

ДИЗАЙН

УДК 7.05:601(100)

М.Є. Станкевич

Національний університет “Львівська політехніка”,
кафедра дизайну та основ архітектури

ПРОТОДИЗАЙН — МІФ ЧИ РЕАЛЬНІСТЬ?

© Станкевич М.Є., 2012

Розглянено проблемне поняття „протодизайну”, важливе для дослідження історії та теорії дизайну середовища, промислового та графічного. Запропоновано тернарну морфологію напрямів проектної творчості середини ХХ ст. замінити на семизначну, характерну для початку ХХІ століття.

Ключові слова: *дизайн, протодизайн, промисловий дизайн, дизайн середовища, графічний дизайн, морфологія.*

The article discussed the main concept ”protodesign”, topical for research of history and theory of architecture-design, industrial-design and graphic-design. Proposed to change a ternary morphology of directions of creative projects in the mid of 20 century to the seven sections morphology indicative for the beg. of 21 century.

Key words: *design, protodesign, architecture-design, industrial-design, graphic-design, morphology.*

Постановка питання та аналіз публікацій і досліджень

Історії дизайну, зокрема й українського, досі не повна і фрагментарна, бо нові відкриття та незвідані горизонти постійно змінюють наші уявлення про неї. Від початку вона формувалася за випадковим і вибіркоким принципами. Одні писали про перші технічні винаходи ХІХ століття (паротяги, машини тощо), принагідно описуючи їхній зовнішній, здебільшого архітектонічний вигляд, інші про зародження плакату та оформлення друкованої продукції (згодом зарахованих до графічного дизайну), ще інші про можливості масового облаштування житла, громадських приміщень та садово-паркового простору (дизайн доквілля). Тому в різних виданнях хронологія запровадження дизайну та його межі застосування мають доволі розпливчасті контури. Вчені так і не дійшли згоди щодо часу його виникнення. Одні намагаються почати історію від шліфованих знарядь кам'яного віку, інші – від технічних проектів Леонардо да Вінчі, ще інші – від практично-мистецьких експериментів школи Баухауза [1, с. 28]. Річ у тім, що ідеологія дизайну зародилася задовго до його офіційного визнання як самостійної професії, чи напрямів окремих професій, утворених під гаслом синтезу мистецтва й техніки. Суть цієї ідеології полягає в тиражуванні виробів на основі проекту, виконаного згідно з художнім началом. Натомість одиничні унікальні твори – галузь декоративного чи декоративно-прикладного мистецтва. Звідси до найдавніших зразків дизайну, точніше протодизайну, можна зарахувати вибійчані тканини, відомі з античних часів, а також інші вироби, виготовлені серіями за допомогою дерев'яної форми-кліше.

Мета статті

Сьогодні очевидними є проблеми: 1) необхідно з'ясувати поняття і часові межі протодизайну; 2) встановити хронологію генези власне дизайну; 3) уточнити деякі поняття і концепції; 4) визначити провідні напрями проектної практики початку ХХІ століття (сучасна морфологія дизайну).

Виклад основного матеріалу

Людська цивілізація — це значною мірою тривалий розвиток предметного світу, комплексів речей або артефактів, які слугують для найрізноманітніших потреб людини: від знарядь праці, зброї, засобів і машин до захисних предметів-середовищ у вигляді одягу, житла, важливих комунікаційних систем тощо. Побут, звичаї, менталітет народу завжди яскраво відображались у предметних формах його існування. Але якщо протягом тисячоліть формуванням матеріальної культури опікувалися ремісники та майстри народного декоративного мистецтва, то з ХХ століття цей обов'язок на себе перебрали дизайнери. Відбулося це так непомітно, що вже в другій половині минулого століття ніхто з певністю не міг ствердити, коли виник дизайн. Його найпалкіші апологети бажали віднайти сліди дизайну в стародавніх епохах, інші на блискавичні сучасні трансформації проектної культури дивилися із скептицизмом і гумором. Так, відомий американський дизайнер, винахідник стелажної перегородки в інтер'єрі Джордж Нельсон якось зауважив: «Художнє конструювання вже тим відрізняється від архітектури й інженерії, що ця професія стала міфом, навіть не досягнувши зрілості. Всім знайома картина успішного дизайну створена завдяки рекламі».

