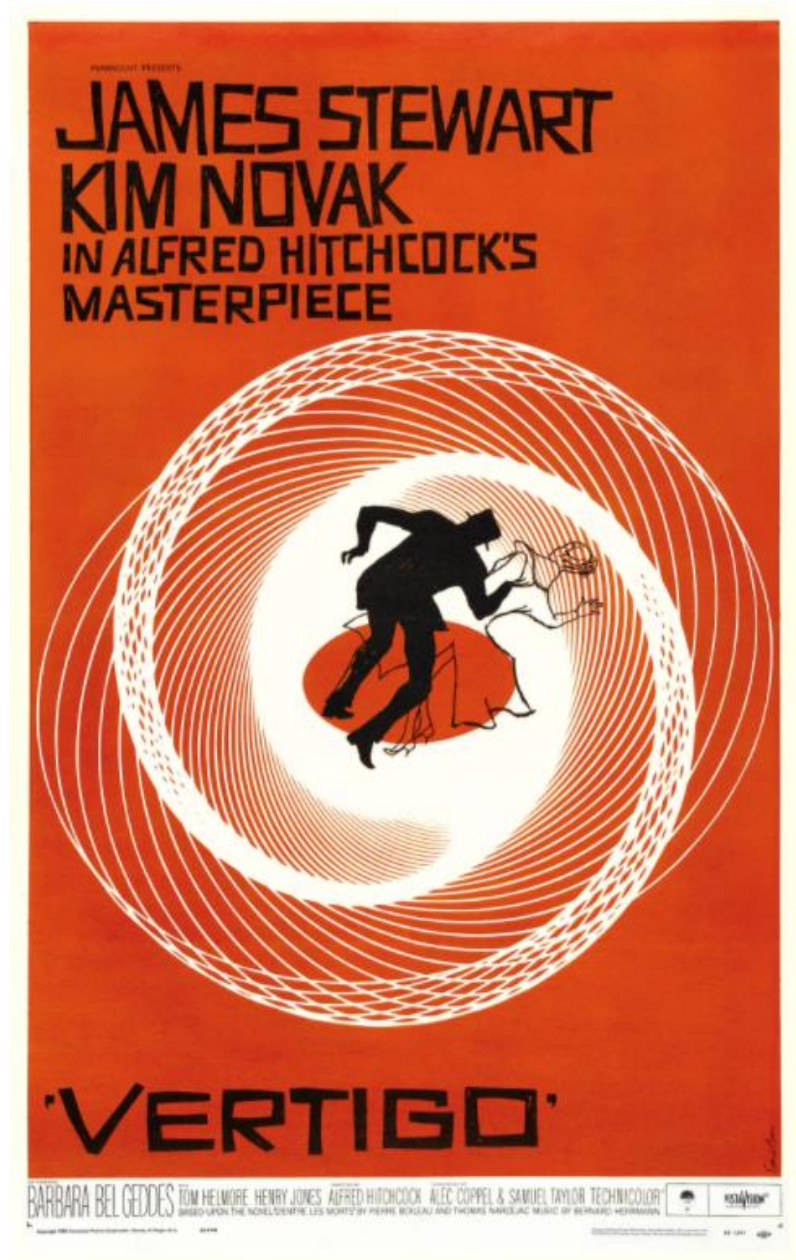
DIRECTED BY
BRIAN DE PALMA

UNIVERSAL PICTURES PRESENTS A UNIVERSAL PICTURE READ THE BERKLEY BOOK

R RESTRICTED
UNDER 17 REQUIRES ACCOMPANYING PARENT OR ADULT GUARDIAN

VRTOGLAVICA

Iako je njegov status najvećeg Hitchcockovog filma donekle diskutabilan, upečatljivi plakat **Saula Bassa** za *Vertigo* je, bez sumnje, najveći Hitchcockov plakat. Bass, koji je također dizajnirao mnoge Hitchcockove filmske plakate, bio je poznat po svom neobičnom dizajnerskom minimalizmu, a *Vertigo* plakat nije iznimka. Koristeći duboko narančastu pozadinu i spirograf koji podsjeća na pad u ludilo, Bass stavlja publiku u perspektivu muškarca odjevenog u crno u središte kadra, koji juri za užasnutom ženskom figurom. Plakat promovira činjenicu da je film remek djelo Alfreda Hitchcocka, ali se jasno vidi da je i sam remek djelo.



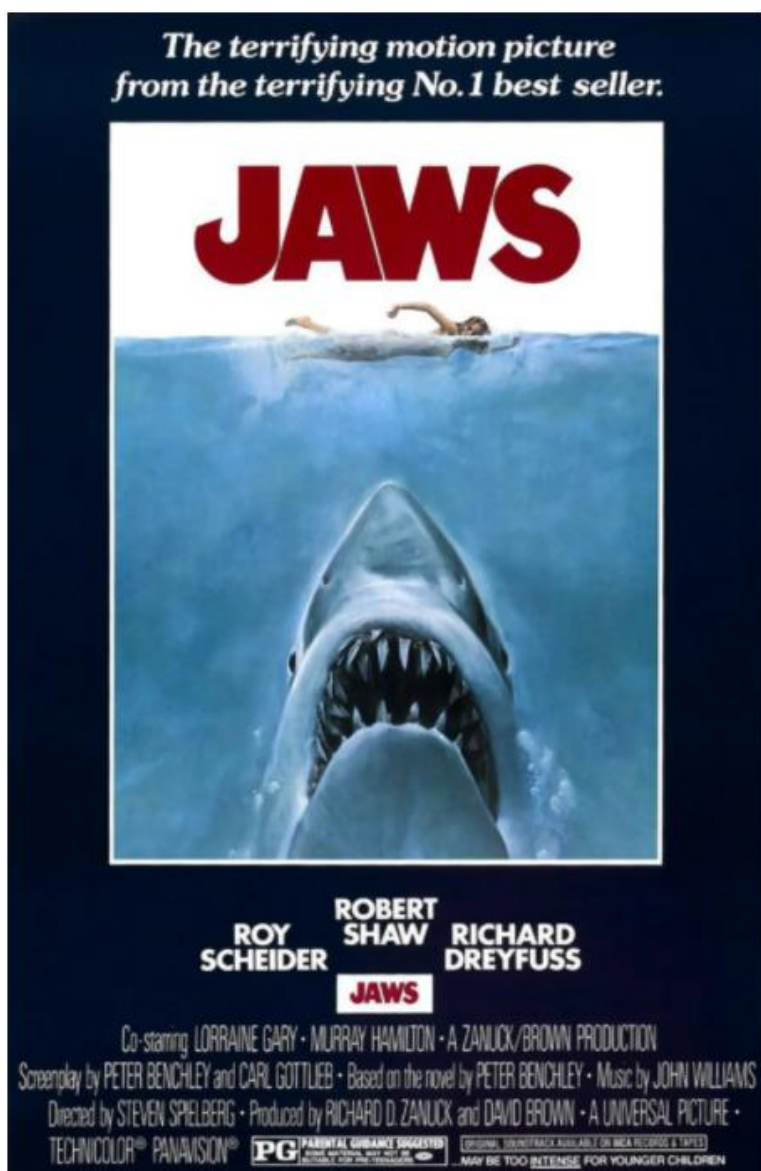
ALIEN

Uspoređujući ovaj poster s onima u nastavcima Aliena, posebno s Alien Covenant iz 2017., pokazuje koliko je učinkovit plakat bez Xenomorfa **Frankfurt Gipsa Balkinda** . Rangiran na vrh najvećih filmskih slogana svih vremena, "U svemiru, nitko te ne može čuti kako vrištiš" film prenosi jezivi doživljaj: zastrašujuće iskustvo smješteno na svemirskoj stanici s nekom vrstom čudovišta. Publika je bila preplavljena gomilom vizualnih slika iz Ratova zvijezda , prizor užasnog vanzemaljskog jaja koje je tek počelo pucati svakako je bio fascinantan. Alien postaje hit i pokreće cijeli žanr znanstveno-fantastičnih horora.



RALJE

Dubina filmografije Stevena Spielberga može se nadmašiti samo velikim brojem ikoničnih plakata. koje su iznjedrili njegovi filmovi: nostalgični portret Indiane Jonesa i Raiders of the Lost Ark , čudo i nada ET -a, mistika Jurskog park , ali niti jedan se ne može približiti posteru za Ralje. Izbjegavajući bilo kakve slike filmskih zvijezda ili crte koje objašnjavaju radnju filma, slika **Rogera Kastela** je maestralna u svojoj jednostavnosti, s blaženim neznanjem gole djevojke prema divovskom morskom psu ubojici koji vrebava tik ispod površine, sažimajući radnju i sukob filma u čudesnoj jasnoći. Baš kao što su Ralje zauvijek promijenile krajolik Hollywooda, njegov je plakat postao orjentir. Oponašali su ga više od četrdeset godina kasnije. Nije ni čudo što su se ljudi toliko bojali mora.



