

**ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД
«ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ К. Д. УШИНСЬКОГО»**

**ХУДОЖНЬО-ГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ
САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ З ПРОЄКТНОЇ ГРАФІКИ
(ПЛАКАТ)**

для здобувачів вищої освіти за першим (бакалаврським) рівнем
зі спеціальності 015 Професійна освіта (Дизайн)

м. Одеса- 2021р.

Укладачі: к.пед.н, викладач Артемьєва І.С.,
старший викладач Вершинін В. М.,
к.пед.н., доцент Петухова Т.А.

Рецензент: Бойчук В. М. д.пед.н., професор кафедри інноваційних та інформаційних технологій в освіті Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

Методичні рекомендації до виконання самостійної роботи з проєктної графіки (плакат) для здобувачів вищої освіти за першим (бакалаврським) рівнем зі спеціальності 015 Професійна освіта (Дизайн) розглянуто і ухвалено на засіданні кафедри технологічної та професійної освіти від «26» вересня 2021 року, протокол № 2.

Артемьєва І. С., Вершинін В.М., Петухова Т. А. Методичні рекомендації до виконання самостійної роботи з проєктної графіки (плакат) для здобувачів вищої освіти за першим (бакалаврським) рівнем зі спеціальності 015 Професійна освіта (Дизайн). Одеса : Університет Ушинського, 2021. 46 с.

ЗМІСТ

Вступ	4
1 Програма навчальної дисципліни	6
2 Лабораторні завдання з Дизайну плакату за освітньою програмою «Графічний дизайн»	12
3 Особливості розробки авторського шрифтового плакату в лабораторних завданнях з Дизайну плакату за освітньою програмою «Графічний дизайн» ..	19
4 Особливості розробки соціальних плакатів-диптихів з проблем екології, молоді та ін. в лабораторних завданнях з Дизайну плакату за освітньою програмою «Графічний дизайн»	27
5 Особливості розробки театральних, циркових плакатів, плакатів-триптихів, присвячених діячам науки, культури, мистецтва в лабораторних завданнях з Дизайну плакату за освітньою програмою «Графічний дизайн»	35
6 Оцінювання якості знань студентів	41
Рекомендована література	44

ВСТУП

Метою викладання дизайн плакату є забезпечення студентів практичними знаннями щодо застосування творчого інструментарію дизайнера-графіка, закріпленні навичок творчої роботи, полягає у навчанні та вихованні майбутніх висококваліфікованих спеціалістів у графічному дизайні, в оволодінні студентами теоретичних основ композиції плаката та опануванні ними на практиці методики виконання оригіналів плакатних видань. На основі засвоєння даного курсу студенти повинні оволодіти знанням у композиції плаката і виконання плакатних видань, які необхідні для професійної діяльності в майбутньому.

Навчальний матеріал, який містить у собі дисципліна, ґрунтується на численних літературних джерелах, архівно-історичних документах тощо. Лабораторний матеріал супроводжується демонстрацією проспектів, каталогів, фото зображень тощо.

Послідовність викладення матеріалу зумовлена необхідністю ознайомлення студентів насамперед з термінологією та набуття творчих навичок студентами в плакатному мистецтві. Протягом вивчення дизайну плакату студент повинен засвоїти процес і специфіку створення плакату. Навчання і якісна підготовка майбутніх дизайнерів-графіків значною мірою залежить від глибини опанування останніми знань і навичок побудови форми, творення образу, багатства графічних засобів. В загальній системі підготовки спеціалістів високої кваліфікації з графічного дизайну, навчальний курс дизайну плакату є важливим, як один із засобів придбання студентами широких професійних навичок, що здійснює позитивний вплив на розвиток творчого мислення та мистецької ерудиції.

Навчання дизайну плакату за структурно-логічною схемою підготовки студентів вищеназваного напряму продовжує формування комплексу знань студентів, поглиблюючи основні положення, що були викладені в основних предметах спеціалізації «Дизайн».

Дизайн плакату спирається на наступні дисципліни: «Рисунок і пластична анатомія», «Основи проектної графіки», «Вступ до фаху», «Історія мистецтв», «Шрифтове мистецтво»; готує до дисциплін: «Дизайн-проекування».

Рисунок

і пластична анатомія

Основи проектної графіки

Вступ до фаху

Робота в графічному

матеріалі

Шрифтове мистецтво

Історія мистецтв



Дизайн-

плакату



Дизайн-

проекування

Сутність і зміст завдань сучасного дизайну найбільш повно ілюструються теорією і практикою трьох видів дизайнерської діяльності - графічного дизайну, промислового дизайну і дизайну середовища. Кожен з них має свій спектр проблем і рішень, свою мету і напрямок роботи.

Одне, «графічне», покликане «прикрасити» оточує нас, зробити її яскравіше, виразніше.

Друге, «промислове», прагне «обладнати» її, оснастити кожен життєвий процес, кожен вид діяльності потрібними для цього приладами і речами.

Третє - «средовое» - має «влаштувати» світ, перетворити його в предметно-просторове ціле, де було б комфортно і зручно жити, працювати, міркувати і розважатися.

Також можна розділити види дизайну за такими категоріями (Також можна розділити види дизайну за такими категоріями

Всі три «основних» виду сучасного дизайну історично обумовлені, виступають свого роду спадкоємцями попередніх поколінь художників і ремісників.

Графічний дизайн увібрав праці і шукання декораторів, каліграфів, друкарів; промисловий - продовжив справу прикладного мистецтва, який створював речі і пристрої, потрібні для праці і побуту - від прядок до посуду; дизайн середовища успадкував і розвинув належали зодчим проблеми формування інтер'єрів, по-новому осмисливши завдання синтезу мистецтв і технічних рішень в просторах будь-якого типу.

Промисловий дизайн: Сфера проектної діяльності, зайнята художнім проектуванням елементів предметного наповнення середовища проживання людини, що створюються методами індустриального виробництва. Його можна розглядати як виняткове явище в проектній культурі, що поклала початок всій області проектної діяльності, що отримала в ХХ столітті назву «дизайн». Основною відмінністю промислового дизайну від інших областей проектного творчості вважається його орієнтація на масове промислове виробництво.

Традиційне відміну промислового дизайну - його націленість на ринок. Втім, і її не можна вважати характерною тільки для цієї галузі дизайну. В деякій мірі це властиво і іншим його видам. Та й у об'єктів промислового дизайну це проявляється по-різному: більш явно - у транспортних засобів, побутового обладнання, менш - у виробничого.

Повноцінним критерієм виділення промислового дизайну в якості самостійного течії в загальному потоці проектної культури слід вважати непоодинокі ознаки, а їх комплекс. І найважливішим серед них треба визнати тип зв'язку продукції промдизайна з побутовими і виробничими потребами людини це перш за все різного роду штучно створене обладнання життя, інструментарій для реалізації її процесів, речі, предмети, машини, механізми, прилади як би стоять між людиною і

прилеглої просторовим середовищем зрозуміло в окремих випадках комбінації цих речей і машин можуть самі стати свого роду середовищним простором, але це аж ніяк не скасовує глобальної ролі творів промислового дизайну як утилітарно необхідного посередника між людиною і оточуючими його структурами.

Однак їх власні художні та функціональні рішення настільки оригінальні, а сукупний внесок в становлення сучасної культури людства, зміни його способу життя і обставин виробничої діяльності настільки значний, що впору вважати ці сфери дизайну свого роду символом сьогоденного шляху розвитку цивілізації. При всій розмитості кордонів різних областей дизайнерської діяльності основною сферою промислового дизайну було і залишається художнє проектування об'єктів масового промислового виробництва, з яких можна виділити наступні основні категорії: - побутові предмети (посуд, радіо-, електрообладнання тощо); - об'ємні елементи обладнання інтер'єру (меблі і великогабаритне устаткування); - технологічне або виробниче обладнання (верстати та інші елементи обладнання виробничого середовища); - транспортні засоби; - інженерні пристрої і споруди; - візуальні комунікації; - унікальні об'єкти промислового виготовлення.

Різноманіття цих об'єктів обумовлює неоднаковість стоять перед дизайнером творчих завдань, що в свою чергу диктує різну специфіку його професійної діяльності. Так, художнє проектування виробів масового споживання тісно пов'язане з такими поняттями, як мода, спосіб життя; на перший план виходять питання збуту продукції; дизайн таких об'єктів часто набуває яскраво виражений комерційний характер, зводиться до зовнішнього оформлення предмета.

Дизайн середовища: Сьогодні все, що крім образного початку має ще й прикладний характер, - посуд, меблі, тканини, книги, вивіски, аж до архітектури - вважається дизайном: промисловим, графічним,

архітектурним і т.д. Але для людини різні «конкретні дизайни» аж ніяк не рівнозначні: крім обов'язкових для життя «користі, міцності і краси» він шукає від спілкування з дизайном щось більш високе - гармонію взаємодії з навколишньою дійсністю, узгодженість світовідчужень.

Дизайн середовища інтегрує в єдину функціонально-художественну цілісність досягнення дизайнерів інших спеціальностей, які проектують обладнання, предметне оснащення, систему декоративно-графічних рішень і, в тому числі, просторову ситуацію.

