

# ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ МЕДІА-ДИЗАЙНУ ГРОМАДСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА МІСТА

Сергеєва Н.В., старший викладач

Черкаський державний технологічний університет

**Анотація.** В статті розглянуто історію розвитку дизайну інформаційних об'єктів у середовищі міста. Виявлено хронологічну послідовність його етапів, пов'язаних з появою основних видів медіа ХХ століття (радіо, телебачення, ЕОМ).

**Ключові слова:** міське середовище, інформаційні об'єкти, медіа-дизайн.

**Аннотация.** **Сергеева Н.В. История развития медиа-дизайна общественной среды города.** В статье рассмотрена история развития дизайна информационных объектов в среде города. Выявлена хронологическая последовательность его этапов, связанных с возникновением основных видов медиа XX века (радио, телевидение, ЭВМ).

**Ключевые слова:** городская среда, информационные объекты, медиа-дизайн.

**The summary.** **Sergeeva N.V. History of development of media design of public environment of city.** In the article the history of development of design information holding object is considered in the environment of city. The chronologic sequence of

his stages related to appearance of basic types of medias of XX age is exposed (radio, television, computer).

**Key words:** city environment, informative objects, media design.

**Постановка проблеми.** На сьогоднішній день розуміння важливості інформаційно-комунікативних процесів міського середовища викликає зацікавленість науковців різних галузей, в тому числі й дизайну. Вирішення глобальної проблеми відчуження людини в сучасному динамічному місті обумовлює необхідність впровадження нової медійної мови та використання медіа-мистецтва в його громадських просторах. Візуальна привабливість, оригінальність та інноваційність медіа-дизайну розглядається як унікальний ресурс естетичного, дизайнерського та художнього переосмислення експозиціонування сучасного мистецтва, а також як новий спосіб споживання засобів інформації. Дослідження історії розвитку медіа-дизайну громадського середовища міста в даному випадку постає необхідністю на шляху вивчення суті даного явища.

**Зв'язок роботи з науковими програмами.** Дослідження проведено в межах держбюджетної науково-дослідної теми Харківської державної академії дизайну і мистецтв „Методологія інноваційного дизайну у контексті науково-технічного прогресу і глобальної екологічної кризи”, номер державної реєстрації 0107U002131.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** свідчить про наявність великого наукового інтересу до дизайну середовища взагалі та до різних аспектів дизайнерських об'єктів у міському середовищі зокрема [14]. Але більшість спеціалізованої літератури, періодичних видань та публікацій в мережі Інтернет розглядає інформаційні об'єкти в місті з позицій привабливості їх можливостей (конструктивних, фізико-механічних, економічних) як рекламоносія. Робіт, присвячених медіа-дизайну як сучасному суспільному явищу, котре базується на взаємопроникненні проектно-художньої діяльності та синтезує в собі досягнення технічного прогресу і засоби виразності інших видів мистецтв [15], на сьогоднішній день не виявлено.

З чого **мета даної роботи** полягатиме у дослідженні історії розвитку дизайну інформаційних об'єктів громадського середовища міста.

**Виклад основного матеріалу.** Якщо припустити, що дизайн як вид діяльності бере свій початок ще з перших спроб проектно-творчої діяльності людини, то має право на існування припущення щодо появи перших прототипів об'єктів медіа-дизайну. Так, навіть первісні „графічні роботи”, розміщені на скелях і печерах, несли в собі не тільки декоративну цінність, а мали й яскраво виражений інформативний характер (інформація щодо зовнішнього вигляду тварин, розташування їх внутрішніх органів, сцени полювання та інше). І те, що деякі з цих зразків творчості збереглися до теперішнього часу, говорить про не випадковий вибір „митцем” як матеріалу, на якому представлене інформаційне повідомлення, так і про врахування середовища його розташування.

Прикладом витоків своєрідної рекламної діяльності людини можуть слугувати свідчення існування настінних розписів у Римі, які повідомляли про гладіаторські бої, котрі мали відбутися. Фінікійці також розмальовували скелі вздовж великих доріг, вихваляючи в такий спосіб свої товари. А у Помпеї напис на одній зі стін закликав людей віддати свої голоси за одного з політичних діячів [1, с. 214-215].

Варто зазначити, що інформація завжди шукала форми втілення, які були прийнятними для того чи іншого часу. Винахід паперу в Китаї (153 р. до н.е.), просування паперового виробництва на Захід з IV ст. та в Європу в XII-XV століттях слугували поштовхом до виникнення книгодрукування [2]. Вагомий внесок в історію його розвитку зробив німецький вчений Гутенберг, який починаючи з 1445-1446 років в місті Майнц почав безперервну роботу над вдосконаленням процесу друкування. Основу винаходу Гутенберга складало усвідомлення того, що тепер називають шрифтом, тобто металевих брусочків (літер) з виступаючою частиною з одного боку, яка дає змогу робити відбиток букви. Так, завдяки наполегливій діяльності Гутенберга була розділена реміснична єдність найпростішого друку на окремі спеціалізовані види робіт: виготовлення шрифту, набір та друк.

