

Віктор ДАНИЛЕНКО

*доктор мистецтвознавства,
професор, член-кореспондент АМУ,
заслужений діяч мистецтв України*

ОСНОВНІ ЕТАПИ РОЗВИТКУ ЧЕСЬКОГО ДИЗАЙНУ ХХ СТОЛІТТЯ

1900–1910-ті рр.

На початку минулого століття найвиразнішим явищем чеського дизайну став кубізм. Звичайно, він не був дизайном масової продукції, натомість залишився яскравою сторінкою в історії мистецтв.

Згадаємо, що то був час, коли А. Лоос у Празі прочитав свою відому лекцію за темою «Орнамент є злочин» (1911). Двома роками пізніше відкрилися перші кінотеатри. Але різновекторний розвиток культури припинила Перша світова війна. Згодом з'явилася незалежна держава Чехословаччина (1918). Наступного року А. Муха створив першу чехословацьку поштову марку. Ще через рік К. Чапек у своїй п'єсі використав слово «робот», яке було підхоплене в усьому світі. Я. Гашек писав «Пригоди бравого вояка Швейка у світовій війні», так до кінця їх і не дописавши.

Можливо, і чеський кубізм так само щось «не дописав», але загалом теж відбувся як дуже своєрідне явище. Оригінальність формотворення в цьому стилі полягала у розбиванні вертикальних і горизонтальних площин, характерних для традиційного дизайну. В основі цього лежала така концепція: чеські кубісти вважали, що виявити внутрішню енергетику об'єкта можна, лише розбивши вертикальні та горизонтальні площини, які стримують її. Упроваджуючи багатогранні та кристалоподібні поверхні в дизайні предметів повсякденного вжитку, чеські кубісти перетворювали їх на справжні твори мистецтва. Вони вважали кристал ідеальною природною формою. Їхне тодішнє формотворення потім стали називати «грою з кристалом». На такі уподобання дизайнерів надихнули скульптура та живопис кубістів.

Організаційним ядром кубістського руху стала Skupina Vytvarych Umelcu (Група художників та дизайнерів), яку було засновано у Празі 1911 року. Її члени підтримували тісні стосунки з паризькими кубістами, внаслідок чого у Празі пройшла Третя виставка групи, в якій взяли участь П. Пікассо, А. Дерен і Ж. Брак. Група випускала також журнал «Umelecky Mesicnik».

Видатними фігурами руху були П. Янак, Й. Гокар, Й. Чокол і В. Гофман. Свого часу вони навчалися в майстернях архітекторів-раціоналістів О. Вагнера та Я. Котери. Після численних спроб створити власний стиль вони на противагу «Сецессіону» та руху «Мистецтв і ремесел» відштовхнулися від концепції кубізму, поклавши її в основу створення предметів повсякденного вжитку та об'єктів архітектури. Вони навряд чи досягли б успіху, якби їх не фінансувала еліта Богемії, яка хотіла бути сприйнятливою до нових течій у мистецтві.

Завдяки цьому стало можливим заснувати Prazske Umelecke Dilny (Празькі художні майстерні), що 1912 р. й зробили Й. Гокар та П. Янак. Вони використовували традиційні технології та матеріали для створення нетрадиційних меблів, виробів з глазурованої кераміки й скла, які випускала Кооперативна артіль у Празі. До масової продукції, як уже зазначалося, справа не дійшла, але хоча б частково це дозволяло впроваджувати естетику кубізму в повсякденне життя. Якщо до цього додати деякі архітектурні споруди, фасади, які дуже своєрідно декорувалися кристалоподібними візерунками, складками, тріщинами тощо, то можна погодитися з тим, що чеський кубізм явив собою таку оригінальність, яка стала помітною на світовому рівні.

1920—1930-ті рр.

Наступний етап розвитку чеського дизайну, що припадав на міжвоєнні роки, відбивав процеси розвитку незалежної держави Чехословаччини, її спроби відкриватися світу, налагоджувати відносини з іншими країнами, залучати інвесторів.