UMJETNICI FILMSKOG PLAKATA

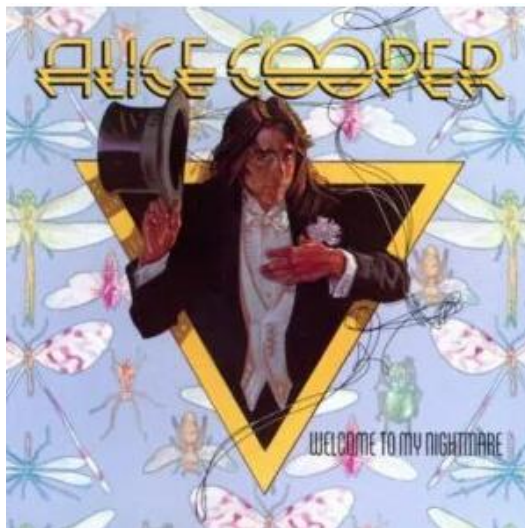
umjetnik nije identificiran na filmskom plakatu, a u mnogim slučajevima umjetnik je anonimn. Međutim, nekoliko umjetnika postalo je poznato zbog svojih izvanrednih ilustracija na filmskim plakatima. Neki umjetnici, kao što je **Drew Struzan**, često potpisuju svoja djela plakata, a potpis je uključen na distribuirane plakate.

- **Drew Struzan, Tom Jung Richard, Amsel John Alvin, Tom Chantrell, Bill Gold, Saul Bass, Reynold Brown**
- **Renato Casaro, Jack Davis, Frank Frazetta, Boris Grinsson, Al Hirschfeld, Mitchell Hooks, Braća Hildebrandt**
- **Burt Kleegeer, Mort Künstler, Frank McCarthy, Robert McGinnis, Bob Peak, Enzo Sciotti, John Solie, Howard Terpning, Boris Vallejo**

Drew Struzan rođen je 14. svibnja 1947. i umjetnik je poznat po svojim umjetničkim djelima filmskih plakata, koji uključuju sve filmove iz serijala Indiana Jones , Povratak u budućnost i Ratovi zvijezda . Također je završio rad na drugim filmovima kao što su Big Trouble in Little China , Harry Potter and the Sorcerer's Stone , Blade Runner , The Thing , Cannonball Run i Jurassic Park . U svojoj ranoj karijeri također je slikao omote albuma za mnoge poznate umjetnike, a kasnije u svojoj karijeri prešao je u kolekcionarske predmete i naslovnice knjiga.

Opisujući dva puta u karijeri rekao je da je kao likovni umjetnik mogao slikati što je htio, ali kao ilustrator mogao je slikati za novac.

Tijekom svojih 5 godina s PEE dizajnirao je omote albuma za mnoge umjetnike uključujući The Beach Boys, Bee Gees, Roy Orbisona, Black Sabbath, Glenna Millera, Iron Butterflyja, Alice Coopera, Bacha, Earth, Wind and Fire i Liberacea. Inače, časopis Rolling Stone nazvao je omot albuma Alice Coopera Welcome to My Nightmare u svojim 100 najboljih naslovnica albuma svih vremena.



postao vješt s airbrushom. Njegov prvi filmski poster pojavio se 1975. i iako je uglavnom radio na B-filmovima, kao što su Empire of the Ants , Food of the Gods , i Squirm , njegova popularnost je počela rasti.

Godine 1977., zajedno s Charlesom Whiteom III., kreirao je izdanje u stilu 'D' za Ratove zvijezda.



Drew Struzan izradio je poster za film Dane Nachman Batkid Begins: The Wish Heard Around The World . Njegov posljednji poznati rad bio je za JJ Abramsa, Ratovi zvijezda The Force Awakens objavljen 2015. Iako to nije službeno objavljena slika filma, bio je to promotivni poster proizveden u ograničenoj nakladi i pušten samo obožavateljima na D23 Expo 2015.

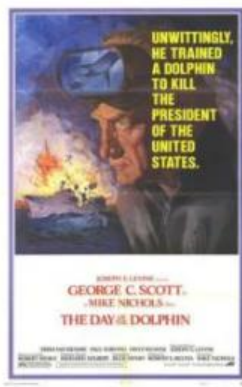


TOM JUNG

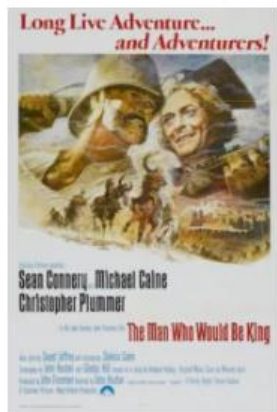


Thomas Jung (poznat kao Tom Jung) rođen je 13. veljače 1942. i umjetnički je direktor oglašavanja, grafički dizajner i ilustrator koji je najpoznatiji po svojim umjetničkim djelima filmskih plakata i radu kao crtač scenarija za filmove. Tom je radio na filmskim plakatima za filmove kao što su Doktor Živago, Grand Prix, Le Mans, Ratovi zvijezda, Psi rata, Carstvo uzvraća udarac i Bilo jednom u Americi.





Dan dupina



Čovjek koji bi bio kralj



Papillon



Carstvo uzvraća udarac
R82

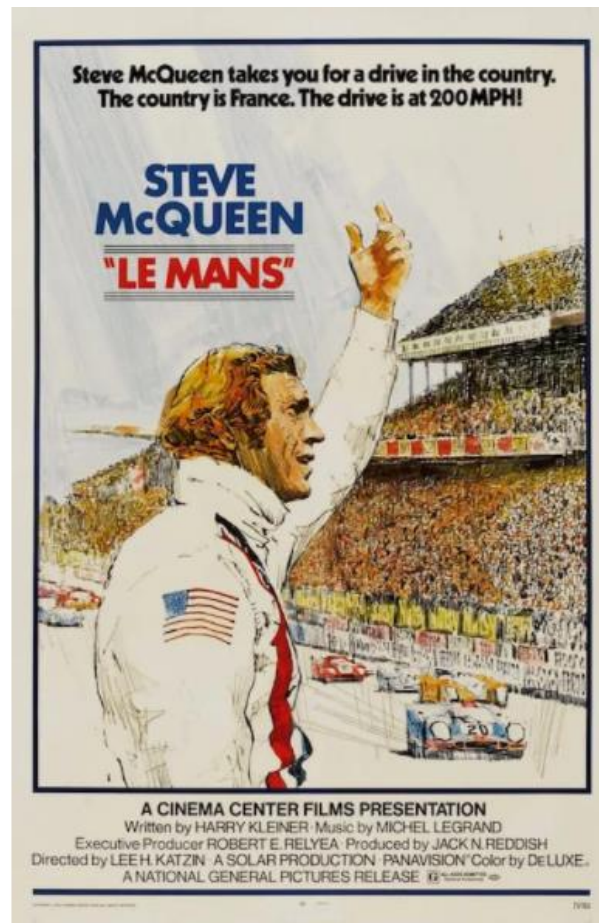
Godine 1958. angažirao ga je Ben Adler Advertising Services Inc. da redizajnira reklamne kampanje za strane filmove kako bi odgovarale američkoj publici. Izrađivao je novinske knjige i plakate koji su distribuirani kinima diljem zemlje. Njegov rad na filmovima La Strada i And Woman... Was Created pomogao je američkoj publici predstaviti čarobne genije redatelja Federica Fellinija i Rogera Vadima .



