



766:03.007:069:655.1:7.012

DOI 10.33625/visnik2021.01.005

ID ORCID 0000-0002-7355-1036

ID ORCID 0000-0003-0719-2319

ШРИФТОВИЙ ПЛАКАТ: ТВОРЧИЙ МЕТОД ДИЗАЙНЕРІВ РІЗНИХ КУЛЬТУРНИХ РЕГІОНІВ АЛФАВІТНОЇ СИСТЕМИ ПИСЕМНОСТІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ КОЛЕКЦІЇ «4-Й БЛОК: МУЗЕЙ, АРХІВ, ЛАБОРАТОРІЯ»)

Іваненко Т. О., Мудаліге О. І. Шрифтовий плакат: творчий метод дизайнерів різних культурних регіонів алфавітної системи писемності (за матеріалами колекції «4-й БЛОК: музей, архів, лабораторія»). У статті висвітлено особливості шрифтового плаката з колекції «4-й БЛОК: музей, архів, лабораторія» (надалі – «4-й БЛОК: МАЛ») авторства чотирьох провідних сучасних дизайнерів з різних культурних регіонів алфавітної системи писемності, а саме: Пола Пітера Піча (Великобританія), Паули Трокслер (Швейцарія), Паріси Ташакорі (Іран), Пола Шер (США). Приділено увагу особливостям їх творчих методів, експериментальним знахідкам, специфіці композиційних засобів та прийомів шрифтового дизайну. Зроблена спроба припустити та з'ясувати, чи впливає менталітет та світоглядні універсалії кожної нації на специфіку культурних творів конкретної країни, зокрема на шрифтове рішення в дизайні плаката. Так, належність Пола Пітера Піча до англійської культури з її індустріальною спрямованістю, розквітом медійної справи та

робочими рухами відбилася на характері його шрифту. Вихована на традиціях швейцарського дизайну, Паула Трокслер навмисно порушує просторову єдність шрифтової композиції. Унікальність шрифтових плакатів Паріси Ташакорі полягає у спробі жінки-дизайнера наголосити на протиріччі в суспільстві між необхідністю емансипації і потребою повернути жінці її традиційні ролі. Авторка, як спадкоємиця іранської культури каліграфічних написів, застосовує єдиний комплекс шрифтової композиції із залученням зображення. Плакати Пола Шер натхнені міською мовою графіті, сітковою структурою вулиць Нью-Йорка та геометричними обсягами висотних будівель. У контексті актуальних напрямів і пошуків в області шрифтового плакату означено перспективи для подальшого методичного аналізу творчих набутків дизайнерського середовища окремих країн та їх усвідомлення в рамках науково-дослідницького характеру роботи. Окреслено напрямки подальшого дослідження візуальної мови шрифтового плаката з колекції «4-й БЛОК: МАЛ» з урахуванням реалій метамодернізму.

Ключові слова: плакат, шрифт, типографіка, шрифтовий дизайн, культурний регіон, творчий метод.

Ivanenko T., Mudalige O. Font Poster: Creative Method of Designers from Different Cultural Regions of the Alphabetic Writing System (Based on the Materials of the Collection “The 4th BLOCK: Museum, Archive, Laboratory”). The article highlights the features of the font poster from the collection of “The 4th BLOCK: Museum, Archive, Laboratory” (further – “The 4th BLOCK: MAL”) by four leading contemporary designers from different cultural regions of the alphabetical writing system, namely: Paul Peter Piech (UK), Paula Troxler (Switzerland), Parisa Tashakori (Iran), Paula Scher (USA). Attention is paid to the peculiarities of their creative methods, experimental findings, specifics of compositional means and methods of font design. An attempt is made to assume and find out whether the mentality and worldview universals of each nation affect the specificity of cultural works of a particular country, in particular, the font used in the design of the poster. Thus, the fact that Paul Peter Piech belonged to English culture with its industrial orientation, the flourishing of the media business and labor movements, was reflected in the character of his font. Raised in the tradition of Swiss design, Paula Troxler deliberately destroys the spatial unity of the font composition. The unicity of Parisa Tashakori's font posters lies in the attempt of the woman-designer to emphasize the contradictions in society between the need for emancipation and the need to return a woman to her traditional roles. The author, as the heir to the Iranian culture of calligraphic inscriptions, uses a single complex of font composition with the involvement of images. Paula Scher's work is inspired by the urban graffiti language, the networked structure of New York streets and the geometric volumes of high-rise buildings. In the context of current trends and searches in the field of font posters, the prospects for further methodological analysis of the creative achievements in the design environment of individual countries and their awareness within the framework of the research nature of the work

are identified. The directions in further research of the visual language of the font poster from the collection of the "The 4th BLOCK: MAL" are determined, taking into account the realities of "metamodernism".