Значна частина вчених вважає, що про дизайн доречно говорити лише з кінця ХІХ століття. Однак такі дослідники, як Д. Горський, В. Даниленко, Ю. Золотухін, М. Ключев та інші небезпідставно визнають можливість існування різних напрямів „протодизайну”, пов'язаного із спадщиною минулого. Інакше кажучи, все що розвинулось пізніше від останньої чверті позаминулого століття слід зараховувати до первісного дизайну. Михайло Ключев розмірковує: «Як це називалося, коли не було дизайну – просто дикий дизайн, протодизайн, мистецтво епох предметних фетишів, тотемодизайн, міфодизайн, теодизайн. І розвивалося все це відповідно до того часу, тієї духовної та матеріальної культури» [2]. Якщо останнє твердження не викликає сумнівів, то попереднє не враховує працю стародавніх ремісників та середньовічних цехових майстрів із чіткою регламентною системою творчості й правління.

Виникнення машинного протодизайну належить пов'язувати із запровадженням мануфактурного виробництва у ХVІ столітті, коли мускульною силою тварин (передовсім коней), потугами води або вітру, приводили в дію різноманітні млини, що мололи зерно, розпилювали деревину, виточували дерев'яний посуд і фігурні балясини, виготовляли залізо, порох, сукно, папір тощо. Докладні відомості про паперові млини в Україні – «папірні» маємо з першої половини ХVІ ст. [3, с. 75]. Найдавніші документально засвідчені млини-сукновальні діяли в Княжому (1471), Березові (1482), Делятині (1515) та інших селах Гуцульщини та Покуття [4, с. 93]. З ХVІІІ ст. в Україні масово виготовляють дерев'яний посуд та свічники на токарнях з кінним та водяним приводом [5, с. 135].

У 1506 році вперше застосовано сталю пружину для приведення в дію коліщат годинникового механізму (годинники на міських вежах з тягарями підвішеними на валу були відомі від ХІІ ст.). Це відкрило у Європі напрям конструювання кімнатних, дорожніх портативних годинників та хитромудрих автоматів. Упродовж майже двох століть (від ХVІІ ст.) у Львові настільні годинники горизонтального типу виготовляла родина Камінських, у Підгірцях – майстер П. Добростанський (ХVІІІ ст.), у Тернополі – Б. Яворський (ХVІІІ ст.) [6, с. 106–108].

У 1588 році виходить у світ книга Агостіно Рамеллі «Різні та майстерні машини», в якій надруковано майже 200 гравюр машин з поясненнями до них [7, с. 25]. Їхні форми відрізнялися від тих, які використовували в ренесансний період: на зміну спокійним і врівноваженим лініям та силуетам прийшли стрімкі та динамічні машини бароко, прикрашені завитками, скульптурою тощо.

Згодом, у ХVІІ–ХVІІІ століттях, токарні верстати та інші машини часто пишно оздоблювали, приховуючи їх виробничу функцію. Лише з настанням «великого машинного перевороту» їх форми набули архітектурної стилістики. Цей напрям обґрунтував і підтримав видатний вчений Франц Рело (1829–1905) у праці «Про стиль у машинобудуванні» (1862). Втім, він проіснував недовго: застосування будівельних принципів вже виходило з моди під тиском нових ідей функціональності та швидкостей кінця ХІХ ст. Однак деякі концепції Рело (основні доцільні форми і форми «вільного вибору», залежність від матеріалу, плавність переходів) не були позбавлені логіки, тому його вчення про формотворення у машинобудуванні можна розцінювати як завершення епохи промислового протодизайну.

У 1804–1808 роках француз Жозеф Жаккар винайшов пристрій для ткацького верстату, який за допомогою перфораційної карти (відома із XVII ст.) забезпечував виготовлення орнаментальних шовкових тканин складного саржевого переплетення. Це давало можливість точного відтворення тканих візерунків. Водночас з'явився й розподіл функцій: 1) автор орнаментів (дизайнер); 2) наладник жакардового верстату; 3) ткач-виконавець. Зароджувалася ідеологія дизайну, однак стилістика ще успадковувала старі стереотипи мануфактурного виробництва.

Пошуки нових форм техніки і предметного світу розпочалися на зламі XIX і XX століть завдяки радикальним поглядам архітекторів А. Лооса, Л. Саллівена та інших, які засудили орнаментацию та стилізаторство. На практиці їх втілювала творча спілка Веркбунд (1907–1914), учасники якої створювали прості та функціонально оправдані зразки для промислового виробництва.