za Gone with the Wind, Tom je radio s Howardom Terpningom

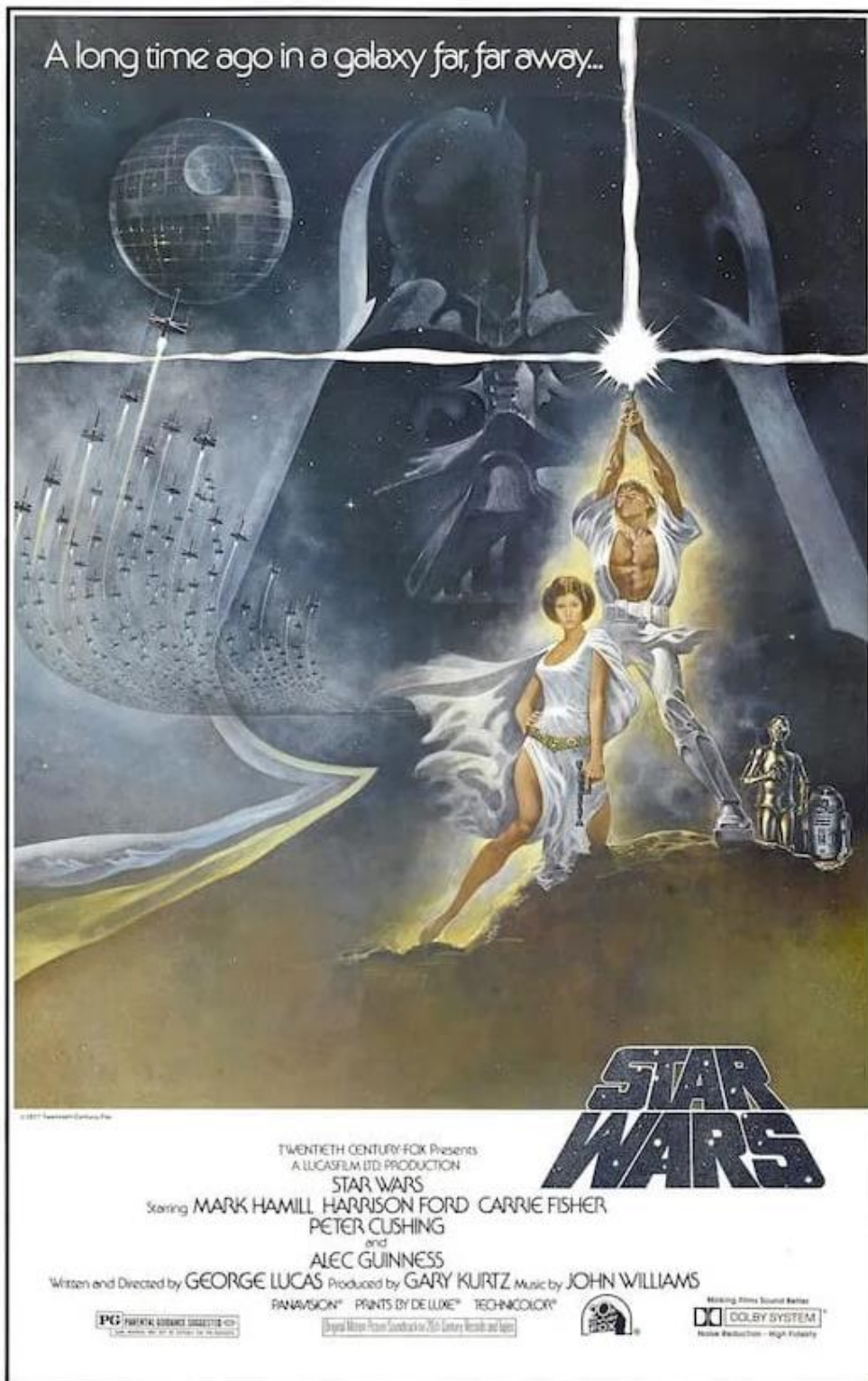
Godine 1968. Toma je angažirao Bill O'Hare, potpredsjednik oglašavanja u odjelu za kazališne filmove CBS-ove televizijske mreže Cinema Center Films, da radi na umjetničkoj režiji njihovog cjelokupnog rasporeda izdavanja od gotovo trideset filmova. Uz pomoć rezidentnog umjetnika Vincenta Marronea, Tom je dizajnirao i ilustrirao filmove kao što su Čovjek zvani konj, Mali veliki čovjek, Prime Cut i Le Mans sa Steveom McQueenom u glavnoj ulozi.

Godine 1973. Tom je radio na umjetničkom djelu za Papillon. Rekao je: "Bilo je očito da su Dustin Hoffman i Steve McQueen imali jedinstvene uloge u Papillonu, Steve je u to vrijeme predstavljao prkos s kojim bi se svaka osoba poistovjetila... prkos ugnjetavanju i autoritetu. Plakat napravljen na ovu temu savršeno se stopio s raspoloženjem filma".



Dok je 1977. radio kao slobodni ilustrator, Tom je izabran da radi na Ratovima zvijezda. Prije nego što je dovršio umjetničko djelo, dobio je temu 'Dobro nad zlom', zajedno s fotografijama u boji i crno-bijelu fotografiju, 2,25-inčnim fotografije. Prema Tomu, "križ" koji je formiran svjetlosnim mačem Lukea Skywalkerera postavljenim na pozadinskoj slici Dartha Vadera s duhovima bio je Tomov homage temi dobra protiv zla.

Tom bi često koristio članove svoje obitelji kao modele. Kada je radio na dizajnu plakata za Ratove zvijezda i imajući na umu Franka Frazetta svog posljednjeg ilustratora, koristio je svog sina Jeffa kao Lukea Skywalkerera i svoju ženu Kay kao princezu Leiu.

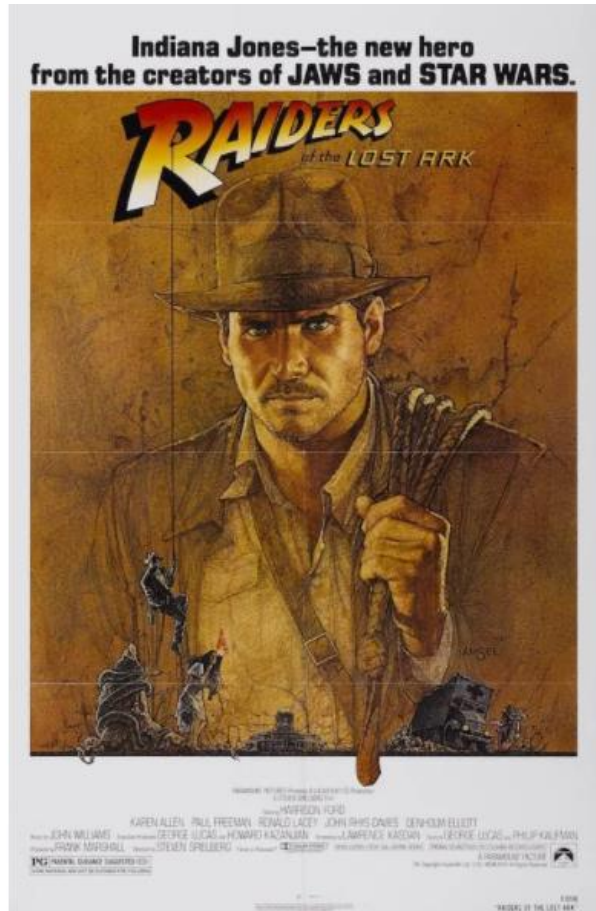
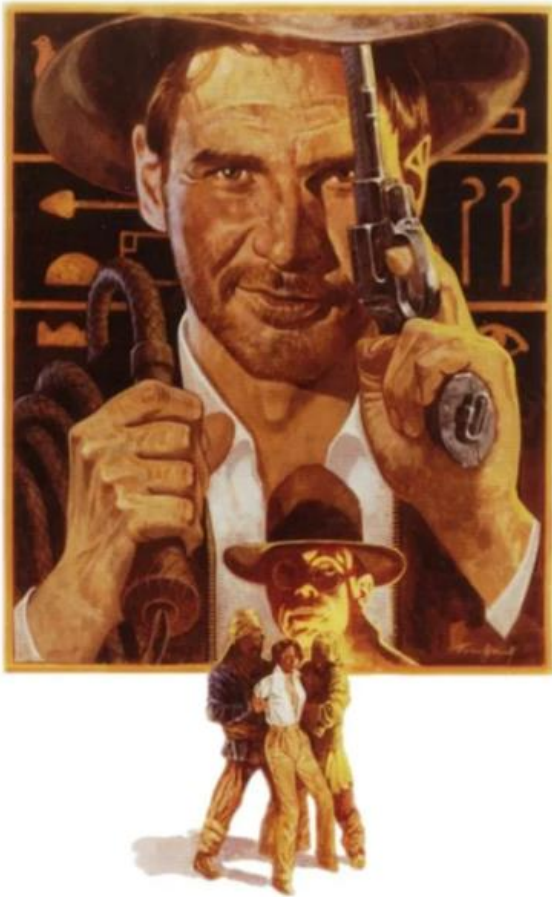


Godine 1978. radio je na umjetničkom djelu za Gospodara prstenova . Njegovo umjetničko djelo odabrano je za dizajn plakata 'Stil B' i prikazuje Gandalfa s Hobitima, Frodom i Samom, prikazano je u drugom stilu Tomovih prethodnih umjetničkih djela. Rekao je: "Vjerojatno sam napravio mnogo plakata kojih ljudi nisu svjesni: Papillon, Čovjek koji bi bio kralj i ... za Gospodara prstenova". Plakat je

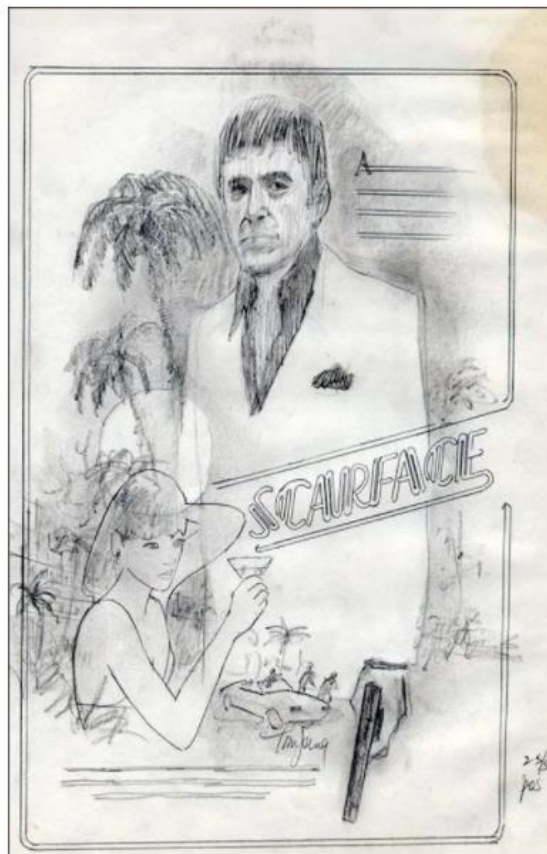
osvojio prvu nagradu za najbolju grafiku 1978. od Međunarodnog društva znanstvene fantastike, horora i fantazije.