Keywords: poster, font, typography, font design, cultural region, creative method.

Постановка проблеми. Наявність вагомого плакатного матеріалу зі зразками сучасного шрифтового мистецтва в колекції «4-й БЛОК: МАЛ» підтверджує, що у всьому світі дизайнери вивчають, досліджують і розширюють межі виражальних можливостей шрифтової графіки, демонструють своє неповторне бачення букв і цифр алфавітної системи писемності. Це дизайнери, що отримали визнання ще в ХХ ст., деякі з них продовжують активно працювати сьогодні. Незважаючи на значну активність графічних дизайнерів і їх явний інтерес до шрифтового дизайну й експериментальної типографіки, у сфері теоретичних досліджень існує певний дефіцит стосовно культурно-регіональних особливостей саме шрифтового плаката з колекції, зібраної під час Міжнародних трієнале екологічної графіки та плаката «4-й Блок».

Поза увагою залишаються шрифтові плакати з колекції «4-й БЛОК: МАЛ», створені дизайнерами з різних континентів, чий самотутнє мистецтво потребує уважного вивчення, чий досвід можуть використовувати молоді дизайнери, які тільки навчаються майстерності. Кожний митець несе в собі неусвідомлене почуття власної культури, живодайне духовне джерело свого народу, за якими стоять тисячоліття розвитку. Методичний аналіз цих робіт дозволить ознайомитись із творчими набутками окремих країн у галузі шрифтового плакату, осмислити їх у рамках науково-дослідницького характеру розвідки.

Мета статті – розглянути особливості дизайну шрифтових плакатів на прикладі робіт чотирьох провідних дизайнерів із різних культурних регіонів алфавітної системи писемності, чий плакати зберігаються в колекції «4-й БЛОК: музей, архів, лабораторія».

Зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Дослідження виконано в рамках наукових проєктів кафедри графічного дизайну ХДАДМ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тематика міжнародного екологічного трієнале «4-й Блок» у різні роки приваблювала погляди науковців. Так, насамперед відзначимо роботу О. Северіної «Екологічний плакат: становлення та розвиток (за матеріалами Міжнародних трієнале "4-й Блок")», де визначено характерні особливості графічної мови, специфіку візуальних засобів

і своєрідність образів, притаманних екологічному плакату. Розглянуто становлення, нові форми та перспективи розвитку екологічного плакату як нового самостійного жанру плакатного мистецтва, сформульовано його специфічні завдання [10].

Українською дослідницею К. Шауліс на матеріалах трієнале «4-й Блок» розглянуто ключові напрямки та тенденції сучасного японського екологічного плакату, виявлено три основні групи плакатів відповідно до технік та художніх прийомів, що використовувались під час створення робіт, а саме: *шрифтові, графічні та фотоколажні*. Дослідницею підкреслено, що шрифтові плакати сповнені глибокого змісту, адже несуть у собі «подвійне» навантаження: за допомогою лише шрифту авторам вдається вкласти досить серйозний зміст [14].

У різних аспектах плакат кінця ХХ – початку ХХІ ст. розглядали такі дослідники, як А. Андрейканіч [1], О. Яремчук [15], О. Калашнікова [7], Г. Затуловська [5], М. Ісмайлова [6], О. Залевська [4], І. Шалінський [13].