Значний вплив на моделювання об'єктних форм технічних засобів мали конструкторські пошуки аеростатів, планерів, літаків-біпланів та автомашин. У 1903 році піднялися на літаку американські винахідники брати Райти, у 1906 – француз Л. Блеріо на літаку власної конструкції, в 1910 р. – професор Київського політехнічного інституту О. Кудашов, а наступного року львівський інженер-конструктор Е. Лібанський на власному літаку «Ластівка» здійснив політ зі Львова до Відня [8, с. 40].

Зародження виробничого дизайну завдячує винаходу та запровадженню електричної енергії. Перші дугові електролампи після їх публічної демонстрації 1843 року в Парижі знайшли практичне застосування лише через 40 років унаслідок заміни дугової лампи на “жарівку” (лампу розжарювання) [9, с. 226]. Таким освітленням користувалися тільки на великих урочистостях: для святкової ілюмінації Всесвітньої виставки (1885 р.) та паризької опери [10, с. 45]. Воно було дуже яскравим, не регулювалося, а головне було в шість разів дорожчим від газових світильників. Його здешевлення настає лише 1906 року, після запровадження в “жарівці” вольфрамової спіралі [10, с. 47]. З того часу починається промислове виготовлення електричного устаткування та світильної арматури. «Перші дизайнери електричних ламп та світильного обладнання пристосували і присвоїли чимало характерних рис від газової, олійної лампи та середньовічних багатосвічників. У латунних та скляних люстрах застосування електрики набуло звичайного техніцизму: замість ріжків для олії або чашечок для утримання свічок прилаштовували керамічні патрони з цоколями для електролампочок» [11].

Стиль модерн, що запанував у більшості європейських країн різко змінив засади розуміння і вимоги до ужиткових предметів, зокрема й світильників. Засновуються нові підходи, що виражають простоту, логічність, досконалість і ремісничу майстерність освітлювальних приладів. Дивовижний світ форм модернових світильників виник із кількох джерел: відкритої в той час критомікенської культури, неповторно-витонченого пластичного мистецтва Японії та народних національних художніх традицій [11]. Адепти модерну взяли за основу девіз “Назад до природи”, створили складну систему лінійної орнаментики із мотивами стилізованих квітів і рослин [12, с. 204–205]. Натомість бельгійський художник Анрі Ван де Вельде протиставив “флореальному” напряму модерну “абстрактний”, за яким вважалося, що утилітарна конструкція предмета може бути художньо довершеною і без орнаменту [12, с. 210]. Декотрі з цих проблем успішно вирішив німецький архітектор Петер Бернс, який з 1907 по 1914 рік займав посаду художнього декоратора Загальної електротехнічної компанії (АЕГ). Форма його світильників складалася з кількох геометричних фігур – кулі, конуса, циліндра шестикутної призми тощо. Передусім зважали на інженерні та утилітарні вимоги. Гармонізували конструкцію виробів за допомогою пропорцій і ритму. Цілковита відмова від застарілих форм і декору – ощадливий набір засобів художньої виразності П. Бернса знайшов чимало прихильників у Європі та за океаном, згодом отримав назву конструктивізм. У 1910 році П. Бернс так висловив своє розуміння дизайну: “У кожному промисловому виробі слід прагнути не лише до формального поєднання мистецтва і техніки, а й до їх внутрішнього зв'язку. Щоб досягти такого зв'язку, треба уникати будь-якої імітації ремісничих форм і застарілих стилів, по-мистецьки використовувати ті форми, які до деякої міри самі собою впливають з машини та машинного виробництва й адекватні їм” [13, с. 68].

Послідовником ідей П. Бернса був його учень Вальтер Гропіус, який 1919 року в німецькому містечку Веймері заснував першу школу дизайну – Баухауз. Тут студенти проектували зразки світильників для промислового виробництва. Загальну форму предметів ділили на геометричні фігури, наприклад, світильники робили із зрізаного конуса і півкулі або із циліндра та півкулі. Всі переходи від одної геометричної фігури до іншої були відкриті, без якихось пом'якшень. Вироби відзначалися енергійним ритмом контурів та силуетів, логічним поєднанням дерева, металу, кераміки й скла. Згодом вони стали класикою [11, с. 64].