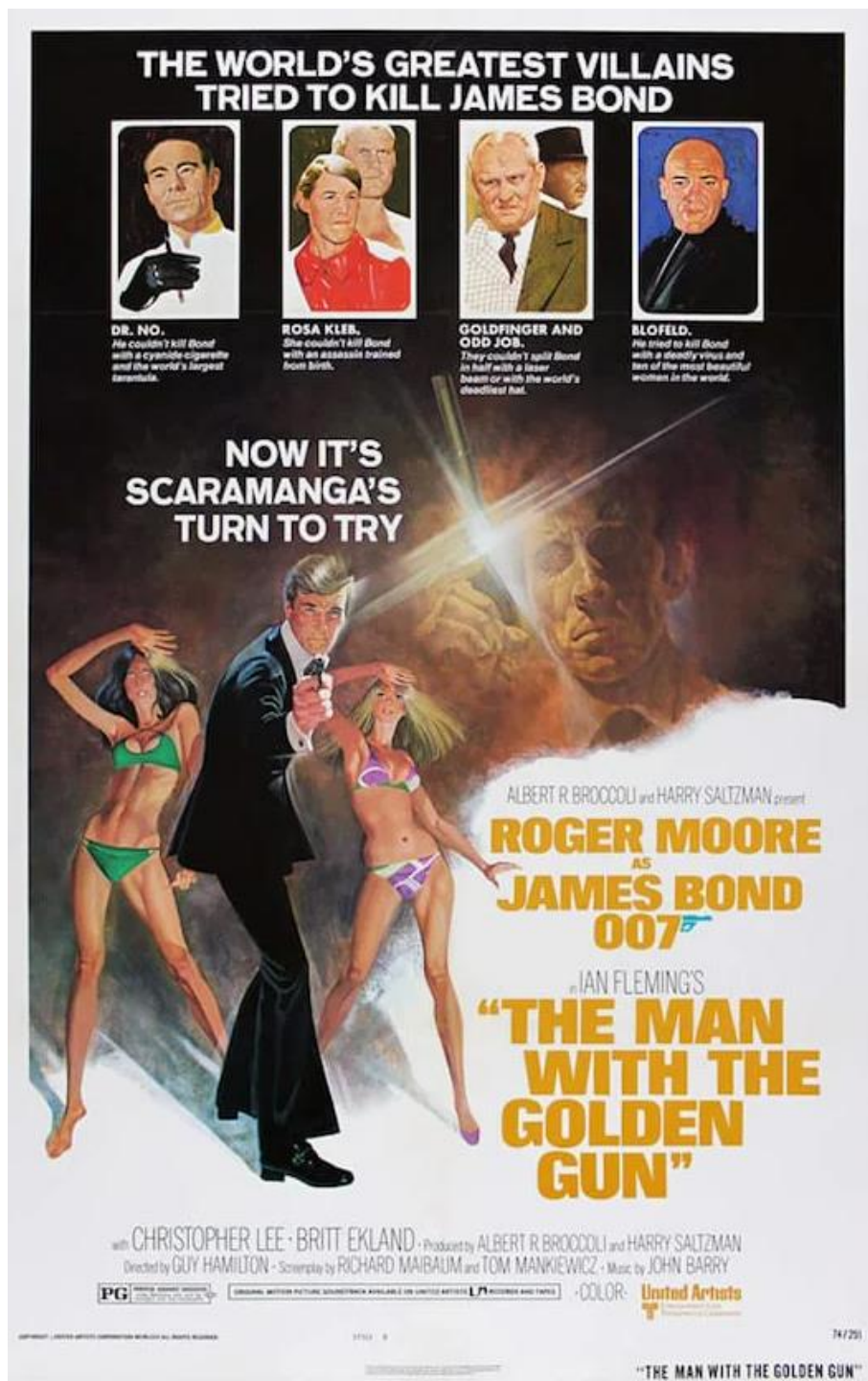
Godine 1981., Toma je kontaktirao Sid Ganis iz Lucasfilma, kako bi razvio konceptualne skice za Raiders of the Lost Ark. Na Tomovom umjetničkom djelu pištolj i bič istaknuti su u Indianinim rukama, no, iako koncept nije korišten, sačuvan je u arhivima Lucasfilma iako je za službeni plakat filma izabran rad Richarda Amstela bez pištolja i biča.



Radio je na raznim drugim konceptima za filmove, ali jedan od poznatijih je i Scarface 1983. godine

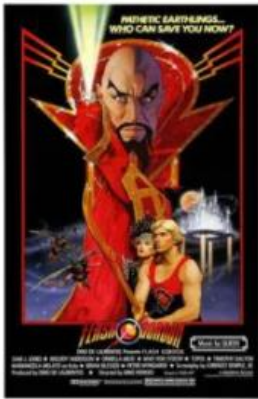


U intervjuu, Tom je upitan o njegovom dizajnu i radu ilustracije „Čovjek sa zlatnim pištoljem 'Villains Style' iz 1974., rekao je: "Originalna slika je napravljena na ilustracijskoj ploči 20x30 dvostruke težine, pola od standardnih 30 x40 ploča. Koristio sam akril, mogu ga koristiti transparentno ili neprozirno; brzo se suši i postojan je i može se preraditi. Koristio bih airbrushing za velike površine pozadine, olovke u boji, tinte i boje i tempere i sve ostalo što mislim da bi mi moglo dati željeni rezultat. Brusni papir. Brillo. Britvica s jednom oštricom."

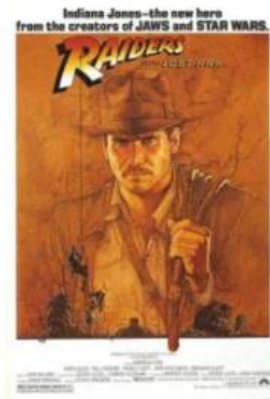


RICHARD AMSTEL

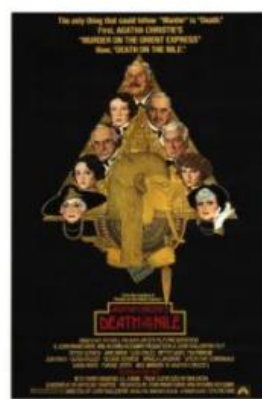
Richard Amsel rođen je 4. prosinca 1947., a preminuo 17. studenog 1985. Bio je ilustrator i grafički dizajner. Nažalost, njegova je karijera bila kratka nakon što ga je pogodila bolest, ali zapanjujuće uspješna, što je uključivalo široku paletu komercijalnih ilustracija, uključujući naslovnice albuma i časopisa, a možda je i dalje najpopularniji filmski plakat Richarda Amsela. Njegov portret komičarke Lily Tomlin za naslovnicu Time Magazina sada je dio stalne kolekcije Smithsonian Institution-a u Washingtonu DC