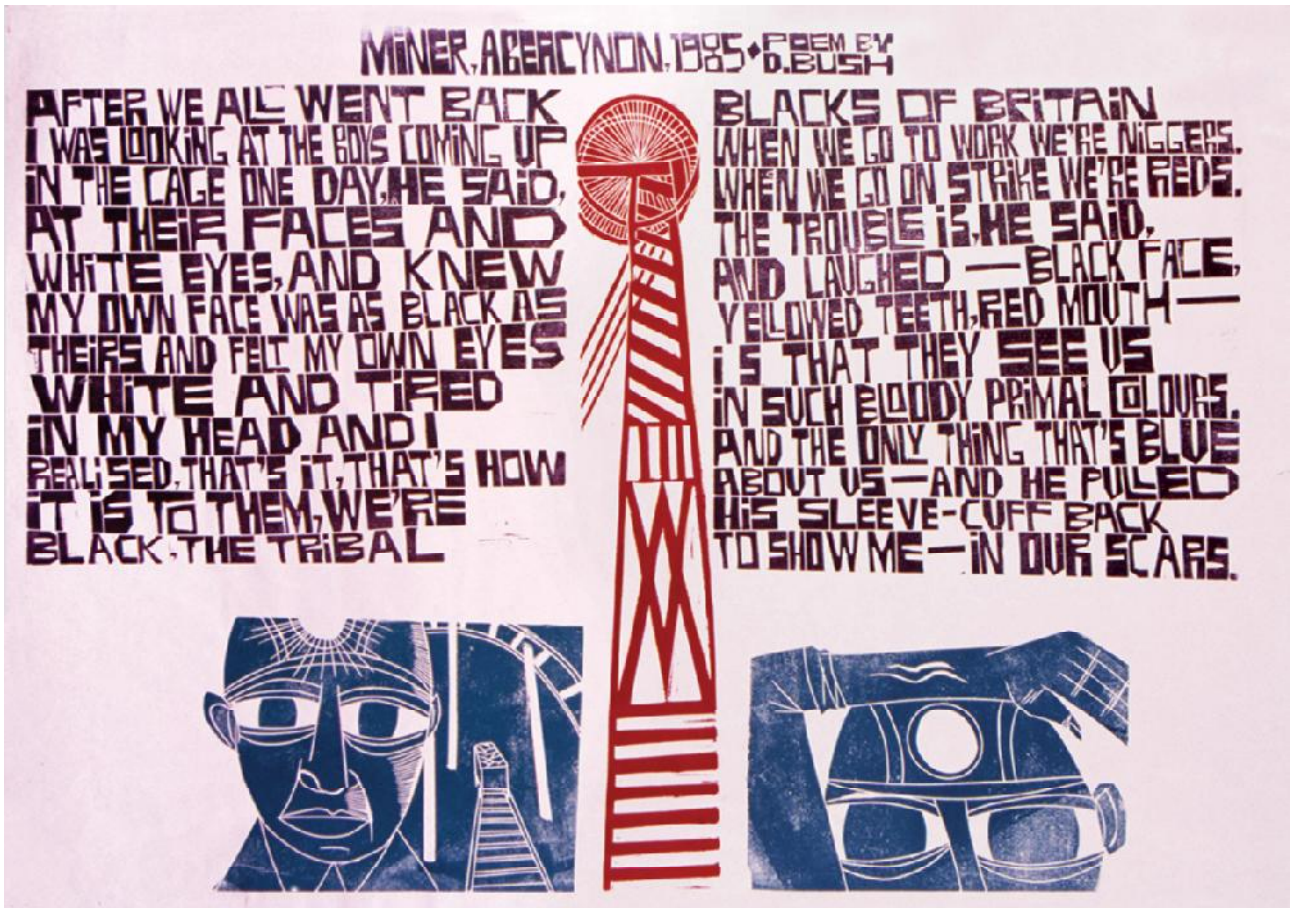
Так, український художник, графік А. Андрейканіч виділив два основних художніх типи шрифтового плакату: *мінімалістично-функціональний і складно-експресивний*. Митець зазначив, що мінімалістично-функціональний тип є міжнародним, носить риси наднаціонального сучасного дизайну, а складно-експресивний тип, навпаки, є сучасною інтерпретацією національних традицій і художніх особливостей шрифтових культур різних народів [1].

Мистецтвознавець О. Яремчук у публікації «Шрифтовий плакат у системі поліграфічного дизайну» висвітлила основні періоди становлення й розвитку мистецтва шрифтового плакату, їх зв'язок із розвитком друкарських технологій та еволюцією шрифтових форм [15].

У розвідці О. Калашнікової на матеріалі плаката розглянуто розвиток візуально-пластичної мови графічного дизайну від кінця ХІХ ст. до 1960-х рр. і окреслено тенденції розвитку візуально-пластичної мови графічного дизайну в умовах глобалізації [7].

Дослідницею Г. Затуловською зроблена спроба аналізу зразків плакатів кінця ХХ – початку ХХІ ст., прослідкована певна тенденція змін композиційного і стилістичного характеру їх художнього оформлення та досліджений шрифтовий художній плакат у світлі його сучасних тенденцій [5].

У дисертації О. Залевської комплексно розглянуто український плакат доби постмодернізму, виявлено його проєктні й художні засоби виразності та національну специфіку [4].