Крім того, саме середовище, в кінцевому рахунку, є ареною робіт по синтезу мистецтв. Стає зрозуміло, чому дизайн середовища має всі права на роль завершального ланки загальної системи робіт з художнього проектування. Дизайн середовища сьогодні прагне до охоплення всіх аспектів навколишнього середовища, обумовленої промисловим виробництвом. Поняття «середовище» має на увазі під собою готове простір, яке може бути відкритим або ж закритим. У першому випадку це дизайн ландшафтів, у другому - інтер'єрів. Кожне з цих напрямків, в свою чергу, включає в себе ряд гілок. Дизайн інтер'єрів обумовлюється специфікою приміщення. Розробка дизайну приватного інтер'єру в корені відрізняється від створення дизайну інтер'єру індустріального. Фахівці нашої групи володіють необхідною кваліфікацією і досвідом для вирішення будь-яких завдань в сфері розробки дизайну інтер'єрів різного рівня складності і виду. При цьому роботи можуть вестися як на комплексній основі, так і у вигляді розробки дизайну окремих випадків. Дизайн дитячої кімнати, кімнати для презентацій і т.д. - всі ці види робіт виконуються нами на належному якісному рівні з урахуванням специфіки.

3. Особливості розробки авторського шрифтового плакату в лабораторних завданнях з дисципліни «Дизайн плакату» за освітньою програмою «Графічний дизайн»

Основні поняття і терміни.

Образотворче мистецтво – мистецтво відображення суцього у вигляді художніх образів на площині (графіка, живопис) та в просторі (скульптура). Образотворче мистецтво відображає дійсність у наочних образах, відтворює об'єктивно наявні властивості реального світу: об'єм, колір, просторовість, матеріальну форму предмета, світло-повітряне середовище, тощо. Проте образотворче мистецтво зображує не тільки те, що доступне зоровому сприйняттю, а й наочно втілює ті образи, які є наслідком фантазії. Існують наступні види образотворчого мистецтва: графіка, живопис, скульптура, декоративно-ужиткове мистецтво.

Термін «графіка» походить від грецького «*γραφο*» – «пишу, маю» і означає один із видів образотворчого мистецтва, близький до живопису з погляду змісту та форми, але має власні художні можливості. Мова графічного твору є більш лаконічною у порівнянні з живописом. Основним образотворчим засобом графіки є однотонний рисунок: колір виконує допоміжне значення. Графіка відзначається оперативністю і є наймасовішим мистецтвом. Залежно від призначення і змісту графіка поділяється на: станкову, книжково-журнальну, газетну, плакатну, прикладну та художньо-промислову.

Графічний дизайн – художньо-проектна діяльність, основним засобом якої є рисунок. Метою графічного дизайну є візуалізація інформації, що призначена для масового поширення за допомогою поліграфії, кіно, телебачення, комп'ютерних мереж, а також створення графічних елементів для предметного середовища й промислових виробів.

Графіка як вид образотворчого мистецтва з'явилася в епоху палеоліту, тобто 30 000 років тому. Рисунки продряпувались чи наносились фарбою на стіни печер, були контурними та силуетними. Первісні художники заповнювали площину всередині контуру малюнка чорною чи червоною фарбою. У XVIII – XV ст. до н. е. майстри приділяли більше уваги деталям: хутро було зображено за допомогою паралельних діагонально направлених штрихів, використано відтінки жовтого і червоного кольорів, а лінія контуру застосована для передачі об'єму.

Ще у XII ст. до н. е. печерні графічні зображення відображали тогочасні уявлення художників про об'єм, перспективу, колір, пропорції фігури та рух. Надалі вони втратили об'єм, але натомість набули ознак стилізації, тобто узагальнення та схематизації предметів. Печерні зображення епохи неоліту (5000 – 3000 рр. до н. е.) окрім схематичності відрізнялись деякою недбалістю виконання і появою зображень геометричних фігур (кола, прямокутника, ромба та спіралі). Відображення живої природи відійшли на другий план.

Графіка – це вид образотворчого мистецтва, який в якості основних образотворчих засобів використовує лінію, штрих та пляму. Композиційний характер лінійно-графічної форми багато в чому залежить від матеріалу і техніки її виконання. Термін «техніка» походить від грецького «техно», тобто «майстерність».

Багатогранність мистецтва проявляється в його жанровому поділі та стилістичній різноманітності.

Жанр (походить від французького «genre» – «рід, вид») – історично сформований внутрішній поділ, що притаманний всім видам мистецтва; тип художнього твору в єдності специфічних властивостей його форми і змісту. Більшість видів образотворчого мистецтва поділяється за предметом зображення на жанри, які є універсальними: зображення природи породило *пейзаж*; сукупності речей – *натюрморт*; людини –

портрет; подій життя – *сюжетно-тематичну картину* (побутовий, історичний, батальний).

Водночас жанр може мати свій внутрішній поділ або жанрові різновиди. Так, *пейзаж* може бути сільський, міський, індустріальний; *натюрморт* – квітковий, побутовий; *портрет* – парадний, інтимний, груповий. *Жанрові різновиди сюжетно-тематичної картини* – історичні, батальні, побутові, анімалістичні, інтер'єрні. Не рідкісними є явища, коли в одному творі поєднуються кілька жанрів (так, картина може поєднувати риси пейзажу, портрета, натюрморту).

Плакат – це вид графіки; одиничний витвір мистецтва, виконаний в агітаційній, рекламній або учбовій формі.

Плакат (нім., з фр., *об'ява, афіша*):

1. Вид образотворчого мистецтва, що служить завданням наочної, найчастіше політичної, агітації та пропаганди.
2. Оголошення, яке вивішується в громадських місцях з метою інформації, реклами, інструктажу тощо.

Енциклопедичним визначенням поняття плакат є – крупноформатне (листова) видання (зазвичай у вигляді малюнка, зображення, яке супроводжується коротким текстом), що виконує завдання наглядної агітації і пропаганди, інформації, реклами, інструктажу чи навчання.

У 2010 році вийшла друком книга «Дизайн: словник-довідник» (науково-довідкове видання Національної академії мистецтв України та Інституту проблем сучасного мистецтва), де читаємо таке тлумачення терміну: «*Плакат* (від нім. Plakat – афіша, оголошення) – великоформатний відбиток у вигляді малюнка з коротким супровідним прозовим чи віршованим текстом, що виконує завдання наочної агітації й політичної пропаганди, інформації, реклами, інструктажу (природоохоронні або протипожежні плакати) чи навчального посібника».

Види плакатів:

Політичний плакат – одна з дієвих форм політичної агітації, коли засобами образотворчого мистецтва вирішуються політичні завдання. Тематика політичних плакатів: боротьба за мир, викриття політичних ворогів, уславлення революційних свят, висвітлення міжнародних подій, тощо. До політичних плакатів відносяться лозунги.

Інформаційно - рекламний плакат – інформує, сповіщає про культурно – просвітницькі заходи, ознайомлює споживачів з товарами, послугами. Театральні та кіноплакати повинні відображувати стиль та творчі прагнення авторів даних видовищ.

Навчально – інструкційний плакат – пропаганда наукових знань, методів праці, ознайомлення з правилами . На відміну від інших видів плакату, містить велику кількість текстового матеріалу, цілі серії малюнків і призначається для довготривалого використання.

Визначені серед практикуючих дизайнерів *критерії максимальної виразності тексту в плакаті*: розбірливий (читабельний) шрифт, який виділяється на загальному фоні і обмежена кількість слів (4-7).

До особливостей жанру можна віднести наступне: в ідеалі плакат має бути досить великого розміру, щоб добре сприйматись на відстані, у зв'язку з цим шрифтова частина на ньому повинна бути виконана шрифтами, що чітко сприймаються глядачем. Для тексту важливим є не тільки шрифт, але і його розташування в форматі та колір.

Важливим елементом рекламного плаката є *логотип*. Його виразність, розміщення, розмір визначають доцільність плакатів цього типу. Логотип є свого роду зворотною адресою рекламного послання, на яке очікується відповідь споживача. Однак мистецтво дизайну, не обмежене сухим функціоналізмом, відводить логотипу в рекламному плакаті роль естетичного та ідейного елемента, який підпорядковано загальній концепції, а інколи є її смисловим центром. Використання

логотипа має свої вимоги, головною з них є незмінність його написання та кольору, тобто збереження фірмового стилю. Цей аспект повинен враховуватися при розробці плакату.

Окремим типом плакату є шрифтовий плакат, образ та ідея якого розкривається за допомогою графічної виразності шрифту. Його виразна образотворча мова є самодостатньою і базується на загальних естетичних принципах сучасного мистецтва. *Шрифтовий плакат* має надзвичайно широкі можливості для передачі творчих задумів автора. Починаючи від чіткої передачі інформації до складних дизайнерських ребусів, що потрібно розгадати маючи за плечима неабиякий вантаж знань. Найголовнішою перевагою шрифтового плакату є оперування виключно знаковою системою, не використовуючи допоміжні візуальні елементи, безпосередня апеляція змісту до його графемного втілення. Навіть коли художник іде цілеспрямовано на їх порушення, то це має бути аргументовано і продиктовано концептуальним задумом. Такі приклади ми можемо спостерігати у плакатах, присвячених виступам тих чи інших музичних колективів, театральних вистав та художніх фільмів.

Шрифтові плакати – це прості композиційні рішення, мінімальний набір шрифтів, скупа орнаментика, здебільшого центрово-осьове вирівнювання елементів. Він зорovo впливає на людину гармонійною злагодженістю всієї композиції, характером малюнка букв, його органічним зв'язком із змістом, кольоровою гамою та ритмом.