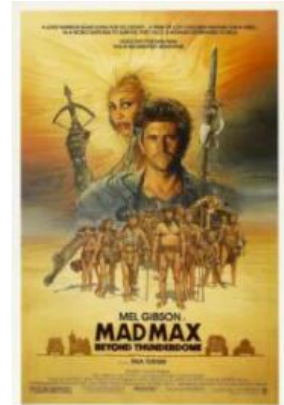
Flash Gordon



Raiders of the Lost Ark

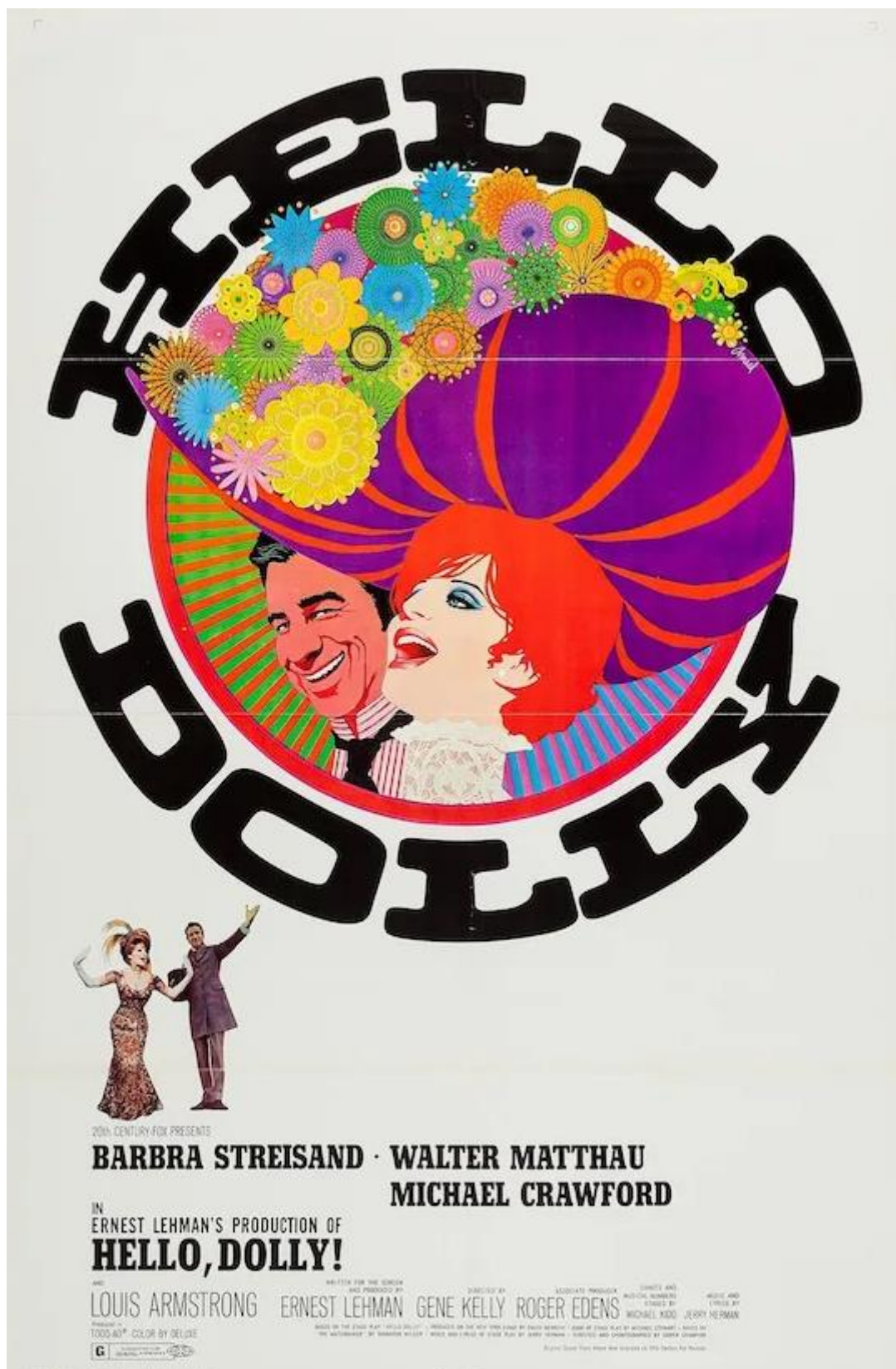


Smrt na Nilu



Mad Max Beyond
Thunderdome

Odabrao ga je 20th Century Fox za filmsku kampanju nakon nacionalne potrage za talentima umjetnika. U to je vrijeme Richard Amsel imao 22 godine.



Njegove su ilustracije privukle pozornost **Barryja Manilowa**. U to je vrijeme Barry Manilow bio mladi pjevač/autor pjesama koji je radio s Bette Midler, u to vrijeme zabavljač u nastajanju u cabaret klubovima i piano barovima. Brzo je odlučeno da će Richard Amsel napraviti omot za njezin prvi album, *The Divine Miss M*.

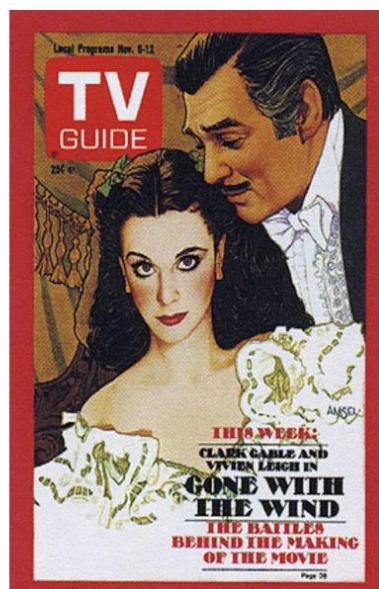
Radio je i na seriji reklama u časopisima za modnog dizajnera Olega Cassini-a. Popularnost mu je rasla tijekom 1970-ih uključivale su neke od najvažnijih i najpopularnijih filmova, ali njegova su umjetnička djela često bila uspješnija od filmova koje su promovirali.

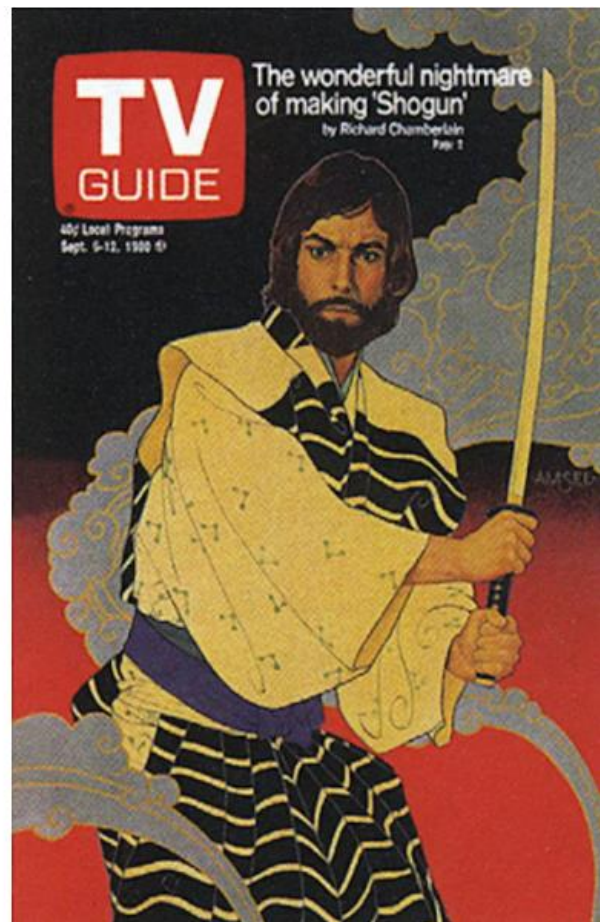
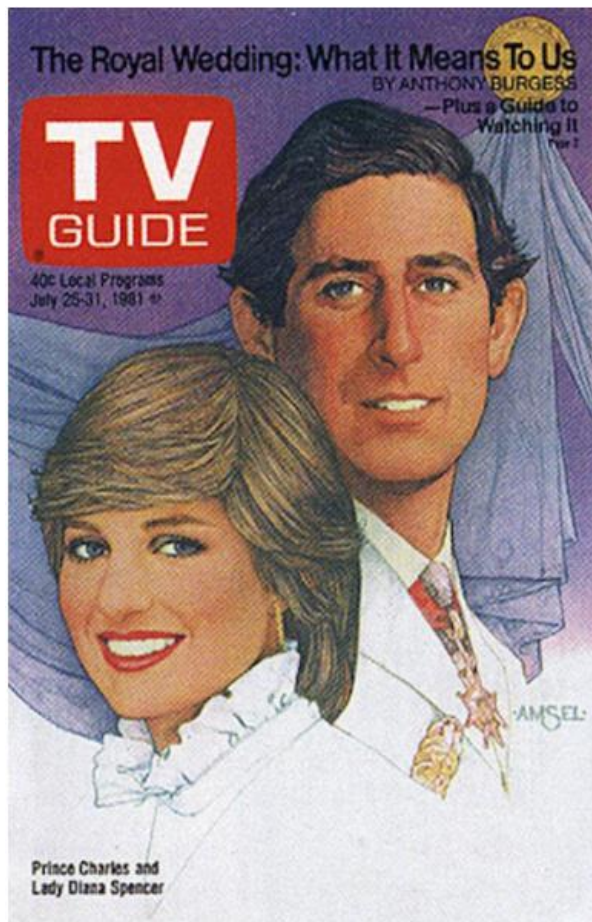
The Champ, Chinatown, Julia, The Last Picture Show, The Last Tycoon, The Life and Times of Judge Roy Bean, McCabe & Mrs. Miller, The Muppet Movie, Murder on the Orient Express, Nashville, Papillon (neiskorištena umjetnost iako korištena za kasnije ponovno izdanje 1977.), **The Shootist**. Također je dovršio umjetničko djelo za **The Sting**, s dizajnom plakata odajući počast slikarskom stilu JC Leyendeckera, evocirajući i njegovog **“Arrow Collar Man”** i njegove naslovnice za The Saturday Evening Post.