Початки графічного протодизайну сягають XV століття завдяки винаходу 1445 року Йоганом Гутенбергом у місті Майнц книгодрукування. Незабаром у провідних культурних центрах Європи (Кьольн, Страсбург, Аугсбург, Базель, Венеція, Ліон, Париж та ін.) було майже дві сотні друкарень [14, с. 118]. Крім книг, тут випускали карти для гри, азбуки, календарі, репродукції картин, зображення святих, а також рекламні «летючі листки» розміром 15×23 см. Початок першого рядка виділяли великими літерами, текст іноді обрамлювали гравірованою орнаментальною рамкою та додавали малюнок. Такий первісний дизайн з листка перейшов на афішу і тривав до середини XIX століття [15, с. 68].

Плакат, що дійшов до нашого часу, видрукував 1491 року Жерар Лін в Антверпені. Плакат рекламував рицарський роман „Прекрасна Мелузіна” [16]. Це чи не перший плакат з еротичним мотивом, було зображено оголену жіночу постать [17]. Дизайн друкованих рекламних плакатів XVI – початку XVII століття був одноколірним, а їхні розміри не перевищували 22×25 см; іноді траплялися більші 22×50 см [18, с. 34]. Форми для друку вирізували на дошці або гравірували на мідній пластині, а тому їх виготовлення було тривале, трудомістке та доволі дорога собівартість.

Нова технологія літографії, запроваджена 1798 року баварцем Алоїзом Зенерфельдом (1771–1834) дала змогу збільшити розміри плакатів та зменшити затрати праці для їхнього виконання. Однак навіть винахід 1838 року парижанином Годфруа Егельманом хромолітографії (його метод полягав у тому, що багатоколірне зображення ділили на окремі кольорові складові та виготовляли для кожної з них форми), не дав особливих переваг для дизайну. До середини XIX століття друк плакатів і далі був одноколірним, а написи робили звичайним набірним шрифтом.

У 70-х роках XIX століття в друкарство запроваджують технологію фотохромолітографії, винайдену 1865 року австрійським бароном фон Рансонет: накладанням трьох барв – жовтої, синьої та червоної давало змогу отримувати не тільки кольорові, а й значно реалістичніші зображення. З цього часу й розпочинається справжній графічний дизайн, що згодом поширюється на багато видів друкованої продукції.

Поширення плакатів у Західній Європі набуло такого нечуваного розмаху, що сучасники назвали це “плакатним бумом”. Першим дизайнером-плакатистом став француз **Жуль Шере** (1836–1932), який 1866 року відкрив у Парижі невелику літографічну майстерню. Економія фарби спонукала майстра до спрощення деталей: фігура була домінантою його дизайну, а текст великим шрифтом – лише кілька влучних слів. Започаткований Ж. Шере лаконізм давав швидке сприйняття образу, а виразність композиції та контрастність кольорів робило зображення чітким і гармонійним. Він першим почав підписувати свої роботи. Плакат став авторським, досяг високого художнього рівня. У 70-х роках XIX ст. Ж. Шере в кілька разів збільшив розмір аркушів паперу, водночас збільшились і зображення. Переважно він розташовував великі фігури в енергійному русі, надаючи їм динаміки контрастом та кольорами. Його твори рекламували веселе життя Парижа: народні гуляння, бали, театри, художні виставки та розважальні заклади. Шере, на думку Алан Вейля, з неймовірною віртуозністю створював миловидні сцени, застосовуючи три–чотири кольори. У його роботах відчувається деякий вплив французького живопису XVIII століття [19, с. 19]. Ж. Шере протягом своєї творчості створив близько тисячі плакатів, це сприяло виникненню нової моди на їх колекціонування. Найкращі експоновані на його персональних виставках у Парижі (1889 і 1890), в Гамбурзі (1892), Львові (1897) і Санкт-Петербурзі (1897). Наприкінці XIX століття у Шере з’являються талановиті послідовники Боннар і Тулуз-Лотрек, а пізніше художники “сецесії” та

“арт-деко”: від Макінтоша і Мухи до Бердслі та Кассандра. Для деяких відомих живописців плакат у творчості був лише епізодом, але епізодом дуже значним і яскравим.