У цей період народився чеський авангард у вигляді мистецької групи «Devětsil», яку згуртував К. Теїг. На початку 1920-х рр. було засновано відому меблеву фабрику «Srojené UP závody». Чехословацьке радіо вперше запровадило прямі репортажі зі спортивних змагань 1926 року. А наступного року було засновано Чехословацьку аерокомпанію, яка організувала повітряне сполучення між Прагою та іншими європейськими столицями. На межі 1920-х і 1930-х рр. всесвітньо відомі діячі дизайну та архітектури відзначилися в Чехії: А. Лоос створив у Празі Мюллерову віллу, а Л. Міс ван дер Роє — віллу «Тагендхат» у Брно, М. Урбан збудував Баррандовські тераси. На початку 1930-х Т. Батя заснував взуттєву імперію в Чехословаччині та розповсюджував свій бізнес за кордоном. 1937 р. Я. Крейсар спроектував Чехословацький павільйон на Всесвітній промисловій виставці «Експо» в Парижі... Але на країну насувалася нова біда: 1938 р. німецькі війська окупають прикордонні райони, наступного року — всю Чехословаччину.

Дизайн цього короткого періоду незалежності та розбудови молодого республіки є зрозумілим явищем. Він рухався в річищі європейських тенденцій у сфері художньо-проектної культури, намагаючись не відставати від західних сусідів та активно заявляти про себе.

«Візитною карткою» тогочасної чеської художньо-проектної культури значною мірою був інженерний дизайн. Адже він базувався на міцній власній інженерній школі, яка не одне десятиліття визрівала, міцніла й досягла високої якості в тому промисловому центрі, що являла собою Чехія аж від початку ХІХ ст. Ця міцна інженерна школа, сприйнявши мистецькі тенденції ХХ ст., дала помітні на загальносвітовому рівні результати. Найбільше — в дизайні автомобілів «Татра». Така модель, як «Татра-77», була першим у світі серійним лімузином з краплеподібною обтічною формою, з восьмициліндровим двигуном, що охолоджувався повітрям і був розташований позаду [1, с. 64]. Ця модель стала сенсацією Берлінського автосалону 1934 року. Її аеродинамічна форма довела, що вона може сприяти збільшенню швидкості руху, це являло собою справжню функціональність (на відміну від псевдофункціональних форм статичних домашніх предметів, які ніколи не їздили і не літали, але мали в 1930-ті рр. аеродинамічні форми). «Татра-77» мала ще й центральну фару, яка поверталася разом із поворотом передніх коліс. Дійсно, автомобіль — сенсація тих часів. Його авторами були Г. Ледвінка та Е. Уберласкер.

Це один цікавий приклад інженерного дизайну 1930-х рр. — мотоцикл «Böhmerland». То був один із найбільших мотоциклів свого часу, мав двигун об'ємом 600 кубічних сантиметрів, міг везти трьох людей. Раціональна конструкція в основі з двотрубчастою рамою давала змогу навішувати на ту несучу раму решту складових частин мотоцикла, які в комплексі створювали досить пропорційну, візуально міцно збиту композицію. Вона мала потенціал класичної моделі майбутнього.

У царині дизайну кращих ужиткових предметів залишилася настільна лампа дизайнерки Ф. Аніж 1930 року, що була зроблена у традиціях функціоналізму. В тих самих традиціях витримано й чайний сервіз Л. Сутнара з термостійкого скла, який порівнюють із сервізом 1931 р. славнозвісного В. Вагенфельда. У дизайнерській культурі Чехії 1930-х рр. особливу увагу привертало посуд зі скла дизайнерки Л. Смиршковой, яка отримала міжнародні нагороди, у тому числі й Гран-прі на виставці в Парижі.

Виразними прикладами функціоналістських підходів до формування можуть слугувати зразки меблів. Так, створений архітектором, дизайнером, теоретиком Л. Жаком стілець (1930) являв собою просту конструкцію з гнutoї сталевий трубки. Він був легкий, пружний, гі-

гієнічний, комфортний та недорогий у виробництві. І виробництво відбулося — це був не лише проєкт. Стільці виготовляли в Празі кооперативні майстерні. Роком пізніше з'явився ще один дизайнерський витвір, який став знаковим для міжвоєнного періоду чехословацького життя. Це крісло, спроектоване дизайнером, науковцем і педагогом Й. Халабалою. Функціональне крісло мало каркас із гнучого бука та незалежні сидіння й спинку. Воно продавалося найкраще в колекції із шести крісел. Формоутворення меблів будувалося на мотивах аеродинамічного стилю, що панував у 1930-ті рр. Отже, стілець являв собою цікавий сплав функціоналізму як такого з «імітаційною стилізацією» під аеродинамічний стиль. А оптичні форми того стилю в 1930-ті трактувалися як поступ прогресу і як знак функції взагалі (бо саме гідродинамічні форми суден та аеродинамічні форми літаків були тоді символами технічного прогресу). Крісло, зроблене Й. Халабалою, віддзеркалювало загальносвітову тенденцію: хоча воно аж ніяк не призначалося для польотів у повітрі, ознаки аеродинамічної форми все одно мало.