Godine 1972. TV Guide je naručio Richarda Amstela da napravi naslovnicu s vojvodom i vojvotkinjom od Windsora koja se poklopila sa snimljenim televizijskim filmom o njihovoj ljubavnoj vezi. Time je započela trinaestogodišnja suradnja Amstela i TV Guide-a





Naslovnica koju je dovršio sa Lily Tomlin za Time Magazine dovršena je u skladu s rokovima časopisa, njegoa ilustracija nastala je u samo dva-tri dana.

\$1.00

MARCH 28, 1977

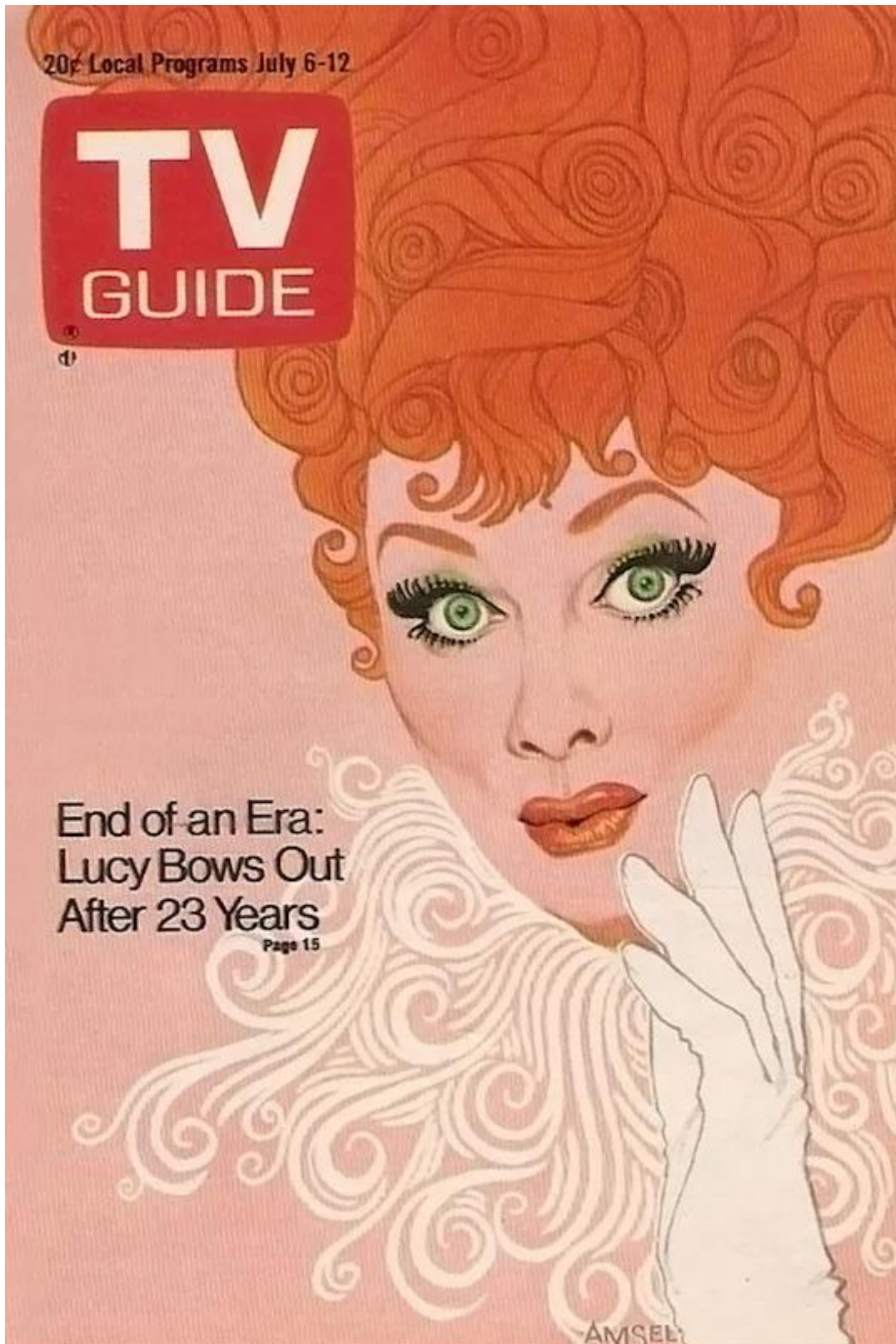
TIME



INSIDE White Roots: Looking for Great-Grandpa

Ilustracija za Luccile Ball

U čast komičarkinog povlačenja s televizije 6. srpnja 1974. Richard je o umjetničkom djelu rekao: "Nisam želio da portret bude Lucy Ricardo, ali nisam htio ni modernu Lucy Carter. Htio sam da ima isti bezvremenski osjećaj glamura koji ima i sama Lucy. Ona je ipak bivša Goldwyn Girl.



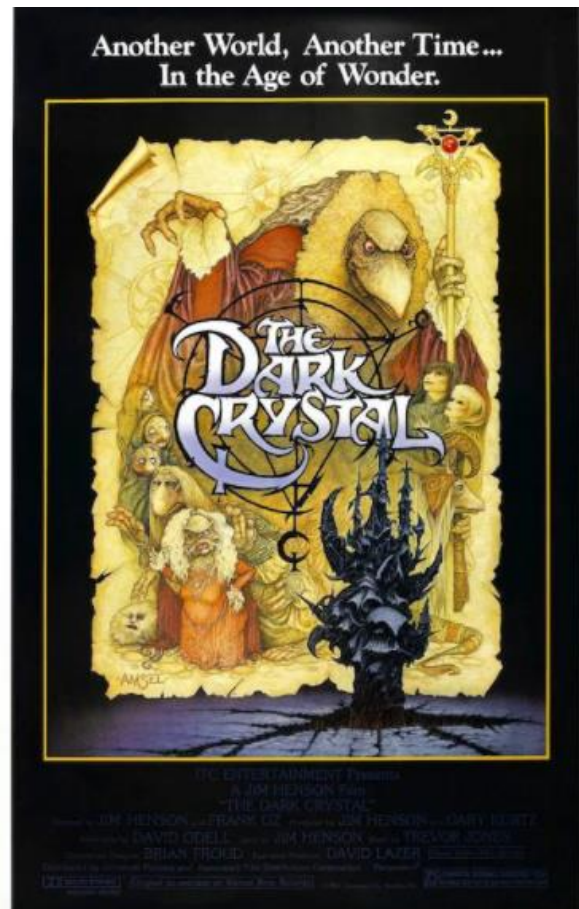
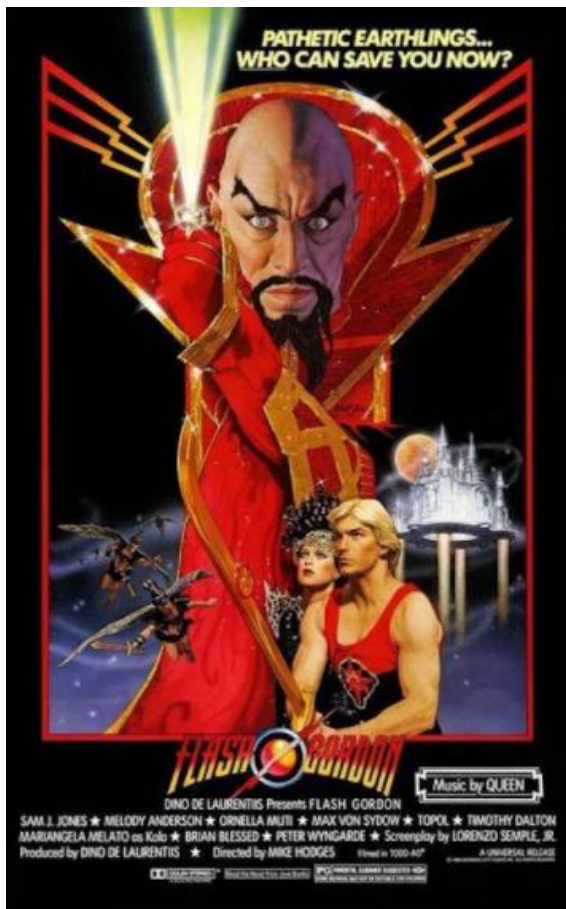
End of an Era:
Lucy Bows Out
After 23 Years

Page 15

AMSELI

OSAMDESETE SU DONIJELE PROMJENE

Dramatične promjene e u filmskim marketinškim kampanjama u 1980-ima dovele su do toga da se rad ilustratora rjeđe koristio, a umjesto toga prešlo se na fotografske slike. Uz redukciju za ručno crtane ilustracije koja je ograničila žanrove u kojima umjetnik može raditi, često ograničene na znanstvenu fantastiku, fantasy i avanturističke filmove. Tijekom tog vremena Richard Amsel je ostao produktivan, a njegov zaštitni znak postao je široko prepoznat na naslovnica časopisa i filmskim posterima. Njegovi filmski plakati iz 1980-ih uključivali su živopisnog Flasha Gordona i razrađenu fantaziju The Dark Crystal.