Висновки і рекомендації

Отже, протодизайн був перехідним періодом від кустарного до машинного індустріального виробництва; від ручної праці з примітивними знаряддями, малосерійними виробами до масової машинної продукції. Чотири принципи роботи середньовічного виробника (соціологічний, інженерний, естетичний, економічний) у новітнього дизайнера збагачуються до семи (додаються ергономічний, екологічний, маркетинговий). Цей період для різних галузей діяльності був не однаковим, а звідси й генеза дизайну не може мати єдиної точки відліку. Так, графічний протодизайн, що традиційно пов'язаний з друкованою продукцією (книгами, плакатами, упакованням тощо) припадає на XVI – першу половину XIX ст. З 1830-х років більшу частину книжкових оправ уже виготовляли фабричним способом із використанням коленкору та інших новітніх матеріалів [20], а з 1870-х плакати друкують за новою технологією. З кінця XIX ст. виник дизайн поліграфічної продукції. 1907 рік, як вже згадувалося, є датою заснування індустріального дизайну, однак майже до 30-х років XX ст. капіталістичний ринок просто не мав потреби в його розвитку дизайну [20]. Дизайн середовища запроваджений лише у 1920-х роках у наслідок застосування промислової технології будівництва житлових і офісних споруд.

В останні десятиріччя внаслідок поширення творчості дизайнерів у деяких видах декоративно-прикладного мистецтва, в сценографії, експозиційній діяльності, а також із запровадження мультимедійного проектування, лазерних видовищ тощо, все це дає підстави ствердити, що трійста морфологія дизайну є застарілою та неадекватною до сучасних реалій художнього проектування. Крім того, значна кількість термінів, яка сьогодні застосовується в теоретичних описах дизайну, вимагає уточнення і впорядкування. Зразок неоконкретної мішанини демонструє М. Ключев: «Дизайн – одне містке поняття і вбирає в себе в нашій свідомості: масовий та елітарний дизайн, міський публік арт, архітектурний дизайн, промисловий дизайн, web-дизайн, графічний дизайн, кустарний дизайн, історичний футуро-дизайн, прогностичний дизайн майбутнього, комерційний рекламний дизайн, інформаційний і програмний дизайн, науковий сайнс-дизайн, текстовий дизайн...» [1]. Тут названі терміни різного рівня класифікації: соціологічного, морфологічного, стилістичного тощо. Для нас важливою є проблема верифікації та структурування основних понять, що стосуються видівих напрямів проектно-культури початку XXI ст.

Перший напрям – *дизайн зовнішності людини* — передбачає створення певного візуального іміджу особи завдяки зачісці та візажу, боді-дизайну (пластичні модифікації тіла, розпис тіла, нігтів, татуювання, шрамування тощо). Моделювання одягу, взуття й аксесуарів. Проектування ювелірних виробів.

Другий – *графічний і мультимедійний дизайн* — охоплює системи візуальної комунікації. Це передовсім друкована продукція (плакати, біл-борди, книги, журнали, газети, буклети, рекламні проспекти, календарі, товарні знаки, грошові знаки, упаковання тощо), а також засоби візуальної ідентифікації, рекламно-інформаційна продукція телевізійних і комп'ютерних технологій, зокрема й проектування веб-сайтів. Очевидно вже в недалекому майбутньому цей напрям буде розділений на два: екранний та поліграфічний.

Третій – *дизайн транспорту, виробничого та наукового обладнання і військового озброєння* — це один з найбільших напрямів, що входив до промислового дизайну. Ця спеціалізація стосується проектування різноманітних транспортних засобів (велосипеди, мотоцикли, автомобілі та автобуси, рейковий залізничний транспорт, судноплавний транспорт, літаки й космічні літальні апарати), виробничі промислові машини та обладнання, сільськогосподарські машини та агрегати, науково-дослідні (медичні) прилади та устаткування, військово озброєння тощо.

Четвертий напрям — *дизайн меблів, побутових приладів і обладнання* — проектування різноманітних меблів (корпусних, стелажно-каркасних, плетених з лози та інших матеріалів, оболонково-надувних тощо), посуду з кераміки, скла, металу, дерева та інших матеріалів; тканих, шкіряних виробів для інтер'єру; побутових приладів та обладнання, ювелірних виробів та сувенірів.

П'ятий – *дизайн довкілля та архітектурного середовища* – складається з кількох сфер застосування: а) ландшафтний дизайн, що спеціалізується на проектуванні природного простору поруч прибудинкових територій, дач у вигляді зелених насаджень, кам'яних структур, водоймищ, малих архітектурних форм; б) сфера міського середовища (зони відпочинку, дитячі майданчики, майданчики для автомобілів, ятки для торгівлі тощо), в) дизайн інтер'єру (житлові та громадські приміщення), зокрема й проектування музейних експозицій і виставок; г) маргінальна сфера охоплює фітодизайн та освітлення, які застосовуються як у довкіллі, так і в архітектурному середовищі.