Іл. 1. Пол Пітер Піч. Без назви. ІІ Міжнародна виставка графіки та плаката «4-й Блок». 1994



Іл. 2. Паула Троклер. Без назви.
X Міжнародна трієнале
екоплакату «4-й Блок». 2018



Іл. 3. Паріса Ташакорі. Нагорода для саду. Весна йде. ІХ Міжнародна трієнале екоплаката «4-й Блок». 2015



Іл. 4. Пола Шер. Плакат для Публічного театру Нью-Йорка. ІІ Міжнародна трієнале екоплаката «4-й Блок». 1997

У дисертаційному дослідженні М. Ісмайлової [6] розкрито особливості візуально-образної мови типографіки у дизайні поліграфічних видань періоду раннього модернізму.

І. Шалінський розглянув особливості формування культурного коду як мистецького та суспільно-політичного контенту, його формування й технологічно-творчі трансформації у художньому пошуку [13].

Питанням формування національного менталітету і його впливу на творчі здібності людини займалися науковці В. Паррінгтон [8], М. Філіппова [12], Л. Ребуха та О. Миськів [9].

Аналіз проведених досліджень дозволив дійти висновку, що тематика шрифтового плаката кінця ХХ – початку ХХІ ст. з колекції «4-й БЛОК: МАЛ», з урахуванням особливостей творчого методу відомих дизайнерів – учасників трієнале та їх приналежності до певних культурних регіонів алфавітної системи писемності, до сьогодні вивчена фрагментарно і не стала окремою темою уваги науковців.

Виклад основних результатів дослідження. Матеріалами дослідження є плакати та каталоги виставок з колекції «4-й БЛОК: МАЛ», що були зібрані за період з 1991 до 2018 р. Протягом цього

часу в Харкові в пам'ять про Чорнобильську катастрофу (Україна) відбулось 10 виставок-трієнале. Вони викликали великий суспільний резонанс як знакові культурні події, що є дієвим засобом пропаганди, осмислення та поширення екологічної культури. Учасниками трієнале стали видатні майстри світового дизайну, чії роботи зберігаються в найбільших музеях світу, а також студенти художніх закладів різних країн. У колекції, що налічує більше 10 000 плакатів, надісланих з 56 країн світу, відобразилась самотність культурних регіонів із різними системами писемності.

Існуючи протягом багатьох століть, будучи важливою складовою суспільної комунікації, шрифтовий плакат здатний впливати на формування громадської думки, вимагати відповідної реакції, закликати до дій. Шрифтовий плакат набуває все більшого поширення як частина процесу навчання в художніх навчальних закладах, як засіб презентації нової гарнітури і як твір декоративного призначення (наприклад, введення в інтер'єр шрифтових плакатів з надихаючими фразами або до театральних вистав і концертів відомих груп).

Головним елементом композиції шрифтового плакату є безпосередньо шрифт, у якому

постійно відбуваються зміни предметної системи закономірностей, способів бачення, мислення й естетики. Форма шрифту інформує глядача не тільки про свій функціональний зміст і конструктивні особливості, а й про притаманні різним народам певні світоглядні універсалії, за допомогою яких реалізується художньо-естетична функція шрифту.

У контексті актуальних напрямків і пошуків в області шрифтового плакату ми зупинились на роботах чотирьох провідних дизайнерів із різних культурних регіонів з алфавітною системою писемності, а саме Пола Пітера Піча (Великобританія), Паули Трокслер (Швейцарія), Парісі Ташакорі (Іран), Поли Шер (США).

Один з найяскравіших та найбільш професійних майстрів свого часу, англійський графік українського походження Пол Пітер Піч надіслав плакати вже на першу Міжнародну виставку графіки та екоплаката «4-й Блок» 1991 р. Шрифт на плакатах Піча належить до декоративної групи алфавітних шрифтів, які мають виразний характер і створення яких диктується ситуативними моментами. Різка, навмисно непропорційна форма шрифту, згуртований ритмічний лад і практична відсутність інтервалу міжряддя зупиняють увагу глядача, а інформація запам'ятовується. Активна життєва позиція та належність Піча до англійської культури, пройнятої індустріальною спрямованістю, стрімким розквітом медійної справи та відомими робочими рухами, відбилася на характері його шрифту. Не менш важливим є англійський національний менталітет з його прихильністю до консерватизму з одночасним новаторством, що межує з ексцентризмом. За своєю графічною мовою злободенні повідомлення людству від Пола Пітера Піча нагадують роботи, створені за часів студентських протестів 1968 р., – безпосередні, дуже емоційні прохання про мир у Палестині й Лівані, соціальну справедливість і допомогу тим, хто страждає від голоду, про пам'ять тих, хто загинув у Чорнобилі.