Шрифтовий художній плакат як унікальне явище мистецтва існує вже протягом багатьох століть, але до цього часу не було написано окремого дослідження на цю тему. У 1977 р. вийшла в світ книга С.Смирнова «Шрифт і шрифтової плакат», яка присвячена історії латинського та кириличного шрифтів і їх систематизації, рекомендаціям з написання кирилических плакатних шрифтів і способів розміщення їх на плакатному аркуші.

Шрифтовий плакат є формою творчості, що поєднує в собі принципи мистецтва плаката і мистецтва шрифту. Таким чином можна виділити два основних художніх типу шрифтового плаката: мінімалістично-функціональний і складно-експресивний. Перший тип зобов'язаний своєю появою традиції стандартизованого текстового блоку, а також функціональної типографіки ХХ ст. Другий тип увібрав у себе національні особливості шрифтових культур різних народів, традиції каліграфії, принцип живої асиметрії і висловлює собою не тільки суть репрезентованого глядачеві повідомлення, а й творче обличчя автора плаката.

Мінімалістично-функціональний тип шрифтового художнього плаката є міжнародним, має риси наднаціонального сучасного дизайну, а складно-експресивний тип, навпаки, є сучасною інтерпретацією національних традицій і художніх особливостей шрифтових культур різних народів. Другий найбільш розповсюджений тип плаката – поєднання графічного зображення та шрифту. Третій тип плаката у вигляді графічного зображення є найменш розповсюдженим.

Основні види штрихів тушшю за допомогою пера:

Чорні лінії проведені картографічною ручкою і китайськими чорнилом, білі лінії – картографічною ручкою і білими чорнилами на чорній поверхні.

А) окремі лінії тонким пером і Б) тупим пером. Товщина ліній залежить від нахилу пера;

А) штрихи різної щільності і насиченості, зроблені пензлем, Б) білі лінії – скальпелем на папері з покриттям поверхні чорним чорнилом;

А) хвилясті лінії проведені поршневою ручкою, Б) тонкі рівні лінії, зроблені ручкою з наповнювачем;

А) лінії різної товщини, зроблені клиновидним маркером, Б) перехресне штрихування, де лінії проведені тонким фломастером;

А) широкі чорні лінії і напівсухі штрихи тростяним пером, Б) тонкі

лінії і напівсухі штрихи, зроблені кінчиком ручки пензлика;

А) клиноподібним очеретом проведені товсті і тонкі лінії на сірому тлі, Б) штрихи і смужки, зроблені дерев'яним клином.

Графічна мова плакату.

Відаючи увагу пошуку ідеї плаката і композиційним шляхам її втілення, не слід нехтувати такими важливими засобами створення дієвого образу, як графічна мова, тобто художньо-технічними методами виконання плаката.

Термін «графічна мова» плакату розглядається в залежності від творчих завдань як на рівні побудови форми зображення в площині аркуша, так і на рівні створення художнього образу. Отже, є необхідність розгляду графічних засобів і методів зображення як інструменту візуального відтворення об'єкта та більш складних мовних засобів, що розкривають сутність і глибинний зміст візуального образу, який втілює творчу ідею.

До основного «словника» графічної мови можна умовно віднести такі графічні засоби як *крапка, лінія, пляма*, що по суті є для художника-графіка не чим іншим, як цегла для будівельника. Не зважаючи на те, що *крапка* є найелементарнішим засобом графічного зображення, проте має значний психологічний вплив на глядача, адже являється будівельним матеріалом і для лінії, і для плями. Заповнена крапками площа набуває ваги, тонального та кольорового забарвлення і навіть об'єму, а відтак забезпечує різноманітне емоційне забарвлення будь-якого зображення.

Лінія – це слід, залишений крапкою, що рухається, на площині, психологічний вплив якої залежить від направлення, товщини та їх зміни на різних відрізках лінії.

Вона може виступати в якості як візуального інструменту матеріалізації художнього образу, так і вербального символу. Сукупність ліній, навіть в обмеженому представленні, здатні відображати форми, котрі

можуть бути опізнані як предмет чи явище, надаючи їм емоційного забарвлення. Потенційні можливості лінії надзвичайно великі: без лінії неможливо уявити собі малюнок олівцем, пензлем, пером, фломастером; за допомогою лінії створюється найскладніші візерунки орнаментальних композицій; лінія лежить в основі каліграфії і типографічних шрифтів; лінійний слід залишає різець гравера на металевій або дерев'яній дошці.

Різниця між психологічним впливом різнонаправлених ліній на глядача залежить від звички людини сприймати направлення і положення предметів чи явищ у просторі. Так, наприклад, *горизонтальні лінії* у глядача асоціюються зі стабільністю та статичністю, оскільки нагадують горизонтально розміщені відносно землі, предмети, які знаходяться у стані спокою. І навпаки, *вертикально направлені лінії* слугують символом духовності величі. Значний психологічний на глядача спричиняють *лінії, що мають діагональне направлення*, і символізують рух та внутрішню динаміку предмету.

Подібна символіка обумовлена сприйняттям людини діагонально направлених об'єктів, як таких, чие розташування являє собою щось середнє між горизонтальним і вертикальним по відношенню до землі, між статичним і духовно направленим, а тому логічно представити, що даний об'єкт або падає вниз, або рухається вгору. Сукупність ліній та їх розташування також має психологічний вплив на глядача. Так, наприклад, поєднання горизонтальних і вертикальних ліній символізує безпеку, постійність, стабільність, та міцність, оскільки асоціюється з об'єктами у вигляді квадратної чи кубовидної форми, які важко перевернути або бодай зрушити.

Хаотично направлені різкі лінії викликають у людини відчуття сумніву, мінливості та вередливості, у той час, як плавно вигнуті ті лінії, навпаки, викликають відчуття витонченості м'якості та комфортності. Лінія не тільки може бути основою лінійного зображення повторення ліній

як закономірне, так і хаотичне, створює фактурні і тональні співвідношення. Залежно від густоти ліній художник створює широку тональну палітру від світло-сірого до чорного, що активно застосовується в шрифтовому плакаті.

Дещо інші властивості у *плями*. Перш за все – це її тональна однорідність, ідентична ознакам площини. На практиці цей засіб зображення поширений у декоративно-прикладному мистецтві, станковій графіці, плакаті. *Пляма*, в залежності від форми, також передає різноманітні емоційні стани та внутрішній зміст. Геометричні форми плями мають замкнутий характер а тому викликають відчуття самодостатності, самовпевненості, самозакоханості, рішучості та стабільності.

Проте, якщо плями геометрично правильної форми повернути навколо своєї осі, вона стає динамічною, рухливою. Яскравим прикладом є зміна психологічного впливу на глядача трикутника, в залежності від його положення у просторі. Трикутник є нерухомим поки його основа займає горизонтальну позицію, відносно краю аркушу паперу на якому він зображений, але як тільки його зрушити і повернути, він символізуватиме різні види рухів, включаючи ціленаправленість, стрімкість, злет і падіння.

За допомогою цих засобів дизайнер «будує» візуальний образ та виконує шрифтові написи в плакаті. Е. Рудер так характеризує зазначені засоби графічної мови: «усе перебуває в русі: крапка рухається, створюючи лінію, суміщення лінії будує площину, зустріч площин створює об'єм».

Творчість художників, які працювали в плакатному мистецтві.

У період 1866-1900 рр. Ж.Шере виготовив понад 1000 плакатів і увійшов в історію не тільки як автор першого художнього зразка, але й як популяризатор нового жанру

До 2-ї половини XIX століття плакатом іноді називали агітаційні гравюри великого розміру ("летючки" періоду Реформації в Німеччині в XVI ст., політичні афіші епох Великої Французької революції 1789-1794 і Паризької Комуни 1871). Рекламний плакат виник в Західній Європі в 2-й половині XIX століття (коли застосування літографії, у тому числі кольорової, дозволило видавати барвисті плакати швидко і великими тиражами) в результаті еволюції від шрифтових театральних афіш і книготоргових оголошень до афіш, в яких значне місце займали орнамент і фігурні зображення. Ведуча роль в розвитку плаката в кінці XIX століття належала Франції (плакати Ж.Шере, А.Тулуз-Лотрека, Т.Стейнлена і ін.).

Однією зі складових соціальної і політичної реклами XIX ст. було рекламне оголошення. Так, 1896 року американський рекламист Емер Елвіс запропонував одну з моделей рекламних звернень AIDA (attention-interest-desire-action, тобто увага-зацікавленість-бажання-дія), суть якої полягала в тому, що ідеальне рекламне звернення має, насамперед, привертати мимовільну увагу. Шляхи досягнення цієї мети досить різноманітні: вдале гасло, використання контрастів, яскраве оформлення, нестандартне рішення тощо. Американські дослідники соціальної і політичної реклами виокремлюють п'ять головних вимог до політичного рекламного гасла: воно має відповідати мовним стандартам; легко запам'ятовуватися; нести емоційний позитивний заряд; мати тісний зв'язок з об'єктом рекламування; бути комунікативно спрямованим (наявність конкретного адресата з конкретними цілями та настановами).

В роботах А.Тулуз-Лотрека яскраво виявилися специфічні риси художньої мови плаката: узагальненість форм, кадровість зображення, що миттєво запам'ятовується. Більшість плакатів кінця XIX – поч. XX ст. складалася з композицій в дусі стилю "модерн", схожих з книжково-журнальною графікою (роботи Е.Грассе і чеха за походженням А.Мухи у Франції, О.Бердслі у Великобританії, У.Бредлі і Е.Пенфілда в США).