Шостий – *дизайн акторського середовища та масових видовищ* – передбачає проектування сценічного та кінематографічного простору, костюмів і гриму, дизайну звукових та піротехнічних ефектів, церемоній та маніфестацій, музично-світлових інсталяцій, повітряних кульок, освітлення, феєрверків і лазерних видовищ.

Сьомий – *дизайн перспективних напрямів* – арт-дизайн, що виявляє поєднання художніх засобів виразності образотворчого, декоративного мистецтва з художньо-образним та емоційним формотворенням експозиційних предметів. Вдосконалення проектування найновіших систем 4D – 6D. Нанодизайн передбачає впровадження нанорозмірних матеріалів, предметів і самовідтворювальних структур, необхідних для життєдіяльності людини. Дизайн соціальних систем для структурування суспільних груп, гармонійних відносин і процесів.

1. Новиков Л. *Художественное проектирование в системе дизайна Леонид Новиков // Декоративное искусство СССР. – 1972. – № 8.* 2. *История промышленного дизайна [Электронный ресурс] / Михаил Ключев. – Режим доступа: http://rosdesign.com/design/istorofdesign_info.htm* 3. Мацюк О. *Папір та філіграні на українських землях (XVI – поч. XX ст.) / Орест Мацюк. – К.: Наукова думка, 1974.* 4. Никорак О. *Українська народна тканина XIX–XX ст.: Типологія, локалізація, художні особливості. Частина 1. Інтер'єрні тканини / Олена Никорак. – Львів: Інститут народознавства НАНУ, 2004.* 5. Станкевич М. *Українське художнє дерево XVI–XX ст. / Михайло Станкевич. – Львів: Інститут народознавства НАНУ, 2002.* 6. Долинський Л. В. *Колекція годинників Українського державного музею етнографії та художнього промислу АН УРСР / Лев Долинський // Матеріали з етнографії та художнього промислу. – Вип. III. – К.: Видав. АН УРСР, 1957. – С. 97–119.* 7. Цыганкова Э.Г. *У истоков дизайна (Машины и стили) / Элла Цыганкова. – М.: Наука, 1977.* 8. Шабльовська А., Сеньків М. *Польський плакат зі збірки Музею етнографії та художнього промислу Інституту народознавства Національної академії наук у Львові [Текст] / А. Шабльовська, М.Сеньків. – Варшава, 2009.* 9. Виргинский В.С. *Очерки истории науки и техники XVI–XIX веков / Виктор Виргинский. – М.: Просвещение, 1984.* 10. Hołubiec J. *Historia lampy. — Warszawa, 1977.* 11. Маркович М. *Українські художні світильники в контексті європейського мистецтва освітлювальних приладів / Марія Йосипівна Маркович. – Дис... канд. мистецтв. – Львів, 2006.* 12. Кес Д. *Стили мебели / Дюла Кес. – Будапешт, 1981.* 13. Даниленко В. *Дизайн / Віктор Даниленко. – Харків: Видав. ХДАМ, 2003.* 14. Люблинский В. *Книга в истории человеческого общества. – М., 1972.* 15. Станкевич Н. *Рекламный плакат з найдавніших часів до поч. XX століття / Наталія Станкевич // Мистецтвознавство'09: Науковий збірник. — Львів: СКІМ, 2009. – С. 111–118.* 16. *История плаката [Электронный ресурс] / А. Левиндор. – Режим доступа: <http://vivovoco.rsl.ru/VV/PAPERS/MEN/PUBL/PUBL.HTM>* 17. *Коммерция в стиле модерн [Электронный ресурс] / О. О. Савельева. – Режим доступа: <http://vivovoco.rsl.ru/VV/PAPERS/MEN/PUBL/PUBL.HTM>* 18. Ромат Е.В. *Реклама. История, теория, практика. – СПб.: Питер, 2003.* 19. Weill A. *Three Centuries of French Poster / A. Weill // Interpress Grafik. – 1977. – № 4. – Р. 16–18.* 20. Станкевич Ю. *Українське художнє палітурництво XVI – поч. XX ст. у контексті західноєвропейського інтролігаторства / Юрій Михайлови Станкевич: Дис. ... канд. мистецтв. – Львів, 2004.*