У сфері графічного дизайну виявляються також загальносвітові чи то, точніше сказати, «загальнозахідні» тенденції. Відомі твори К. Теїга витримані у кращих традиціях європейського авангарду. Це дизайн часопису «ReD», який видавала авангардова мистецька група «Devětsil» з 1927 до 1931 року. Це абетка, створена трохи раніше, 1926 року, в якій поєднуються типографіка та фотографія, — саме за оригінальність технічного прийому її називають дизайнерськи революційною. У цілому ж шрифтовий дизайн цієї абетки просто «випромінює» стиль епохи. Він є дуже типовим репрезентантом свого часу.

Ще раніше, 1923 року, з'явився широковідомий і сьогодні знак «Шкода». От саме він, на наш погляд, не настільки, як попередні зразки, «вписується» в епоху. Цей знак більшою мірою має позачасовий вигляд. Він скоріше належить усьому ХХ століттю, а не лише періоду 1920-х рр., коли був створений. Недарма, мабуть, і працює протягом усього ХХ ст. та продовжує в тому ж дусі й у ХХІ. А народився знак завдяки конкурсу, який був організований тодішнім технічним директором «Шкоди» доктором Сикорою.

Отже, Чехія міжвоєнного періоду цілком переконливо показала свою дизайнерську розвиненість. Країна досить успішно реалізовувала прагнення не дуже відставати від західних сусідів. Для чехів це був час, коли відбувалося поєднання духу творчості, індустрії та капіталу. Люди з прогресивними ідеями мали змогу впроваджувати їх у практику, виробляти дизайнерський продукт і продавати його.

1940–1950-ті рр.

Друга світова війна, звичайно, завадила подальшому розвитку чеського дизайну. Але, оговтавшись від воєнного лихоліття, чехи знову примудрилися досягти помітних результатів у художньо-проектній галузі. Мабуть, чеське суспільство має якусь глибинну схильність до цієї галузі? Навіть за умов 1950-х рр., коли вже не було таких широких можливостей ринкової економіки, як у міжвоєнний період, єдина творча енергія художників, дизайнерів, інженерів і виробників панувала на націоналізованих підприємствах. Люди жили вірою в те, що після війни у світі буде більше місця для гуманістичних проявів. Зрештою, чеське населення історично звикло до дизайну, і через те він за інерцією був актуальний навіть за умов неринкової економіки.

Звісно, обставини життя сильно змінилися. 1948 р. на чеській землі остаточно встановився комуністичний режим під диктатом Москви. Було запроваджено цензуру. Страта М. Хораквої започаткувала низку гучних політичних процесів. У Празі було відкрито пам'ятник Сталіну. Грошова реформа зробила людей жебраками.

Проте, як уже зазначалося, дизайн міцно чіплявся за життя. І не тільки він. 1956 р. вчені створили перший чеський комп'ютер. Трохи згодом з'явився перший чеський транзисторний радіоприймач. Було засновано Інститут побутової культури та культури одягу, який опікувався естетичною якістю товарів широкого вжитку.

До знакових дизайнерських творів повоєнного періоду належать мотоцикли, легкові автомобілі, автобуси, побутові прилади — тобто все те, що репрезентує міцний чеський інженерний дизайн і є менш залежним від мистецької цензури.

Серед промислових зразків найпомітнішими були мотоцикл «Ява Перак», автомобілі «Татра-600 Татраплан» і «Татра-603», автобус S706 РТО, міксер «Прагомікс», кінокамера «Міра і Мішок» та деякі інші. Ці промислові зразки трактувалися як втілення естетичного стилю для соціалізму на націоналізованих підприємствах.

Окремим явищем того періоду в царині промислового формоутворення були скульптурно-ергономічні форми ручних інструментів, створені З. Коваржем.

1960—1980-ті рр.