На початку 1900-х років з'явився політичний плакат, кращі досягнення якого пов'язані з демократичним рухом і боротьбою за мир. В числі авторів перших політичних плакатів були Стейнлен у Франції, Ю.Вальткорн і К.Кольвіц в Німеччині.

Розвиваючи традиції сатиричної графіки періоду Революції 1905-1907 рр., Д.С.Моор., В.Н.Дені, В.В.Лебедев і ін. створили, по суті, нове, бойове мистецтво, величезний вплив, що надав розвитку світового плаката. Ідейна цілеспрямованість, революційна пристрасність, високий художній рівень зробили плакат достовірно масовим засобом агітації, ефективною зброєю в боротьбі за радянську владу; в ті ж роки за ініціативою В.В.Маяковського виник новий вид тиражованого за допомогою трафарету плакату "Окна роста".

З початку 1910-х років плакат поступово втрачає прямі зв'язки з книжково-журнальною графікою в стилі "модерн", деколи наближаючись по характеру до станкової картини (плакати О.Фішера в Німеччині, Ф.Бренгвіна у Великобританії). В рекламному плакаті визначаючим стає прагнення художників до більш конкретного показу об'єкту реклами (на початку тільки в роботах Л.Бернхарда, Ю.Клінгера, Л.Хольвайна і ін. в Німеччині, а потім і художників ін. країн); своєрідність і стилістичні особливості плаката (динаміка композиції, метафоричність образу, умовність кольору, узагальнення форм) яскраво виявилися в роботах Кассандра (Франція).

З розвитком кінематографа з'явилися плакати для фільмів, які створювалися на основі перемальовування окремих кадрів; пізніше кіноплакат придбав оглядовий характер, що дає уявлення про жанр фільму.

В період 1-й світової війни 1914-1918 рр. отримали розповсюдження агітаційні плакати (агітація за призов в армію, підписку на військові позики, допомога пораненим і ін.), стилістика якого зробила вплив на подальший розвиток плаката (А.Літ у Великобританії, Ж.Февр у Франції і

ін.).

Сучасний політичний плакат народився і досяг виключно високого рівня в роки Громадянської війни 1918-1920 рр. В 1920-х – на поч. 1930-х років важливу роль в розвитку сучасного плаката зіграли А.А.Дейнека, Г.Г.Клуцис, Л.М.Лісицький, Ю.І.Піменов, А.М.Родченко, брати Стенберги, А.І.Страхов. Революційним пафосом пройняті плакати, видані в Угорщині в період Угорської радянської республіки 1919 р. (роботи Р.Берення, М.Біро. Б.Уїтца і ін.), виборні плакати компартії і антифашистські плакати в Німеччині (Г.Пехштейн, Дж.Хартфілд і ін.). В Іспанії в період боротьби народу з фашизмом (1936-1939) плакат, разом з листівками і карикатурою, став провідним видом мистецтва.

В часи 2-ї світової війни 1939-1945 рр. найважливішу суспільно - політичну роль грав антифашистський плакат, в післявоєнні роки - плакат в захист миру (П.Пікассо у Франції, Л.Мендес в Мексиці, Т.Трепковській в Польщі). У 1941-1945 рр. плакат був дієвим засобом мобілізації народу на боротьбу з ворогом: в цей період, як і в післявоєнні роки, велику роль в розвитку сучасного плаката зіграли В.С.Іванов, Л.Ф.Голованов, А.А.Кокорекин, В.Б.Корецький, Кукриникси, І.М.Тоїдзе, Д.А.Шмарінов. В роки війни успішно працювали над плакатом колективи "Вікон ТАСС" і "Бойового олівця", а також багато живописців - А.А.Пластов. І.А.Серебряний, Вл.А.Серов і ін.

В 1960-2000-х роках разом з політичним особливо широке розповсюдження отримали плакат кінорекламний, театральний, виставковий, санітарно-освітній, плакат по безпеці праці (твори Ю.Галкуса, О.М.Савостюка, Б.А.Успенського, Е.С.Цвіка).

Стилістично плакат 1920-2000-х років багато чому пов'язаний з живописом, графікою і фотомистецтвом (Дж.Хартфілд в Німеччині); на його еволюцію і складання власного виразного мистецтва вплинув і розвиток інших засобів масової інформації, а також поліграфії. Плідно

розвивається французький плакат (Кассандр, П.Колен, Ш.Лупо, Ж.Пікар-Леду і ін.).

Процес виконання авторських шрифтових плакатів вимагає від студентів професійним навичок, здатність вирішувати проблеми композиційної побудови художнього твору, знати основи шрифтових плакатів і складається з наступних етапів:

1. Збирання інформації та систематизація підготовчих матеріалів

Методи вимоги:

- виявити у житті щось неординарне, актуальне; занотувати його за допомогою слова, символу, шрифту; проникнути в суть явищ, понять, та об'єктів;

- зібрати повну інформацію в бібліотеках, на художніх виставках та інших джерелознавчих інституціях з метою відбору, аналізу, узагальнення та систематизації матеріалу;

- провести аналіз шрифтових творів професійних художників, виявити характерні ознаки композиційних рішень, сучасні тенденції розвитку шрифтового плакатного мистецтва, а також можливі недоліки у створенні візуальних образів, низький рівень робіт та їхню рекламну неефективність.

2. Розробка авторської концепції рішення теми

Методичні вимоги:

- на основі аналізу, узагальнення та систематизації зібраного матеріалу обґрунтувати доцільність та актуальність теми шрифтового плакату;

- визначити характер побудови шрифтового плакату на основі аналізу аналогів;

- концептуально змодельовати художню (рекламну) ідею твору відповідно до характеру, тематичної спрямованості та функціонального призначення шрифтового плакату;

- накреслити методичні цілі та шляхи втілення ідеї.

3. Композиційний пошук образотворчих засобів втілення творчого задуму

Методичні вимоги;

- провести композиційний пошук рішення теми шляхом виконання ескізів авторських шрифтів, застосовуючи необхідні художні засоби композиції, графічні прийоми та методи зображення та найрізноманітніші технології;

- знайти яскраві образи, здатні розкрити, багатогранність концепції рішення теми шрифтового плакату;

4. Визначення оптимального варіанту композиційного рішення

Методичні вимоги:

- виявити найбільш вдалі образні рішення теми, які відповідають методичним цілям концепції, розкривають ідею твору шляхом гармонійної та цілісної композиційної побудови шрифтового плакату.

5. Вибір технологічних та графічних засобів виконання оригіналу плакату

Методичні вимоги;

- визначити шляхом теоретичного аналізу, експериментального пошуку та відбору графічних засобів виконання оригіналу з метою досягнення найбільшої виразності художнього твору.

6. Виконання картону

Методичні вимоги:

- виконати у розмірі робочий ескіз авторського шрифтового плакату згідно з заданим форматом спираючись на розроблені і затверджені

кафедрою вузом ескізи композиційних рішень та зібрані підготовчий матеріал.

7. Виконання оригіналу плакату

Методичні вимоги:

- враховуючи зазначені цілі та вимоги до послідовної цілеспрямованої роботи над твором та спираючись на отримані результати попередніх етапів, завершити процес дополіграфічної підготовки оригіналу шрифтового плакату;

- згідно з існуючими нормативами оформити оригінал шрифтового плакату.

Пояснювальна записка є теоретичним дослідженням цілей, методів та результатів виконання роботи. Зміст пояснювальної записки відображає роботу студента на всіх етапах виконання проекту, висвітлює відповідність авторського розуміння та композиційного рішення вибраної теми методичним вимогам.

4. Особливості розробки соціальних плакатів-диптихів з проблем екології, молоді та ін. в лабораторних завданнях з дисципліни «Дизайн плакату» за освітньою програмою «Графічний дизайн»

Основні поняття і терміни.

Сучасний плакат є звичайно поліграфічним відтворенням створеного художником оригіналу. Плакат повинен сприйматися на великій відстані, виділяючись серед інших джерел інформації. В плакаті часто застосовуються образотворчі метафори, загальнозрозумілі символи, зіставлення різномасштабних зображень, узагальнення форми предметів; важливу роль грає характер шрифту і розташування тексту, яскраве умовне колірне рішення. В систему образотворчих засобів плаката іноді вводиться фотографія (самостійно або в поєднанні з малюнком, живописом).

Соціальний плакат – плакат, що пропагує базові соціальні цінності. У соціальному плакаті відображені соціальні прояви особистості, специфіка соціальних відносин у суспільстві, значущі соціальні проблеми, загрози і лиха. У числі найбільш актуальних проблем, що відображаються в плакаті: здоров'я нації, демографічне питання, профілактика онкологічних захворювань, у тому числі й дітей, пропаганда вчасних профоглядів серед населення, соціальна підтримка людей-інвалідів, популяризація донорства, проблема СНІДу та наркоманії. Соціальний плакат відповідає соціальним замовленням суспільства. Образний лад і основна ідея плаката на соціально значиму тему перебувають у прямій залежності від панівного в суспільстві соціально-політичного устрою і відносини «системи» до особистості окремої людини. Сьогодні соціальний плакат – носій нової ідеології демократизму, гуманізму і толерантності; він належить до сфери соціальної реклами.