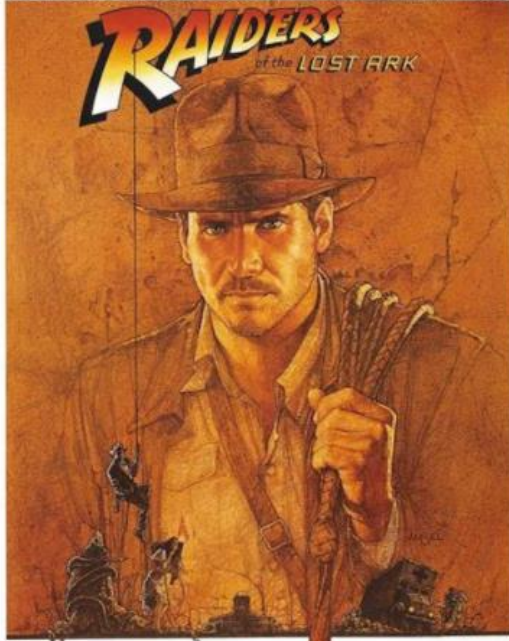




Mad Max

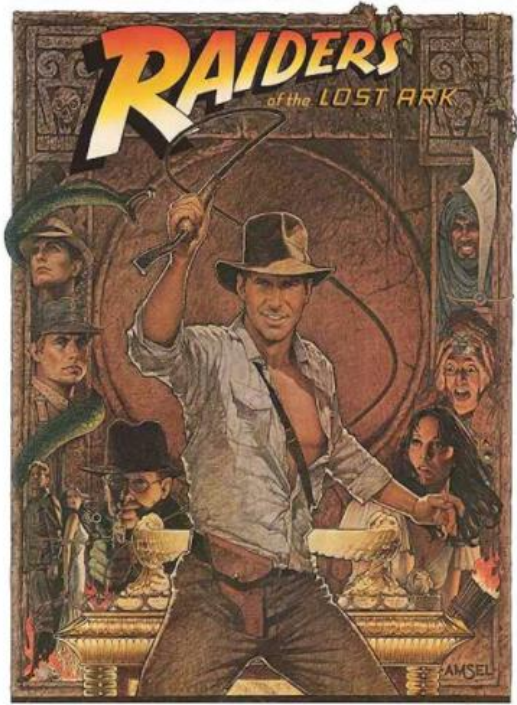
Možda najpoznatije ilustrativno djelo koje je dovršio Richard Amsel bilo je za **Raiders of the Lost Ark** . Dopršio je dva odvojena dizajna plakata; jedan za početno izdanje 1981. i drugi za ponovno izdanje 1982. Umjetničko se djelo nalazilo na mnogim plakatima objavljenim diljem svijeta. George Lucas i Steven Spielberg navodno posjeduju originale.

Indiana Jones—the new hero
from the creators of JAWS and STAR WARS.



PARAMOUNT PICTURES Presents A GEORGE LUCAS Film
Produced by STEVEN SPIELBERG
Starring HARRISON FORD
KAREN ALLEN PAUL FREEMAN RONALD LACEY JOHN RHYS-DAVIES DENHOLM ELLIOTT
Music by JOHN WILLIAMS
Executive Producers GEORGE LUCAS HOWARD KAZANJIAN
Screenplay by LAWRENCE KASDAN
Story by GEORGE LUCAS and PHILIP KAUFMAN
Produced by FRANK MARSHALL
Directed by STEVEN SPIELBERG
A PARAMOUNT PICTURE
© 1981 Paramount Pictures. All Rights Reserved.

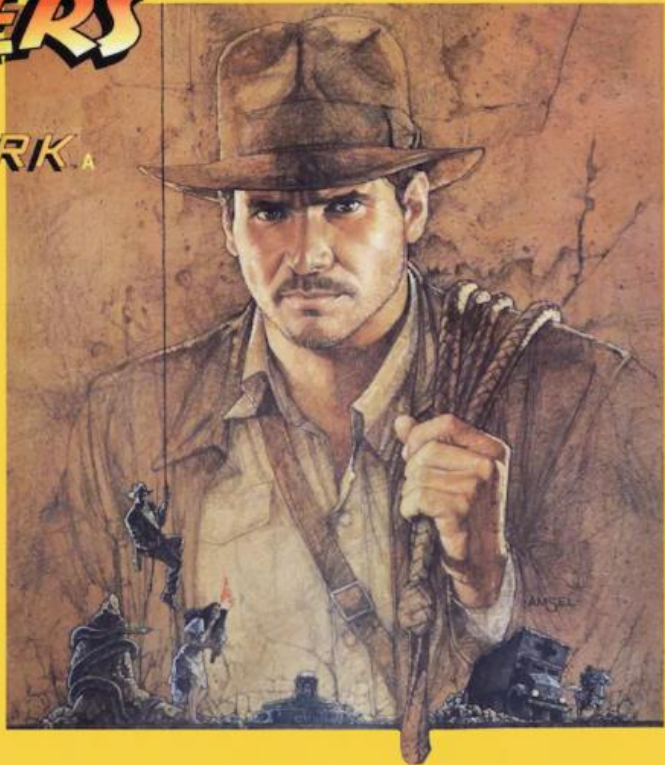
The Return of the Great Adventure.



PARAMOUNT PICTURES Presents A GEORGE LUCAS Film
Produced by STEVEN SPIELBERG
Starring HARRISON FORD
KAREN ALLEN PAUL FREEMAN RONALD LACEY JOHN RHYS-DAVIES DENHOLM ELLIOTT
Music by JOHN WILLIAMS
Executive Producers GEORGE LUCAS HOWARD KAZANJIAN
Screenplay by LAWRENCE KASDAN
Story by GEORGE LUCAS and PHILIP KAUFMAN
Produced by FRANK MARSHALL
Directed by STEVEN SPIELBERG
A PARAMOUNT PICTURE
© 1981 Paramount Pictures. All Rights Reserved.

RAIDERS of the LOST ARK

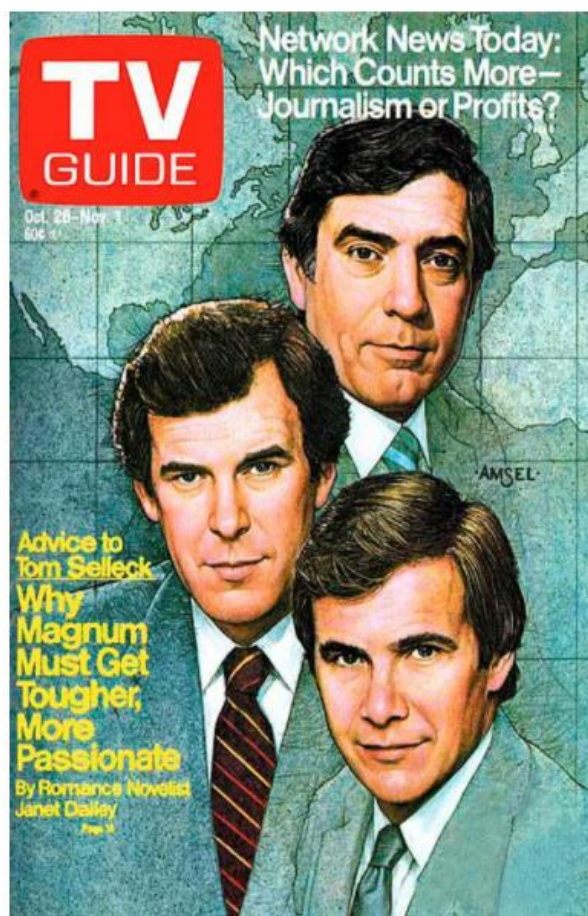
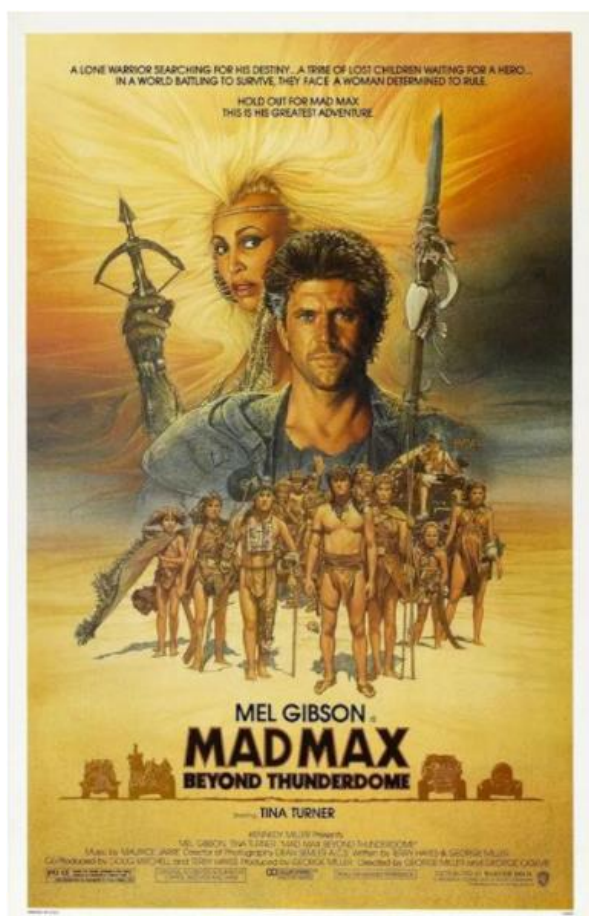
The creators of Jaws
and Star Wars
now bring you
the Ultimate Hero
in the Ultimate Adventure