Чеська культура, витримавши перші удари східного комунізму повоєнного десятиліття, поступово знаходила «свою гру» і розвивалася. У суспільстві з'явилися оптимістичні настрої. Вони підкріплювалися певними досягненнями: в театрі «На Забрадлі» поставили досить дисидентську п'єсу В. Гавела, ставала популярною поп-група «Олімпік», співак К. Гот здобував перемоги на міжнародних конкурсах пісні. Кінофільм В. Ясного отримав приз на Каннському кінофестивалі. Картину «Лимонадний Джо» було нагороджено на фестивалі в Сан-Себастьяні. 1968 р. фільм Мензеля отримав престижну премію Американської кіноакадемії — «Оскара». Народилася чеська «нова хвиля» у кінематографії, якою зацікавився світ. Чехословаччина відзначилася на «ЕКСПО» в Монреалі.

Найвищий суд ЧССР зайнявся переглядом політичних процесів 1950-х рр. Через зростання протестної активності суспільство 1968 р. опинилося на межі зміни політичного устрою. І щоб цього не сталося, до Праги увійшли советські танки.

Отже, чеська культура в 1960-ті рр. розпочала здобувати свободу. Не дали. На дизайнерській практиці це віддзеркалювалося таким чином, що, крім інженерного дизайну, на який мистецька цензура, власне, не розповсюджується, заявили про себе його артистичні сегменти. Це було помітно на плакатах до фільмів, на журнальних обкладинках та в цілому в галузі графічного дизайну.

Загалом же чеський дизайн 1960—1980-х рр. демонструє намагання не відставати від Заходу, наскільки це було можливо за наявних умов. Традиційно найякіснішим для всієї Центрально-Східної Європи залишається індастріал-дизайн. Про це переконливо свідчать знакові промислові зразки — трамвай ТЗ, автомобіль «Шкода Феліція» (Felicia), моторолер Z-175, автомобіль «Шкода-110R», літак L39 «Альбатрос» та ін. Трамвай ТЗ явив собою деякою мірою «надчасовий дизайн» — адже він ходить і дотепер вулицями чеських міст, мало чим відрізняючись від першого зразка. Він і зараз подобається пасажиром. Легковик «Шкода Феліція», що вироблявся з 1959 до 1964 року, демонстрував досить високу технічну та дизайнерську якість як на той час, а в його зовнішніх формах був помітний відгомін американського автомобільного стайлінгу.

За своїми технічними параметрами (двигун об'ємом 1220 куб. см, потужність 55 кінських сил, максимальна швидкість 130 кілометрів за годину) «Феліція», як для свого класу автомобілів, не дуже й відставала від західних зразків. Так само й моторолер CZ-175, витриманий у дусі часу зі стилістичної та ергономічної точок зору. Авто «Шкода-110R», яке звали «Чеське Порше-911», було спортивною версією «Шкоди-110». Машина мала агресивний вигляд, динамічну форму — ті дизайнерські нароби, які згодом були розвинені в моделі «Шкода-130RS», що вже забезпечувалася й відповідним до агресивної зовнішності начинням — потужним двигуном, технічно досконалою ходовою частиною тощо, чого не було у її попередниці. Адже та виглядала більш швидкісною, ніж була насправді. Літак L39 «Альбатрос», що перебував на озброєнні повітряних сил країн Варшавського договору, видавався цілком сучасним і втілював досягнення дизайнерсько-технічної думки, бо добре літав. Адже «некрасивий літак

не полетить», як відомо. Він і зараз використовується для тренувань пілотів. Добротний інженерний дизайн виявлявся в такій специфічній галузі, як мисливська зброя. Ціла низка моделей виробництва «Чеська збройовка» за балістичними характеристиками була на рівні світових стандартів і мала стриманий, сказати б навіть, скромний, але цілком грамотний дизайн. До них належать, приміром, мисливські двійники з верхнім гладким стволом 12-го калібру та нижнім нарізним калібру 30–06, а також сімейство мисливських карабінів калібру 223Rem; 243Rem; 308Win; 30–06.

Що ж стосується споживчих товарів, то тут, як і скрізь у країнах соцтабору, панував дефіцит. Якісних товарів, які б «не відставали» від західних, власне, не було. Період чеської «нормалізації» 1970-х рр. (такий собі аналог советського застою) сприяв дефіциту. Так що про дизайн товарів широкого вжитку важко щось казати. Хоча окремі винятки завжди можна знайти, але вони не показуватимуть справжньої картини, де не видно ніякого прогресу в дизайні.

