

Streszczenie

Przedmiotem pracy jest zagadnienie oszczędnej formy plakatu artystycznego w kontekście komercjalizacji i aktualnych standardów marketingowych. Z uwagi na efektywną promocję wydarzeń kulturalnych, liczne wystawy, różnorodną tematykę dzieł oraz ich publikację w formie cyfrowej stwierdzono, że artystyczna forma jest wciąż popularna wśród twórców. Następnie poruszono kwestię sposobów oddziaływania oraz szans wykorzystania oszczędnego w formie plakatu na tle współczesnych komercyjnych trendów. W pracy przedstawiono wpływ plakatu filmowego na rozwój kultury wizualnej, z rozróżnieniem plakatów komercyjnych i artystycznych oraz uwzględnieniem oszczędności formy w kontekście kultury nadmiaru. Nacisk położono na współczesne festiwale i przeglądy filmowe ze względu na homogeniczność ich odbiorców, będącą jedną z przyczyn, dla których – w kontekście tematu pracy – plakat filmowy i festiwalowy stanowi alternatywę wobec norm kultury wizualnej massmediów i komercyjnej reklamy.