Пропагандистський плакат поділяється на два підвиди: агітаційний та політичний. Щоб краще зрозуміти визначення цього виду плаката, потрібно дати визначення поняттю «пропаганда». Всупереч поширеній думці про те, що пропаганда виникла з появою засобів масової інформації, вона існує вже кілька тисячоліть. Вперше це слово (з лат. *propaganda* – те, що підлягає поширенню, *propago* – розповсюджую) було вжито у папській буллі, скерованій проти протестантизму. З ініціативи папи Григорія XV 1622 року було створено місіонерську установу під назвою «Конгрегація пропаганди віри» (*Sacra Congregatio de Propaganda Fide*), метою якої було розповсюдження віри. Поняття «пропаганда» науковці визначають по-різному. Зокрема, один із перших її дослідників – американський вчений Гарольд Лассвелл сформулював своє розуміння цього явища, як «створення одностайної позиції шляхом маніпулювання важливими поняттями-символами». Леонард Уільям Дуб у

своєму визначенні схиляється до думки, що пропаганда завжди продиктована свідомим плануванням. Ролан Барт запропонував таке трактування цього поняття: «Пропаганда – метод поширення інформації з метою керування суспільними поглядами та інтересами». За визначенням з World Book Multimedia Encyclopedia, пропаганда – односторонній процес передачі інформації, розроблений з метою впливати на мислення та дії людей. Агітплакати, агітфарфор, агіттканина поруч із газетами, радіо та кіно в першій третині ХХ століття справляли неабиякий вплив на формування світогляду, ідеологічних засад і настроїв у суспільстві.

Плакат-диптих, -триптих, чи -поліптих здатні посилювати свій вплив на глядача не тільки збільшеною площею зображення, але й ефективними композиційними рішеннями. Такі видання в минулому активно експлуатувались в архітектурно-просторовому середовищі, виконуючи функції політичної пропаганди та реклами. Сьогодні багатоаркушеві плакати поступилися місцем щитовій рекламі. Але на художніх виставках та конкурсах плаката, на міжнародних оглядах міжнародного мистецтва диптихи, триптихи та поліптихи є сьогодні привертають до себе увагу, підтверджуючи свою життєздатність.

Зазначені вище форми частіше спостерігаються в авторському плакаті чи плакаті, присвяченому видатним діячам науки, культури і мистецтва з метою розкриття значних тем соціального, культурного і філософського спрямування та авторського світосприйняття.

Процес виконання соціальних плакатів-диптихів з проблем екології, молоді та ін. вимагає від студентів професійним навичок, здатність вирішувати проблеми композиційної побудови художнього твору, знати основи соціальних плакатів і складається з наступних етапів:

1. Збирання інформації та систематизація підготовчих матеріалів

Методи вимоги:

- виявити у соціальному житті щось неординарне, цікаве, актуальне; занотувати його за допомогою слова, малюнка, етюда, світлини; проникнути в суть явищ, понять, та об'єктів екології, освіти тощо;

- зібрати повну інформацію в архівах, бібліотеках, на художніх виставках та інших джерелознавчих інституціях з метою відбору, аналізу, узагальнення та систематизації матеріалу;

- провести аналіз соціальних творів професійних художників, виявити характерні ознаки композиційних рішень, сучасні тенденції розвитку соціального плакатного мистецтва, а також можливі недоліки у створенні візуальних образів, низький рівень робіт та їхню рекламну неефективність.

2. Розробка авторської концепції рішення теми

Методичні вимоги:

- на основі аналізу, узагальнення та систематизації зібраного матеріалу обґрунтувати доцільність та актуальність теми соціального плакату;

- визначити характер побудови соціальних плакатів-диптихів на основі аналізу аналогів;

- концептуально змодельовати художню (рекламну) ідею твору відповідно до характеру, тематичної спрямованості та функціонального призначення соціального плакату;

- накреслити методичні цілі та шляхи втілення ідеї.

3. Композиційний пошук образотворчих засобів втілення творчого задуму

Методичні вимоги;

- провести композиційний пошук рішення теми шляхом виконання ескізів соціальних плакатів-диптихів, застосовуючи необхідні художні засоби композиції, графічні прийоми та методи зображення та найрізноманітніші технології;

- знайти яскраві візуальні образи, здатні розкрити багатогранність концепції рішення теми соціального плакату-диптиху;

- знайти адекватні візуальним образом текстові елементи композиції плакату.

4. Визначення оптимального варіанту композиційного рішення

Методичні вимоги:

- виявити найбільш вдалі образні рішення теми, які відповідають методичних цілям концепції, розкривають ідею твору шляхом гармонійної та цілісної композиційної побудови соціального плакату.

5. Вибір технологічних та графічних засобів виконання оригіналу плакату

Методичні вимоги;

- визначити шляхом теоретичного аналізу, експериментального пошуку та відбору графічних засобів виконання оригіналу з метою досягнення найбільшої виразності художнього твору.

6. Виконання картону

Методичні вимоги:

- виконати у розмірі робочий ескіз диптиху згідно з заданим форматом спираючись на розроблені і затверджені керівником ескізи композиційних рішень та зібрані підготовчий матеріал.

7. Виконання оригіналу плакату

Методичні вимоги:

- враховуючи зазначені цілі та вимоги до послідовної цілеспрямованої роботи над твором та спираючись на отримані результати попередніх етапів, завершити процес дополіграфічної підготовки оригіналу плакату;

- проаналізувати відповідність кінцевого результату диптиху концепції і у випадку розбіжностей чи явних недоліків внести належні

корективи до композиційного рішення або ж усунути можливі прорахунки візуального відображення об'єкта реклами;

- згідно з існуючими нормативами оформити оригінали плакатів.

Пояснювальна записка є теоретичним дослідженням цілей, методів та результатів виконання роботи. Зміст пояснювальної записки відображає роботу студента на всіх етапах виконання роботи, висвітлює відповідність авторського розуміння та композиційного рішення вибраної теми методичним вимогам.

5. Особливості розробки театральних, циркових плакатів, плакатів-триптихів, присвячених діячам науки, культури, мистецтва в лабораторних завданнях з дисципліни «Дизайн плакату» за освітньою програмою «Графічний дизайн».

Основні поняття і терміни.

Культурологічний плакат відображає питання, пов'язані з самовизначення нації, історичною спадщиною, етнонаціональними цінностями, історико-культурними пам'ятками та визначними постатями минулого і сьогодення; формує у молодого покоління позитивний образ майбутнього, сприяє його культурному та духовному росту.

Рекламний плакат можна розділити на два підвиди: торгово-промисловий та видовищний (кіноплакат, театральний, цирковий, спортивний, музичні афіші, мистецько-культурні акції). Розвиток торговельних відносин спричинив розвиток реклами. Тому і не дивно, що перші її зразки знайдені під час археологічних розкопок античних міст. Бурхливий розвиток індустрії наприкінці XIX – початку XX ст. для реклами та популяризації продукції викликав також розвиток торгово-промислового плаката. Найбільш популярними та розповсюдженими в зображальній рекламі в ті часи стали друковані її форми: афіші, плакати,

листівки та оголошення. Рекламний плакат містить текст та графічне зображення. Текст у ставленні до зображення відіграє допоміжну роль. Основа рекламного плакату – цікава художня композиція та короткий текст, який доповнює один одного. Ефект сприйняття досягається використанням яскравих фарб, що добре помітні на відстані.

Навчально-інструктивний плакат пропагує наукові знання, методи праці, різні правила і т.ін. На відміну від інших видів плаката, містить значну кількість тексту, серію малюнків і призначений для тривалого використання. Основне призначення плаката з охорони праці і здоров'я – сформуванню у людини правильну оцінку небезпечних і шкідливих ситуацій шляхом інформаційної і емоційної дії, зорієнтувати її поведінку в потрібному напрямі, сприяти формуванню умінь і навичок безпечної життєдіяльності.

Культурно-видовищний плакат

У сучасному культурно-видовищному плакаті важливе місце займають плакати, присвячені видатним діячам науки, культури і мистецтва, їх науковим та творчим здобуткам, а також плакати для різноманітних мистецьких акцій, презентацій, тематичних виставок, виставок, конкурсів, та персональних виставок робіт митця.

Культурно-видовищний плакат покликаний рекламувати ту чи іншу мистецьку акцію з метою привернення уваги і зацікавленості аудиторії, залучення потенційного глядача, слухача до діалогу з об'єктами культури. Опанування студентами методикою створення культурно-видовищного плакату здійснюється шляхом, практичного виконання завдання, яке включає різноманітні варіанти композиційних рішень плакату-триптиха присвяченого видатним діячам науки, культури і мистецтва.

Основним функціональним призначенням цього виду плакату є створення іміджу митця, що досягається наступними методами:

1. Пошук іміджу митця на основі оригінального портретного зображення композиції плакату-триптиха.

Методичні вимоги:

- створити візуальний образ шляхом відбору та узагальнень найхарактерніших портретних рис митця, застосовуючи графічні прийоми та методи зображення, властиві творчі індивідуальності автора;

2. Створення іміджу митця шляхом застосування в композиції плаката-триптиха авторських робіт

Методичні вимоги:

- побудувати візуальний образ на основі включення композиції плакату-триптиха найбільш виразної роботи автора, яка віддзеркалює сутність та характер його творчості.

3. Створення візуального образу на основі узагальненого асоціативного еквівалента творчості митця

Методичні вимоги:

- знайти відповідні асоціативні та метафоричні зображення за ознаками, притаманними творчості та сутності світосприйняття автора.

4. Шрифтова інтерпретація теми

Методичні вимоги:

- створити імідж митця на основі інформаційних змістових та образотворчих засобів шрифтової композиції.