Утім, «нормалізація» розхитувалася самим часом. Окрім того, що в 1980-х роках можна вже більше знайти окремих дизайнерських творів високого класу і не лише в інженерній галузі (художнє скло, інтер'єр, графічний дизайн тощо), бачимо й структурні зміни в самій дизайнерській братії. З'являються незалежні мистецькі та дизайнерські групи на кшталт «Атіка» чи «Твердоголові». Це є віддзеркаленням соціальної активності, що зростає під кінець 1980-х і завершується Оксамитовою революцією.

Якщо коротко підсумувати матеріали про чеський дизайн 1960–1980-х рр., то, попри всі несприятливі ідеологічні обмеження, він певною мірою відбувся як національний, тобто в чомусь відбивав особливості менталітету свого народу. Він досить «впорядкований», «врегульований», «задокументований» (це особливо помітно на прикладах інженерного дизайну), але не настільки фанатично, як у німців. На жаль, у дизайні товарів широкого вжитку навряд чи можна знайти якісь особливості менталітету його творців — негнучка економіка того періоду багато чого ментального зводила нанівець. Натомість певною мірою натура чехів розкривалася у створенні інтер'єру, в тих сегментах дизайну, що наближаються до вжиткового мистецтва, до графічних мистецтв. Ми можемо знайти в них прояви німецького «порядку», але ще більше знаходимо прояви іронії, гумору, притаманних саме чехам. Адже недарма куратори дизайнерських виставок сьогодні цінують гумор та іронію в дизайні, і називається це типово чеським [1, с. 222]. Але дизайну 1960–1980-х років не вистачало свободи, аби виражати те, що хочеться. А коли вона прийшла, то прийшла й проблема: а як же цією свободою найефективніше скористатися у сфері дизайну?

1990-ті роки — початок ХХІ ст.

Свобода! Післяреволюційний час відкрив дорогу до експерименту. Невеликі дизайнерські бюро, що відкривалися, мали більше схильності до експерименту, ніж великі, націоналізовані ще 1948 р. підприємства. Наприкінці ХХ ст., так само як і в 1920–1930-х рр., для людей з прогресивними ідеями з'являється можливість впроваджувати їх у практику, тобто — виробляти та продавати.

Молода генерація митців починає навчатися дизайн-менеджменту, дизайн-маркетингу. Починає їздити по світу та вчитися за кордоном. Починає продавати свої ідеї.

Промислові та інші фірми помічають цих молодих людей, наймають їх для поліпшення продукції та сучасної її «розкрутки» — на веб-сайтах, у проспектах, на презентаціях тощо. У цій така дизайнерська продукція, яка відзначена печаткою персоналізованості, оригінальності, інновативності.

Отже, чеський дизайн кінця ХХ — початку ХХІ ст. стрімко кинувся в море жаданої свободи. Він дорвався до можливості експериментувати. І от експериментує на всі боки. Кожен професіонал хоче якнайбільше показати себе. Виходить строката картина, бо кожен хоче робити своє.

Але усе те «своє» певним чином об'єднане і схоже. Схоже прагненням робити так, як робиться у традиційно розвинених дизайнерських країнах. І тому, на жаль, на цьому шляху дещо проглядається перспектива вже знайомого всім до болю прямування за отими «передовими».

Звичайно, досконало володіти всім сучасним дизайнерським інструментарієм необхідно. Без цього ніяк не можна. Це те, що мається на увазі само собою. Проте створення самого дизайнерського продукту (звичайно, за допомогою найсучаснішого інструментарію) може вестися дещо в іншому, підкреслено своєму напрямку. Благо, що умови, сприятливі для цього, є.

Дозволимо собі висловити таке бачення ситуації. Свобода та ейфорія від неї — це природний атрибут постреволюційних країн. Свобода в дизайні виражається в хапанні професіоналів за все підряд, аби бути новим, інновативним, новомодним і не відстати... То є цілком природний стан дизайнерської спільноти, яка щойно отримала свободу. Дозволимо собі висловити прогноз, що цілком природним процесом стане те, що введе дизайнерські зусилля нації в більш розумне річище. Це відбудеться тоді, коли дизайнерська спільнота вивищиться до розуміння необхідності грати «свою гру». І не лише з патетичних патріотичних міркувань, а й із суто прагматичних — комерційних.