Використовуючи оригінальне поєднання зображення людей і текстів відомих цитат, дизайнер створює лаконічні виразні плакати: «Расизм – це отрута» і «Любов – єдина сила, здатна перетворити ворога в друга». Бажання автора відобразити світ навколо себе і продемонструвати силу мистецтва привели до істотних змін у тогочасному суспільному житті Великобританії (Іл. 1).

Техніка Пола Пітера Піча вирізняється самотутнім стилем гравірування. Мистець вирізав текстові пластини без нанесення малюнка на лінолеум, це приводило до випадкових помилок у написанні або перевероту листа. Автор змішував фарби перед початком кожного сеансу друку, і че-

рез це виникали різні відтінки одного кольору в кожному екземплярі. Тому не було двох однакових відбитків, а в деяких виданнях колір сильно відрізнявся, що робило кожен принт окремим екземпляром. Ремісничий підхід несе відчутне враження руки й особистої емоційності майстра, що робить плакати-лінорити Піча ще виразнішими, одразу пізнаваними, більш дієвими [3].

Швейцарська дизайнерка Паула Трокслер, професорка Університету прикладних наук Майнца (Німеччина), дочка одного з найвпливовіших швейцарських дизайнерів сьогодення Ніклауса Трокслера, Паула відома своїми роботами в газетах і журналах Швейцарії та за кордоном, а також дизайном плакатів для театрів і культурних заходів, обкладинок компакт-дисків, книжкових публікацій, реклами. Паула Трокслер була запрошена до складу команди міжнародного журі трієнале «4-й Блок» 2018 р. і привезла з собою шрифтові плакати, які були представлені на окремій виставці досягнень членів журі.

Швейцарія ввібрала в себе основні цінності європейського світу, вона особлива своїм статусом, що дозволив їй уникнути воєн, страждань, націоналізму й тоталітарних спокус. Наявність єдиної релігійно-ціннісної основи в швейцарському суспільстві дозволила досягти онтологічної рівноваги, де на перший план висувається почуття міри, скромність і природність. Ці якості знайшли відображення у таких загальних принципах швейцарського дизайну при створенні плаката, як шрифти без серифів, мінімальна кількість текстових блоків одночасно з динамікою їх асиметрії, обмежена кількість колірних відтінків в одній композиції.

Виконаним уручну з точністю й увагою до деталей шрифтовим плакатам Паули, безумовно, притаманні перелічені риси, але в них відсутня прихильність до одного графічного стилю, що й визначає оригінальність і унікальність цих робіт. Навмисно порушуючи просторову єдність шрифтової композиції в афішах для музичних фестивалів, дизайнерка демонструє живу пластику шрифту, ритмічну й виразну, як сама музика. У результаті народжується колекція захоплюючих візуальних ефектів – друкарських зображень, які представляють сучасні шрифти в іншій площині (Іл. 2). На відміну від класичних шрифтів, цей досвід демонструє більш емоційну сторону типографіки і великий виразний потенціал застосування шрифту.

Незрівняна культура шрифтового дизайну Ірану надихається чіткістю планування архітектури палацових комплексів, декоративною цілісністю рельєфів, величавою пишністю скульптури, що збереглися з часів колись могутньої

держави Стародавнього Сходу. Зразки мистецтва перської каліграфії, чий традиції продовжуються в сучасному Ірані, демонструють дивовижні і надихаючі композиції. «Текст в іранському плакаті часто розміщується не поряд із зображенням, «картинкою», а всередині нього: темним шрифтом по світлому зображенню, виворотки по темному зображенню. Тексти горнутья до картинки, потрапляють у її ласкаві мережі, а то й зовсім розчиняються, тонуть в її утробі, що поглинає текст. І фон навколо стає вже не порожньою білизною або чорнотою модерністського космосу, а живим середовищем, що заповнює собою весь простір», – так окреслює свої враження від іранського плаката мистецтвознавець, дизайнер-графік С. Серов [11].