До текстової частини плакату-триптиха обов'язково мають входити: ім'я та прізвища митця, назва виду та жанру мистецтва, в якому він працює. При потребі, можна вказати короткі біографічні відомості з життя митця, перелік видатних наукових та творчих праць і здобутків, а також життєве кредо чи найбільш видатне висловлювання автора. А у випадку розробки виставкового плакату-триптиха ще й назву установи, що сприяє проведенню мистецької акції (творча спілка, галерея, спонсори, тощо), та адреса і час проведення мистецької акції. При виконанні оригінальних

плакатів студенти можуть застосовувати різноманітні техніки малюнку, живопису, авторських графічних матеріалів та прийомів, фото і комп'ютерної графіки.

Виконання вказаного вище завдання дає змогу студенту досліджувати образотворчі засоби композиції, проводити аналіз ефективності різних шляхів створення дієвого рекламного образу та набути фахової майстерності.

Плакат-триптих

За свою структуру *плакат-триптих* має загальні риси з такими ж формами станкових творів, графіки та живопису і традиційно поділяється на центральну ліву та праву частину. Але така схема може розглядатися лише тоді, коли композиція триптиха близька до симетрії, а її центральна частина, є головною.

Разом з тим, зустрічається рішення, в яких композиційний центр зміщується вправу чи в ліву частину триптиха. Як правило, для них характерні асиметричні та динамічні принципи побудови композиції.

Розміщуватись аркуші триптиха можуть не тільки горизонтально (традиційна схема), а й вертикально, що, крім центральної частини, змінює положення лівої і правої частини на верхню та нижню. Незалежно від тематичної спрямованості триптиха слід розглядати композицію твору як єдине ціле а його складові – як одну роботу, що розкриває сутність авторської концепції.

Методичні цілі завдання: опанування методикою роботи над триптихом, як завершеним художнім твором, ефективне застосування образотворчих засобів композиції при створенні візуального образу.

Як специфічна область творчості, графічний дизайн являє собою результат поступового злиття двох напрямків в художній культурі.

З одного боку, популярного комерційного мистецтва (афіші, реклама, газетні і журнальні ілюстрації), що отримав розвиток в кінці XIX - першій

половині ХХ століття і відкрив нову образотворчу мову художника архітекторам і дизайнерам. З іншого - сучасного образотворчого мистецтва, що розвивалося у Європі в перші три десятиліття ХХ століття.

Спочатку цей термін означав художнє розташування і монтаж на друкованому аркуші тексту із зображенням в процесі створення візуально-словесного ряду. В даний час сфера діяльності графіків-дизайнерів істотно розширилася, включивши комп'ютерну графіку, теле- і відеопрограми, просторово-конструктивні експерименти і ін.

Графічний дизайн зараз - це інтернаціональне явище (одне з його сучасних назв «viscom» - «візуальний комунікатор»), вирішальне такі комплексні завдання проектування складних структур, як вироблення єдиних систем знаків, створення фірмових стилів, способу цілих галузей промисловості, оновлення візуальноінформаційного ряду підручників, створення візуальних комплексів для великих заходів, виставок і тд.

Мета графічного дизайну - формування комфортного візуального середовища з високими естетичними і комунікативними якостями. Основними засобами графічного дизайну є шрифти, знаки, малюнок, геометричні фігури, фотографія, символи як стандартні, так і індивідуальні. Основними видами техніки оформлення елементів графічного дизайну є: - типографический набір (фотографічний, лазерний); - макетування викрійкою; - фотомонтаж; - аерографічний, штриховий, лінійний і інші види малюнка. Залежно від об'єкта проектування розрізняють такі види графічного дизайну:

Типографіка – книжкова і газетно-журнальна графіка, основний об'єкт проектування – словесний текст (Мал.6); 6. Промышленная графика – товарные и фирменные знаки, этикетки, упаковка и пр., основной объект разработки — графический элемент, непосредственно связанный с предприятием и его продукцией;

Рекламная графіка - плакат, рекламне оголошення листівка, буклет,

каталог, значки, наклейки та ін., Об'єкти проектування пов'язані з рекламною компанією організацій і підприємств.

Архіграфіка - система візуальної комунікації, суперграфіка, піктограми і т.п., графічні елементи як інтер'єрного (експозиції, вітрини), так і архітектурного простору (вулиці, площі);

Комп'ютерна графіка - web-дизайн, моделювання програмних продуктів, анімаційних, відео- і кіноматеріалів, мережу Інтернет та т.д.

Телевізійна графіка - телевізійні заставки, кліпи, телесеріали та ін., Об'єкт розробки - все графічні елементи, які використовуються в кінематографі і на ТБ.

Дизайнерів об'єднує сьогодні орієнтація на візуалізацію нашого оточення, пізнання його через зорове сприйняття. Як професійний ідеал ними розглядається «цілісне оформлення середовища» через «якісну форму», здатну активізувати емоційний освоєння.

З іншого боку, ця діяльність розуміється як відтворення смислів різного роду повідомлень, подій, понять, директив, цінностей і т.п. у візуальній формі. Ця функція реалізації абстрактного мислення в наочному вигляді особливо актуальна там, де наукові знання необхідно зробити доступними широкому загалу, а також в сфері ділового світу.

Графічний дизайн в наш час являє собою досить розвинену і надзвичайно насичену смисловими відтінками область мистецькому житті суспільства. Більш того, наводить на думку про самостійну цінності цього стрімко виділяється із загального світу естетичної діяльності практично нового виду мистецтва. З іншого боку, графічний дизайн, як особлива форма естетичного мислення, надзвичайно активно впливає на інші види дизайну, вливаючись таким чином в строкату інтегральну картину сучасного, синтетичного по суті, світовідчуття.

Засоби проектного моделювання. Проектне моделювання – відтворення істотних властивостей і форм конкретного об'єкту або явища у

вигляді умовної копії (схеми). При проектуванні дизайнерських об'єктів, особливо складних, використовується значний арсенал різних засобів моделювання: функціональні схеми, блок-схеми, системні моделі, усіякі матриці й класифікаційні таблиці, моделі типологічні й т.д.

Разом з тим використовуються можливості й засоби художні, приналежні мистецтву. До найбільш вживаних з них можна віднести візуально-графічні й просторово-пластичні засоби моделювання.

Останнім часом виділяють також словесні методи проектного моделювання. Менш традиційні для дизайну в цілому, але гостро необхідні в ряді конкретних ситуацій (при проектуванні великих комплексних об'єктів, розробці галузевих програм й ін.) засоби драматургії, театру, кіно, сценографії, аудіовізуальної техніки, журналістики й ін.

Засоби проектного моделювання: словесні, візуально-графічні, предметнопластичні

Словесні засоби – збір інформації, аналіз моделей-аналогів, формулювання технічного завдання та системи вимог до об'єкту проектування, інтерв'ювання споживачів, анкетне опитування, обробка результатів опитування респондентів. Словесні засоби використовують переважно на етапі передпроектних досліджень. Передпроектний аналіз – початкова стадія робіт з дизайнерського проектування, метою якої є перетворити умови завдання в принципи її рішення, створити з опису потреби модель матеріально-просторового об'єкта, що задовольняє цю потребу.

Суть методики передпроектного аналізу в дизайні складається в розчленуванні процесу дослідження пропонованої дизайнерові ситуації на ряд етапів, самостійних за цілями і результатами роботи. Перший – обстеження, знайомство із ситуацією, контекстом розміщення майбутнього об'єкта, переліком властивостей, якими він повинен володіти. Загальновідома техніка цього етапу: вивчення аналогів, огляд літературних

даних і реальних прототипів, з'ясування їх позитивних і негативних якостей, формулювання прямих завдань подальшої роботи.

Особливості методу починають проявлятися на другому етапі, коли проектувальник ставить собі завдання проблематизації завдання. Її суть - сприйняття завдання як проблеми, тобто зіткнення протиріч між обставинами майбутнього існування об'єкта й експлуатаційних характеристик його структур.

Наступний етап - тематизації - вибору арсеналу можливих рішень проблемної ситуації. Завершує передпроектний аналіз порівняння пропозицій, що розв'язують окремі аспекти проблем, вибір серед цих варіантів найбільш ефективного. Це ще не проект, а дизайн-концепція, принципова дизайнерська ідея майбутнього проекту.

Як правило, формулюється дизайн-концепція у вигляді якої-небудь парадоксальної тези, несподіваної метафори, що найбільше виразно відбиває зміст дизайнерської пропозиції. ЗБІР ІНФОРМАЦІЇ - комплекс прийомів і способів одержання вихідних даних для проектування.

Методи збору інформації діляться на дві групи: 1) елементарні (спостереження, пряма анкета, інтерв'ю, вільна бесіда, тест, психофізіологічні дослідження, вивчення документів, аналіз змісту); 2) синтетичні (непряма анкета, зіставлення джерел, аналогії й т.д.).

Вибір методу збору даних залежить від програми досліджень і наявності джерел інформації.

Візуально-графічні засоби проектного моделювання (проектна графіка): Художня графіка: академічний малюнок, декоративний малюнок, конструктивний малюнок. Технічна графіка: ескіз, креслення, наочне зображення (технічний малюнок, аксонометрія, диметрія). Наукова графіка: таблиці, схеми, діаграми. Малюнок (рисунок), креслення - традиційні графічні засоби, характерні для індивідуального підходу до проектування. Особливі прийоми малюнка дозволяють ефективно

відтворювати середовище, матеріал, конструкцію, особливості фактури й текстури проєктованого об'єкта.

У завдання проєктного малюнка входить відтворення на двомірній площині даних про тривимірний простір.