Спробуємо для пояснення цього спертися на простий приклад. Для світу кожна країна цікава тим, що в ній є таке, чого немає у решти країн. Так, турист-іноземець завжди хоче покуштувати національну страву тієї країни, куди приїхав. Італійцю, наприклад, кортить дізнатись, яке ж воно, те славнозвісне чеське пиво? Замість того, щоб замовляти італійське вино, зроблене в Чехії під Італію. Іншому туристові цікаво дізнатись, яке ж воно, смажене свиняче коліно з кнедлями? І він за це платитиме навіть високувату ціну, аби спробувати. А пиво, коліно і кнедлі, таким чином, добре продаються.

Так само добре продаватиметься в дизайні те, чого немає в інших. А в інших (скажімо, західних європейців), за якими ми традиційно женемося, потроху меншає «європейськості». Її поступово розмивають представники далеких культур із далеких континентів, які стають громадянами Заходу. Причому зараз це вже надто масове явище, якого не бачить хіба що сліпий. Тож прогнозуємо, що намацування «своєї гри» у світовій художньо-проектній культурі дизайну Центрально-Східної Європи і Чехії, зокрема, проходитьиме в річищі подальшого розвитку європейських цінностей щодо творення предметного оточення людей. Адаже ті цінності мають великий шанс розвиватися в Центрально-Східній Європі ще довгий час. Чому нам так здається? Будемо докладніше пояснювати цю думку в останньому розділі.

Освіта

Найближчі перспективи розвитку чеського дизайну мають гарантії успіху завдяки гарному стану дизайнерської освіти. Його нинішні успіхи безпосередньо пов'язують із діяльністю Празької академії мистецтв, архітектури і дизайну. Так, на запитання: «Які події, на вашу думку, найбільше вплинули на чеський дизайн останніми роками?» — у своїх відповідях під час інтерв'ю експерти називають саме цю академію. Посилаємося на відповіді Я. Зелінські [1, с. 260] та Д. Куделкової [1, с. 222]. Пані Куделкова навіть пов'язує цей вплив із конкретним представником академії — професором Б. Жіпеком.

Окрім названої академії, Чехія має ще п'ять вищих навчальних закладів, де готують дизайнерів. Це Празька академія образотворчого мистецтва, Чеська вища технічна школа в Празі, факультет образотворчого мистецтва Вищої технічної школи в Брно, факультет ужиткового мистецтва та дизайну в Університеті міста Усті-над-Лабем, а також Університет Томаша Баті в Злін.

Майбутні дизайнери вчаться в середніх навчальних закладах, які розташовані в багатьох містах і містечках країни: Празі, Брно, Ухерському Градіце, Железному Броді, Каменіські Женові, Новому Борі, Яблонці-над-Нісоу, Турнуві, Гожіце, Бехіне, Карлових Варах, Рибажі, Іхлаві-Хеленіні, Чеськи Крумлові, Лібреці, Остраві-Поруба, Нодоніні, Бистріце-над-Гостинем.

І ще Чехія має приватні середні заклади в містах і містечках: Острава-Забжех, Прага, Плезень, Острава-Міхалковіце, Простейов, Фридек-Містек, Їхлава, Пісек. Середні спеціальні професійні училища є в Празі, Брно, Новому Борі, Горіце, Росіце у Брна, Русінові, Страконіце.

Один такий перелік дислокації навчальних закладів свідчить про міцне підґрунтя освітняського забезпечення дизайнерської діяльності в Чехії. Адже концентрація шкіл для країни з 10-мільйонним населенням переконає в цьому. Чеський дизайн, таким чином, має непогані шанси на успішний розвиток у майбутньому.

1. *Bruthansová T., Králíček J.* Czech 100 design icons. — Praha, 2005.
2. *Český design. 1995–2000.* — Praha, 2001. — S. 175.
3. *Havlová E., Junek J., Koukalová Š., Lukeš Z.* 100 staveb. Moderní architektura Středočeského kraje. — Praha, 2006.
4. *Scandinavian Design Beyond the Myth. Fifty years of design from the Nordic countries.* — Stockholm, 2003. — P. 229.
5. *Simai M.* Globalization: a source of intense competition, conflicts and opportunities of the 20-th century. — Boston, 1997. — P. 29.
6. *Waters M.* Globalization. — London—New York, 1995.