Мистецтво іранського плакату є унікальним явищем, яке не має собі рівних за особливостями художньої мови, а Паріса Ташакорі – одна з найвідоміших дизайнерок сьогодення, чий графічний код виходить за межі іранської школи і простягається на глобальне розуміння образу світу, чий витончені орнаменти Сходу дивним чином переплітаються з сучасними образами. Графічний дизайнер, артдиректор власної студії в Колорадо (США), учасниця Іранського товариства графічних дизайнерів, Паріса Ташакорі зосереджується на соціально-екологічних та культурних проектах. Її роботи представлені на численних національних і міжнародних виставках у багатьох країнах, не раз отримували престижні міжнародні нагороди, також дизайнерка неодноразово залучалася до роботи в команді міжнародного журі трієнале «4-й Блок».

Унікальність плакатів Паріси Ташакорі – насамперед у спробі жінки-дизайнера передати творчі аспекти жіночої сутності, використовуючи візуальні елементи та правила для створення важливих питань і повідомлень. Техніка вишивки та печворку, як елементів втраченої жіночої природи, має найвищий сенс, акцентуючи на аспектах самовираження у житті жінок, і направлена на захист жіночого голосу (Іл. 3).

У своїх роботах Паріса Ташакорі застосовує шрифтову композицію із залученням зображення, яка представляє собою єдиний комплекс. Рисунок підкоряється руху рядків на площині та співіснує в єдиному ритмі зі шрифтом. Цілісність композиції полягає у нерозривному зв'язку шрифтової та образотворчої частин. Діагональна побудова шрифтового послання і його яскрава кольорова гама на чорному тлі привертають увагу, вносять ноту тривоги і занепокоєння. Своїм посиленням дизайнер наголошує на суперечності в суспільстві між необхідністю емансипації і

потребою повернути жінці її традиційні ролі, не скасовуючи технічних результатів модернізації.

Надбанням для колекції «4-й БЛОК: МАЛ» 1997 р. стали шрифтові плакати Поли Шер із США, однієї з найвпливовіших графічних дизайнерок у світі. Компанія Pentagram, яку заснувала Пола, розробила системи ідентифікації та брендингу, рекламні матеріали, екологічну графіку, упаковку й дизайн для широкого кола клієнтів, серед яких Microsoft, Coca-Cola, Музей сучасного мистецтва, Метрополитен-опера, Нью-Йорк Сіті Балет, Меморіальний музей Холокосту США тощо.

В Америці, а особливо в Нью-Йорку, де одиницею виміру архітектури став хмарочос, де громади зі скла, металу й бетону увібрали всі нововведення будівельних технологій, а ділова хватка є невід'ємною рисою менталітету, графічний стиль Поли Шер створив унікальне середовище енергійного міста і його архітектури, відобразивши його дух та сприяючи еволюції його зовнішнього вигляду. Натхнена міською мовою графіті, сітковою структурою вулиць Нью-Йорка та геометричними обсягами висотних будівель, Пола Шер знайшла типографічне рішення, де словниковий запас форм конструктивізму послугував джерелом для її плаката (Іл. 4). Стилiстична єдність у роботі Поли досягнута, по-перше, конструктивістським рішенням композиційного простору, розділеного на блоки, де кожен елемент став частиною загальної конструкції, а також органічним введенням у друковану продукцію фотографії, використанням контрастності кольірних поєднань і обсягів. Цікавим прикладом пошуків у шрифтовому дизайні стають експерименти Поли з насиченістю літер для різних слів, де кожна буква має свою товщину штрихів. Пола Шер домоглася наочності та змістовності завдяки членуванню розвороту зміною кегля набору і варіюванню довжини рядків, вертикальному розвороту кліше та виділенню окремих елементів червоним кольором.

Висновки. Розглянуто творчі методи чотирьох провідних дизайнерів з різних культурних регіонів алфавітної системи писемності, чий шрифтові плакати зберігаються в колекції «4-й БЛОК: музей, архів, лабораторія».

Належність Пола Пітера Піча до англійської культури відбилася на характері його шрифтових друкованих плакатів, а саме: різка та навмисно непропорційна форма, згуртований ритмічний лад і практична відсутність інтервалу міжряддя.

Паула Трокслер, навпаки, навмисно порушує просторову єдність шрифтової композиції, демонструє живу пластику шрифту і більш емо-

ційну сторону типографіки. Ця мисткиня зросла на традиціях швейцарського дизайну, де на перший план виступає почуття міри.

Паріса Ташакорі, як спадкоємиця іранської культури шрифтового дизайну, застосовує єдиний комплекс шрифтової композиції із залученням зображення та каліграфії.