Предметно-пластичні засоби проєктного моделювання (макетування) Проектна модель, макет, дослідний зразок № 6 Предметно-пластичні засоби проєктного моделювання. Предметно-пластичні засоби проєктного моделювання (макетування) Проектна модель, макет, дослідний зразок Макет - просторовий об'єкт, що відтворює візуальні або окремі функціональні характеристики виробу (споруди, комплексу). За винятком демонстраційних макетів, метою яких є створення подання про зовнішній вигляд як проєктованих, так й існуючих виробів, інші види макетів служать переважно проєктним цілям.

На різних етапах проєктування використовуються наступні макети: пошукові (для визначення основних об'ємно-просторових або компоновальних характеристик проєктованого виробу, зіставлення альтернативних проєктних пропозицій); доводочні (для більше детального пророблення окремих елементів виробу); посадкові (різновид доводочних макетів, створюваний в натуральну величину з метою відпрацювання ергономічних якостей виробу); діючі (для порівняння з існуючими аналогами, для перевірки функціонування окремих елементів виробу).

Макетування (від італ. "macetto" - ескіз, начерк) – процес умовного або "натурального" об'ємно-просторового зображення об'єкта в певному масштабі, що дозволяє вести пошук й оцінку естетичних, функціональних, конструктивнотехнологічних або споживчих якостей нових виробів і форм, у комплексі аналізувати різні аспекти конкретного проєктування.

Макетування дає можливість відтворювати й вивчати різні явища в лабораторних умовах, сприяє механізації процесу проєктування, дозволяє оперативно одержувати наближені до природи матеріали випробувань

дизайнерських об'єктів.

Макети розрізняють: залежно від імітованих сторін об'єктів дизайну (художньоестетичних, конструктивних, технологічних); залежно від етапу проектування (робочі, ескізні, демонстраційні, для лабораторних випробувань); за масштабом (у натуральну величину, зменшені, збільшені); за об'ємністю (тривимірні - об'ємні, напівоб'ємні діорами, циклорами, перспективні макети, макети-декорації, площинні); за матеріалами виготовлення (від паперу, тканини, дерева, що умовно передають форми майбутніх об'єктів, до прямого відтворення задуманих матеріалів, фактури, кольору).

Одночасне врахування і розв'язання на одній моделі різних задач проектування (наприклад, функціональних, матеріально-конструктивних й естетичних) у сполученні із графічними матеріалами забезпечують на практиці реалізацію комплексного підходу в проектуванні. Нові моделі і макети об'єктів дизайнери виконують з різних матеріалів: пластиліну, пінопласту, картону, текстилю, дерева тощо. Той чи інший матеріал добирається залежно від дизайнерських завдань, наявності матеріалів, а також власних уподобань автора проекту.

Прекрасним матеріалом для макетування є пластилін. Він надзвичайно пластичний. З цього матеріалу за короткий час можна легко виготовити деталь будь-якої форми, а також створити багато варіантів одного й того самого виробу.

Проте пластилін має й недоліки. Його, наприклад, не можна пофарбувати у будь-який колір, передати тонкі деталі. Під час створення макетів одягу, взуття, головних уборів із пластиліну, його не можна одягнути на манекен для примірки. Папір і картон – одні з найбільш вживаних матеріалів для макетування.

Вони не потребують спеціального обладнання, легко обробляються, мають різноманітну фактуру поверхні. Але є і недоліки: якщо у процесі

роботи над макетом у пластиліні можна легко вносити зміни, то паперовий макет змінити складно, тож доводиться його переробляти.

Для моделювання одягу папір зручний передусім тим, що з нього можна попередньо розкрюювати деталі (відповідно до лекал) і з'єднувати їх у готовий виріб. Тут видно недоліки у місцях з'єднання деталей (на плечовому і бічному швах, по лінії пройми тощо).

Проте під час моделювання одягу треба враховувати, що папір значно жорсткіший порівняно з тканиною, а тому не точно передає форму об'єкта, зокрема, ним важко передати складні драпірувальні елементи. Одним із поширених матеріалів для макетування, особливо об'єктів будівництва, техніки є пінопласт. Він легко піддається механічній обробці і добре склеюється. Пінопласт можна різати ножівкою, електроспіраллю, а також обробляти на деревообробних верстатах. Для склеювання використовують клей ПВА.

Оброблений пінопласт можна покривати пластиліном, промисловим воском тощо. Дерев'яні моделі можуть із фотографічною точністю передавати оригінал. Моделі з деревини надзвичайно міцні, довго зберігаються, легко транспортуються. Їх можна пофарбувати, полакувати. Для обробки деревини застосовують різні інструменти: ножівки, ножі, наждачний папір, ручні дрилі тощо. Окремі деталі моделі можна склеїти натуральними або синтетичними клеями.

Найкраще деревину склеює столярний клей. Для макетування нових моделей одягу використовують різні текстильні матеріали. Вони найповніше передають характеристики об'єкта, що проектується: форму, колір, м'якість, пластичність тощо.

Для з'єднання деталей можуть бути застосовані ті самі технологічні процеси, що і в майбутньому оригіналі: зшивання, склеювання, з'єднання за допомогою гудзиків, блискавок тощо. Макет моделі одягу може бути виконаний як у певному масштабі, так і в натуральну величину.

6. Оцінювання якості знань студентів

Підсумковий контроль проводиться в кінці семестру на перегляді всіх студентських робіт з дисципліни «Дизайн плакату». Мета підсумкового контролю – виявлення і оцінка результатів навчання з дисципліни й прийняття заходів щодо усунення виявлених недоліків.

Студент вважається допущеним до семестрового контролю з дисципліни «Дизайн плакату», якщо він виконав усі види робіт, передбачені навчальним планом на семестр.

Шкала оцінювання знань:

90-100 балів – *відмінно* (A)

85-89 балів – *добре* (B)

75-85 балів – *добре* (C)

67-74 бали – *задовільно* (D)

60-67 бали – *задовільно* (E)

35-59 балів - *незадовільно з можливістю повторного складання* (FX)

1-34 бали - *незадовільно з обов'язковим повторним курсом* (F)

A- «Відмінно» ставиться, якщо студент виконав весь об'єм завдань на високому професійному рівні, творчо підійшов до розв'язання завдань, має свою власну манеру виконання, роботи мають цілісність та гармонію, а також може практично використовувати одержані знання.

BC- «Добре» ставиться, якщо студент має достатньо повні і глибокі знання з даної дисципліни, але не зовсім усвідомлює її прикладне значення, тобто її зв'язок з сучасністю, виконав весь об'єм робіт, але з деякими задачами не справився, хоча в цілому роботи справляють позитивне враження.

DE- «Задовільно» ставиться, якщо студент має на перегляді весь об'єм завдань виконаних на досить посередньому рівні.

FX- «Незадовільно» ставиться, якщо студент має не повний об'єм

робіт виконаних на дуже низькому професійному рівні, не знає та не розуміє як застосовувати набуті знання в практичній роботі майбутнього фахівця.

Засоби діагностики успішності навчання є необхідним елементом зворотного зв'язку у процесі навчання. Вони визначають відповідність рівня набутих студентами знань, вмінь і навичок вимогам стандартів вищої освіти та інших нормативних документів щодо вищої освіти і забезпечують своєчасне коригування навчального процесу.

При викладанні навчальної дисципліни «Дизайн плакату», крім підсумкового, застосовуються наступні види контролю: вхідний, поточний, модульний та рейтинговий.

Вхідний контроль проводиться перед вивченням навчальної дисципліни з метою визначення рівня художньої підготовки студентів.

Поточний контроль здійснюється з метою виявлення якості навчального процесу та його результатів в міжсесійний період. Він проводиться в ході аудиторних занять, виконання практичних лабораторних та самостійних робіт. Результати поточного контролю використовуються як викладачем для корегування методів і засобів навчання, так і студентами для планування самостійної роботи.

Модульний контроль успішності студентів здійснюється для перевірки рівня засвоєння навчального матеріалу в кінці кожного навчального модуля. Мета проведення модульного контролю полягає у підвищенні мотивації студентів до опанування навчального матеріалу, мотивації спільної систематичної роботи викладачів і студентів протягом семестру, а також у підвищенні рівня організації навчального процесу.

Рейтинговий контроль є інструментом комплексного оцінювання якості навчальної роботи студента з усіх кредитних модулів на певному етапі навчання. Рейтинговий контроль успішності студентів проводиться на 8-9 навчальних тижнях.

При рейтинговому контролі до уваги беруться наступні критерії:

- систематична сумлінна праця на лабораторних заняттях та якість виконання завдання;
- підготовка і виконання самостійних робіт.

Підсумковий контроль проводиться в кінці семестру на перегляді всіх студентських робіт з дисципліни «Дизайн плакату». Мета підсумкового контролю – виявлення і оцінка результатів навчання з дисципліни й прийняття заходів щодо усунення виявлених недоліків.

Студент вважається допущеним до семестрового контролю з дисципліни «Дизайн плакату», якщо він виконав усі види робіт, передбачені навчальним планом на семестр.

Оцінка робіт здійснюється на підсумковому перегляді студентських робіт мистецькою радою, до складу якої входить професорсько-викладацький склад кафедри дизайну. Оцінка знань проводиться за допомогою 100 бальної системи і залежить від рівня засвоєння матеріалу.