PARAMOUNT PICTURES Presents A GEORGE LUCAS Film
Produced by STEVEN SPIELBERG
Starring HARRISON FORD
KAREN ALLEN PAUL FREEMAN RONALD LACEY
JOHN RHYS-DAVIES DENHOLM ELLIOTT
Music by JOHN WILLIAMS
Executive Producers GEORGE LUCAS HOWARD KAZANJIAN
Screenplay by LAWRENCE KASDAN
Story by GEORGE LUCAS and PHILIP KAUFMAN
Produced by FRANK MARSHALL
Directed by STEVEN SPIELBERG
ORIGINAL CONCEPT BY JON COPELAND & PETER RABE
READ THE BOOK BY RICHARD
& FRANK MARSHALL
DISTRIBUTED BY CINEMA INTERNATIONAL CORPORATION
© 1981 Paramount Pictures. All Rights Reserved.

Richard Amsel mogao bi izazvati nostalgiju naslovima poput **The Sting** i vesternima kao što su **McCabe & Mrs Miller**, dok je također proizveo nešto bezvremensko i kultno, savršeno pristajalo i nečemu starom i nečem novom.

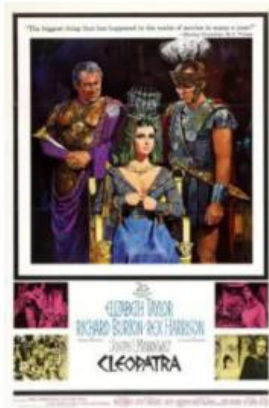
Posljednji filmski poster koji je Richard Amsel dovršio prije svoje smrti bio je za **Mad Max Beyond Thunderdome**, treći apokaliptični akcijski filmovi Georgea Millera s Melom Gibsonom. Njegovo posljednje umjetničko djelo za TV Guide predstavljalo je voditelje vijesti Tom Brokaw, Peter Jennings i Dan Rathe



Iako je njegova karijera bila kratka, karijera Richarda Amsela bila je zapanjujuće uspješna, uključujući široku paletu komercijalnih ilustracija, uključujući naslovnice albuma i časopisa i filmske plakate. Međutim, sami su njegovi filmski plakati odgovarali ili premašivali kreativni učinak mnogih njegovih suvremenika.

HOWARD TERPNING

Guns of Navarone, Kleopatra, The Sound of Music



Kleopatra



Doktor Živago



Nestao s vjetrom



Zvuk glazbe

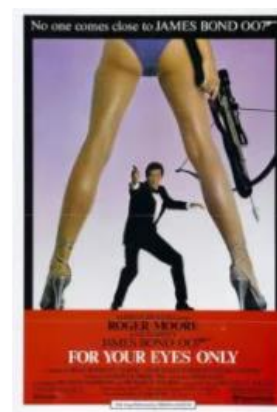
TOM CHANTRELL

Ratovi zvijezda, Zarobljenici izgubljenog svemira, Zulu Zora, Zemlja koju je vrijeme zaboravilo



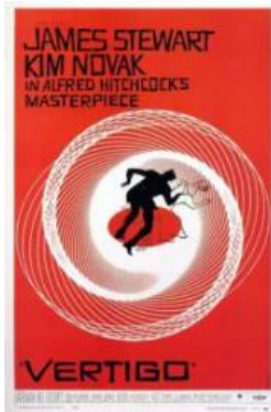
BILL GOLD

Prljavi Harry, Casablanca, Paklena naranča, Samo za tvoje oči



SOUL BASS

Vrtoglavica, Sjaj, Čovjek sa zlatnom rukom, Čovjek ptica iz Alcatraza, Ljubav poslijepodne



Vrtoglavica



Čovjek sa zlatnom rukom



Čovjek ptica iz Alcatraza



Isijavanje

BORIS GRINSSON

Plavi Max, Ispod planeta majmuna, Sedmogodišnji svrab, ponosan i profan



Plavi Max



Ispod Planeta majmuna



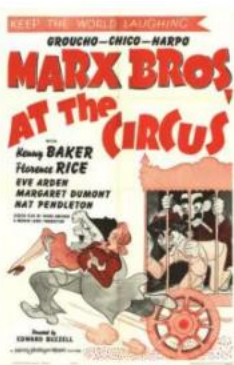
Sedmogodišnji svrab



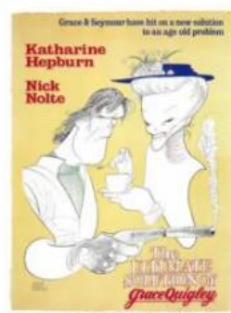
Ponosan i profan

AL SCHIRFELD

The Sunshine Boys, Noises Off, The Ultimate Solution of Grace Quigley, At the Circus



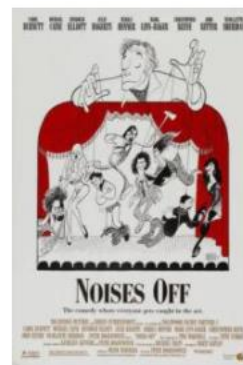
U Cirkusu



Konačno rješenje Grace Quigley



Sunshine Boys



Šumovi isključeni

MICHELL HOOKS

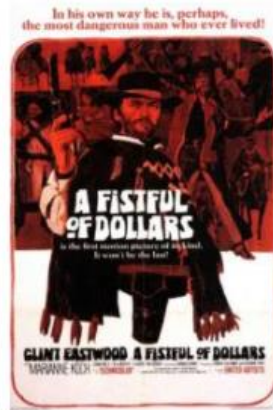
Dr. No, pješčani šljunak, El Dorado



dr. br



Za nekoliko dolara više



Šaka dolara



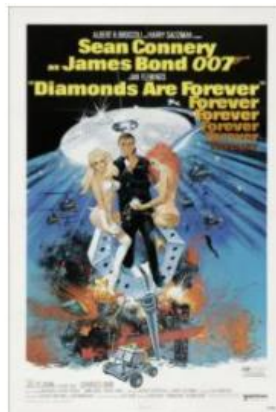
Dva za klackalicu

ROBER Mc GINNIS

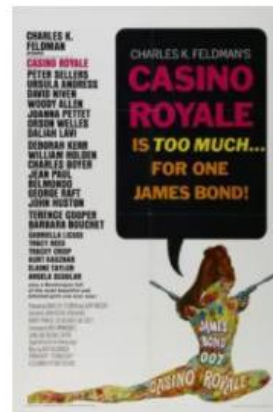
Casino Royale (1967), Doručak kod Tiffanyja



Doručak kod Tiffanyja



Dijamanti su vječni



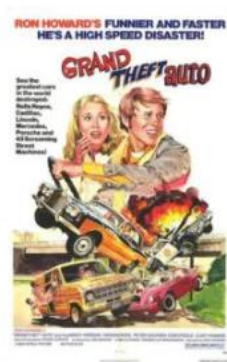
Casino Royale (1967)



Barbarella

JOHN SOLIE

Shaftov veliki rezultat, Capone



Grand Theft Auto



Capone



Shaftov veliki rezultat



Smokey i Bandit

JOHN ALVIN

Blade Runner, Kralj lavova, ET Izvanzemaljci, Gremlini



IZVORI: <https://www.complex.com/pop-culture/the-most-iconic-movie-posters-of-all-time/titanic>

<https://postercollector.co.uk/articles/famous-movie-poster-artists/>

<https://postercollector.co.uk/articles/history-of-movie-posters/>