Особливість робіт Поли Шер полягає у розділенні простору на різні блоки, що в цілому нагадує структуру мегаполісу, висотні будівлі, вуличну графічну мову тощо. Використання гротеску з різноманітними насиченостями – від лайту до екстраболду, а також зміна розміру кеглю дозволили варіювати довжину рядків, висоту та направленість погляду, надати враження від плаката як від «міста, що ніколи не спить».

Таким чином, розглянуті особливості дизайну шрифтових плакатів із різних культурних регіонів алфавітної системи писемності з колекції «4-й БЛОК: МАЛ» дозволили зробити припущення, що менталітет кожної нації знаходить своє відображення в специфіці дизайну, зокрема обумовлює вибір та застосування шрифту для рішення певної проблематики.

Перспективи подальших розвідок у даному напрямку. У царину шрифтового плаката вступають нові молоді дизайнери, чий стиль формується вже в естетиці епохи метамодернізму, де на зміну цинізму, іронії і деконструкції постмодернізму приходить відродження ширості та прагнення до універсальних істин, притаманних часу метамодернізму. З'ясувати, як це відбивається на створенні нових шрифтів, здатних відобразити сучасний світ і поєднати його, вступити на шлях нових ідей і виховання більш мирного, толерантного та доброзичливого суспільства, є завданням подальших досліджень у даному напрямку.

Наступним кроком також є виявлення особливостей шрифтових плакатів неалфавітної системи писемності. У цілому шрифтові плакати з фонду «4-й БЛОК: МАЛ» є підґрунтям для поглибленого дослідження виражальних можливостей шрифтової графіки у творчому доробку дизайнерів-графіків з різних культурних регіонів і вивчення візуальної мови сучасних шрифтових плакатів.

Література:

1. Андрейканіч А. І. Антологія українського плаката першої третини ХХ століття. Косів : Довбуш, 2012. 120 с. : іл.
2. Бистрякова В., Осадча А., Гула Є. Плакат як засіб соціальної реклами. *Вісник Львівського університету. Серія : Мистецтвознавство*. 2016. Вип. 17. С. 69–77.
3. Даниленко Л. Графічний протестний рух у Великій Британії (1980–1990-і). *Сучасне мистецтво*. 2015. № 11. С. 100–107.
4. Залевська О. Ю. Проектно-художні засоби українського плаката доби постмодернізму : автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.07 / Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків, 2019. 23 с.
5. Затуловська Г. А. Актуальні особливості розвитку сучасного шрифтового художнього плакату. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Сер. : Технічні науки*. 2015. № 1(82). С. 66–72.
6. Ісмайлова М. С. Візуально-образна мова типографіки у дизайні поліграфічних видань періоду раннього модернізму : автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.07 / Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків, 2019. 24 с.
7. Калашнікова О. А. Зображальний аспект візуальної мови графічного дизайну (на матеріалі плакату) : автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.07 / Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків, 2011. 23 с.
8. Паррингтон В. Л. Основные течения американской мысли : в 3 т. Москва : Изд-во иностранной литературы, 1963.
9. Ребуха Л. З., Миськів О. В. Національний характер як формовивав національної ідеї. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія психологічна*. 2012. № 2(2). С. 53–62.
10. Северіна О. М. Екологічний плакат: становлення та розвиток (за матеріалами Міжнародних трієнале «4-й Блок») : автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.07 / Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків, 2010. 16 с.
11. Серов С. (sergeserov). Иранская школа плаката. *Допис у Живому Журналі*. Опубліковано 12 травня 2015 року. URL : <https://sergeserov.livejournal.com/582517.html> (дата звернення : 15.08.2020).
12. Филиппова М. М. Английский национальный характер. Москва : АСТ : Астрель, 2007. 382 с.
13. Шалінський І. П. Культурний код українського плаката Революції гідності : автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства : 26.00.01 / Інститут проблем сучасного мистецтва Національної академії мистецтв України. Київ, 2017. 20 с.
14. Шауліс К. К. Сучасний японський екоплакат: на матеріалах трієнале «4-й Блок». *Традиції та новації у вищій архітектурній освіті*. 2018. № 4. С. 84–90.
15. Яремчук О. Шрифтовий плакат у системі поліграфічного дизайну. *Українська академія мистецтв : дослідницькі та науково-методичні праці*. 2013. № 20. С. 114–122.