Рекомендована література

Базова

1. Бабурина Н.И. Русский плакат: Вторая половина XIX начало XX века. -Л.: 1986.- 190 с.: ил.
2. Березовская Л.Г. История мировой рекламы, или старинные рецепты изготовления «бесплатного сыра». Учебное пособие для ВУЗов. М.: Издательство Ипполитова, 2008. — 672 е.: ил.
3. Брингхерст, Роберт. Основы стиля в типографике. / Ред. русск. изд., прим. В. Ефимова; пер. с англ. Г. Северской. М.: Д. Аронов, 2006. - 430 е.: ил.
4. Владимиров Л.И. Всеобщая история книги: Древний мир. Средневековье. Возрождение. XVII век. М.: Книга, 1988. - 312 с.
5. Воронецкий Б.В., Кузнецов Э.Д. Шрифт. Ленинград: Художник РСФСР, 1975.- 108 е.: ил.
6. Герчук Ю.Я. История графики и искусства книги: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2000. - 320 е.: ил.
7. Глинтерник Э.М. Графический дизайн как художественно-коммуникативная система и средство рекламы. — СПб: Петербургский институт печати, 2002. 136 с.
8. Гордон Ю. Книга про буквы от А до Я. М.: Издательство Студии Артемия Лебедева, 2006. - 384 е.: ил.
9. Дирингер Д. Алфавит. М.: «УРСС», 2004. - 656 е.: ил.
10. Ефимов В. Великие шрифты. Шесть из тридцати. Книга первая. Истоки. -М.: Пара Тайп, 2006. 183 е.: ил.
11. Ефимов В. Великие шрифты. Шесть из тридцати. Книга вторая. Антиква. М.: Пара Тайп, 2007. - 224 е.: ил.
12. История книги / Под ред. А.А. Говорова, Т.Г. Куприяновой. М.: Светотон, 2001.-400 с.

13. Конструктивизм в советском плакате: репродукции. / Сост. А.Е. Снопков.- М.: Контакт-Культура, 2004. 24 л.: цв. ил. - (Золотая коллекция). - (в папке)
14. Конструктивизм в советском плакате. / Текст Е.В. Бархатовой. М.: Контакт-Культура, 2005. - 240 е.: ил.
15. Королькова А. Живая типографика. М.: Index Market, 2007. - 224 е.: ил.
16. Кричевский В. Типографика в терминах и образах: в 2 т. Т. 1: 158 терминов. М.: Слово, 2000. - 144 с.
17. Крючкова В.А. Антиискусство: Теория и практика авангардистских движений. — М.: Изобразительное искусство, 1984. — 304 е.: ил.
18. Лаптев В.В. Реклама мачеха графического дизайна? // Просто дизайн.- 2005. № 3. - С. 10-19.
19. Лаптев В.В. Типографика: порядок и хаос. М.: АВАТАР, 2008. - 216 с.
20. Ньюарк, К. Что такое графический дизайн? / Пер. И.В. Павловой. М.: АСТ: Астрель, 2005. - 256 е.: ил.
21. Петровский Д.И. Духовная красота буквы. Шрифтовое искусство Эрика Гилла. // Просто дизайн. 2004. - №6(15). - С. 8-15.
22. Петровский Д.И. Зримый глагол. Книга 1. Гармония и иллюзии: Введение в шрифтовое искусство. СПб: Химиздат, 2005. - 168 е.: ил.
23. Пономарёв Е. Шрифты «новой волны». Итоги. // Просто design. 2005. -№3. - С. 44-47.
24. Проненко Л.И. Каллиграфия для всех. М.: Книга, 1990. - 247 е.: ил.
25. Птахова И. Простая красота буквы. СПб: Русская Графика, 1997. - 288 е.: ил.
26. Риверз Ш. Новое в дизайне постеров, (на англ. яз.) М.: РИП-

холдинг,1662007.- 160 е.: ил.

27. Россия — XX век: История страны в плакате: альбом. / Авт.-сост. Н.И. Бабурина. М.: Панорама, 2000. - 255 е.: ил. - Текст: рус., англ.

28. Рунге В.Ф. История дизайна, науки и техники: учебное пособие. В 2 книгах. Книга 1. М.: Архитектура-С, 2006. - 368 е.: ил.

29. Рудер Э. Типографика: Руководство по оформлению. / Пер. с нем., послесл. М. Жукова. М.: Книга, 1982. - 288 е.: ил.

30. Русский графический дизайн, 1880-1917: альбом. / Текст Е. Черневич; сост. М. Аникст, Н.И. Бабурина. М.: Внешсигма, 1997. - 160 е.: ил.

31. Смирнов С.И. Шрифт в наглядной агитации М.: Плакат, 1988 - 92с.: ил.

32. Смирнов С.И. Шрифт и шрифтовой плакат: таблицы шрифтов. 4-е изд. - М.: Плакат, 1977. - 144 е.: ил., табл. - (В помощь художнику-оформителю).

33. Снарстш О.В. Шрифты алфавиты для рекламных и декоративно-оформительских работ. - Киев: Реклама, 1979. - 152 е.: ил.

34. Снопков А.Е., Снопков П.А., Шклярук А.Ф. Шестьсот плакатов. М.: Контакт-культура, 2004. - 192 е.; 600 ил.

35. Телингатер С.Б., Каплан Л.Е. Искусство акцидентного набора. М.: Книга, 1965.-228 е.: ил.

36. Тоотс В. Современный шрифт. М.: Книга, 1966. - 272 е.: ил.

37. Тысяча способов шрифтового дизайна. Шрифты достигшие совершенства. М.: РИП-холдинг 2005. - 320 е.: цв. ил.

38. Учёнова В.В., Старых Н.В. История рекламы, или Метаморфозы рекламного образа: учебник для ВУЗов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. - 334 е.: ил. - (Мир рекламы).

39. Феличи Дж. Типографика: шрифт, вёрстка, дизайн. / Пер. с англ. и коммент. С.И. Пономаренко. СПб: БВХ-Петербург, 2008. - 496 е.: ил.

40. Шицгал А.Г. Русский гражданский шрифт. 1705-1958. М.: Искусство, 1959.-279 е.: ил.

41. Шицгал А.Г. Русский типографский шрифт: Вопросы истории и практика применения. 2-е изд., испр., доп. - М.: Книга, 1985. - 255 е.: ил.

42. Шпикерман Э. О шрифте. / Пер. с нем. -М.: ПараТайп, 2005. 192 е.: ил.

Допоміжна

1. Вальтер И.Ф. Пикассо. / Пер. с нем. В.А. Крючковой; ред. И.В. Фураева. М.: Арт-Родник, 2002. - 96 е.: ил.

2. Иван Билибин: По материалам собрания Е.П. Климова. / Авт.-сост. Г. Климов. М.: ТЕРРА, 1999. - 256 е.: цв. ил.

3. Кандинский В.В. Точка и линия на плоскости. / Пер. с нем. Е. Козиной. -СПб: Азбука-классика, 2005. 240 с.

4. Капр А. Эстетика искусства шрифта: тезисы и маргиналии. / Пер. с нем. — М.: Книга, 1979. 124 е.: ил.; 152 ил.

5. Климт: Альбом. / Текст М. Кини. М.: Белый город, 1998. - 63 е.: ил. -(Мастера живописи).

6. Ковтун Е.Ф. Русская футуристическая книга. М.: Книга, 1989. - 248 е.: ил. - (История искусства книги. Монографии и очерки).

7. Курбановский А.А. Искусствознание как вид письма: сборник статей. -СПб: Борей-Арт, 2002. 257 с.

8. Люблинский В.С. На заре книгопечатания. / Сост., авт. предисл. Н.В. Николаев. 2-е изд., испр., сокр. - СПб: Издательство РНБ, 2006. - 165 е., 2. е.: ил., цв. ил.

9. Неvejeина В.М. Нюрнбергские гравёры XVI века. М.: Гос. Музей Изыщных Искусств, 1929. - 29 е.: ил.

10. Нессельитраус Ц.Г. Немецкая первопечатная книга: Декорировка и иллюстрации. СПб: Аксиома, РХГИ, 2000. - 272 с.

11. Померанцева Н.А. Первобытное искусство. От древнейших культур к ранним цивилизациям. М.: Белый город, 2006. - 48 е.: ил. - (Эпохи. Стили. Направления).
12. Слемзина В. Творчество Люциана Бернхарда. // Просто Дизайн. 2006. -№2(23).-С. 8-17.
13. Соколов Б.М. Художественный язык русского лубка. М.: Издательство РГГУ, 1999.-264 е.: ил.
14. Соколов-Ремизов С.Н. Литература — каллиграфия живопись. К проблеме синтеза искусств в художественной культуре Дальнего Востока. -М.: Наука, Главная редакция восточной литературы, 1985. - 312 с.
15. Сокровища Британского Музея. / Сост. Ф. Фрэнсис; науч. ред. рус. изд. В. Луконин. -М.: Планета, 1984. -320 е.: ил.
16. Теофиль-Александр Стейнлен. / Авт.-сост. В. Гурова М.: Изогиз, 1960. -14 е.; 18 л. ил.
17. Филиппов А.К. Хаос и гармония в искусстве палеолита. СПб: ЛООО «Сохранение природы и культурного наследия», 2004. - 224 е.: ил.
18. Флиттнер Н.Д. Культура и искусство Двуречья. СПб: Издательство имени Н.И. Новикова, 2008. - 358 с.
19. Фридрих И. История письма. / Пер. с нем.; вступ. статья и коммент. И.М. Дьяконова. 2-е изд. М.: Эдиториал УРСС, 2001. - 463 е.: ил.
20. Художественная культура первобытного общества: хрестоматия / Сост. И.А. Химик. СПб: «Славия», 1994. - 416 е.: ил.