References:

1. Andreykanich, A. I. (2012). *Antolohiia ukrainskoho plakata pershoi tretyny XX stolittia* [Anthology of Ukrainian posters of the first third of the XX century]. Kosiv : Dovbush. [In Ukrainian].
2. Bystryakova, V., Osadcha, A. & Gula, Ye. (2016). Plakat yak zasib sotsialnoi reklamy [Poster as a means of social advertising]. *Visnyk of the Lviv University. Series Art Studies*, 17, 69–77. [In Ukrainian].

3. Danilenko, L. (2015). Hrafichnyi protestnyi ruh u Velykii Brytanii (1980–1990-i). [Graphic protest movement in Great Britain (1980s–1990s)]. *Suchasne mistetstvo*, 11, 100–107. [In Ukrainian].
4. Zalevska, O. Y. (2019). *Proektno-khudozhni zasoby ukrainskoho plakata doby postmodernizmu* [Design and art tools of the Ukrainian poster of the postmodern period]. (Extended abstract of PhD thesis). Kharkiv State Academy of Design and Arts, Kharkiv, Ukraine. [In Ukrainian].
5. Zatulovska, H. (2015). Aktualni osoblyvosti rozvytku suchasnoho shryftovoho khudozhnoho plakatu [Current features of development of modern font art poster]. *Bulletin of the Kyiv National University of Technologies and Design. Technical Science Series*, 1(82), 66–72. [In Ukrainian].
6. Ismailova, M. (2019). *Vizualno-obrazna mova typografiky u dyzaini polihrafichnykh vydan periodu rannoho modernizmu* [Visual and Figurative Language of Typography in the Design of Printed Publications of Early Modernism]. (Extended abstract of PhD thesis). Kharkiv State Academy of Design and Arts, Kharkiv, Ukraine. [In Ukrainian].
7. Kalashnikova, O. A. (2011). *Zobrazhalnyi aspekt vizualnoi movy hrafichnoho dyzainu (na materialy plakatu)* [Illustrative aspect of visual language of graphic design (on poster material)]. (Extended abstract of PhD thesis). Kharkiv State Academy of Design and Arts, Kharkiv, Ukraine. [In Ukrainian].
8. Parrington, V. L. (1963). *Osnovnye techeniia amerikanskoi mysli* [Main Currents in American Thought]. Moscow : Izd-vo inostranoi literatury. [In Russian]. (Original edition : Parrington, V. L. (1927). *Main Currents in American Thought*. New York : Harcourt Brace and Co.).
9. Rebuha, L. Z. & Muskiv, O. V. (2012). Natsionalnyi kharakter yak formovyiav natsionalnoi idei. [National character as a form of manifestation of national idea]. *Naukovyi visnyk Lvivskoho derzhavnogo universytetu vnutrishnikh sprav. Seriiia psykhologichna*, 2(2), 53–62. [In Ukrainian].
10. Severina, O. (2010). *Ekologichnyi plakat: stanovlennia ta rozvytok (za materialamy Mizhnarodnykh trienale "4-i Blok")* [Eco-poster: formation and development (based on the International Triennial "The 4th Block")]. (Extended abstract of PhD thesis). Kharkiv State Academy of Design and Arts, Kharkiv, Ukraine. [In Ukrainian].
11. Serov, S. (sergeserov). (2015, May 12). Iranskaia shkola plakata [Iranian school poster]. [Web log post]. Retrieved from <https://sergeserov.livejournal.com/582517.html>. [In Russian].
12. Filippova, M. (2007). *Angliiskii natsionalnyi kharakter* [English national character]. Moscow : AST : Astrel. [In Russian].
13. Shalinsky, I. P. (2017). *Kulturnyi kod ukrainskoho plakata Revoliutsii hidnosti* [The Cultural Code of the Ukrainian Posters of the Revolution of Dignity]. (Extended abstract of PhD thesis). Modern Art Research Institute, National Academy of Arts of Ukraine. Kyiv, Ukraine. [In Ukrainian].
14. Shaulis, K. (2018). Suchasnyi yaponskyi ekoplakat: na materialakh trienale "4-i Blok" [Contemporary Japanese eco-posters: on the materials of the triennial "4th Block"]. *Traditions and innovations in higher architectural and artistic education*, 4, 84–90. [In Ukrainian].
15. Yaremchuk, O. (2013). Shryftovyi plakat u systemi polihrafichnoho dyzainu [Font poster in the system of polygraphic design]. *Ukrainska akademiia mystetstv*, 20, 114–122. [In Ukrainian].