Постійне прагнення людини до візуальної фіксації навколишнього світу та подій, що відбуваються, відбивалося у гравюрах, малюнках, картинах, картинах. Але, певні матеріальні та часові витрати, суб'єктивність таких способів відображення дійсності не залишали у спокої намагання людства у залученні технічних засобів до цього процесу. Першим таким пристроєм була камера-обскура – затемнена кімната (ящик) з отвором в одній із стін. День 7 січня 1839 року увійшов в історію як день народження фотографії (foto – світло, grafo – рисує – грецьк.), коли на засіданні Парижської академії наук її секретар Домінік Франсуа Араго оголосив про винахід Л.-Ж. М. Дагером дагеротипії [3]. Діяльність французів винахідника Жозефа Нісефора Н'єпса (1765-1833) та художника й винахідника Луї-Жака Манде Дагера (1787-1851) дозволила знайти спосіб закріплювати отримане зображення та зробити фотографію діючою й популярною. Надалі, разом із розширенням можливостей фотографії збільшувалося й коло завдань, які вона вирішувала.

Автор монографії „Практика сучасної експозиції” [4] В. Литвинов зародження експозиційних засобів відносить ще до давніх часів та пов'язує його з оформленням ритуальних обрядів, де будь-яка спроба впливу на колективну свідомість з метою посилення ефекту вимагала застосування певних візуальних аксесуарів. Це можуть проілюструвати обряди північних народів з вкрай потужною сценографічною, декораційною атрибутикою та ритуали Південно-східної Азії. На думку В. Литвинова, ресурс гіпнотичного впливу за допомогою експозиційних засобів успішно використовували й використовують тоталітарні режими та релігійні спільноти.

Досліджуючи історію виставкової діяльності, Р.Р. Клікс [5] зазначає, що її виникнення було тісно переплетене з історією розвитку ярмарків, які беруть свій початок з епохи становлення товарного виробництва і вже з того часу мають не тільки велике економічне, а й соціальне значення. Поступово ярмарки ставали місцем зустрічі мислителів, на тлі жвавої торгової діяльності відбувалися контакти професійних кіл, демонструвалося мистецтво алхіміків, магів, фокусників, розігрувалися інтермедії, пантоміми, лялькові вистави. Початком систематизації та організації форм показу, на думку дослідника, можна вважати XVII століття, коли з 1667 року Французька академія почала проводити в Великій галереї Лаврського палацу виставку картин та предметів мистецтва.

Так склалося, що на протязі багатьох століть з причин іншого ритму життя, повільних стильових змін, відсутності стильових контрастів між архітектурним тлом і предметним наповненням міського середовища, відношення до художнього обличчя цього середовища та сприйняття його людиною були майже незмінними аж до початку XIX сторіччя. У зв'язку з вимогами нових темпів розвитку міського життя, під впливом яких відбувалися важливі перетворення в структурі середовища міста, від архітектурного тла почали відділятися один за одним нашарування, котрі надалі розвивалися вже незалежно від швидкості стильових (та інших) процесів в архітектурі й все більше орієнтувалися на темпи розвитку міського життя. Еклектика другої половини XIX – початку XX сторіччя різко змінила всю функціонально-практичну і художньо-композиційну структуру міського середовища, виникли нові взаємовідносини архітектурної структури та її предметного наповнення. В результаті цих змін акцент у повсякденному сприйнятті обличчя міста змістився з архітектури в бік предметного наповнення міста [6].

Необхідно зауважити, що суттєва відмінність процесів становлення та розвитку дизайну в західноєвропейських країнах, Америці та Радянській Росії на початку XX століття полягала саме у сфері застосування зусиль перших дизайнерів. І якщо в капіталістичних країнах вона була пов'язана з розробкою конкретних промислових виробів (автомобілі, електротовари, меблі тощо), то головною сферою масового застосування молодого радянського дизайну були святкові оформлення, плакат, реклама, книжкова продукція, оформлення виставок, театр і т. п. [7, с. 99-100].

В січні 1920-го в Радянському Союзі відбулася перша радіотелефонна передача в прямому ефірі, а вже у вересні 1922-го по радіо пролунав перший концерт. З самого початку нові можливості радіо приваблювали до себе художників та архітекторів авангардиського напрямку. В статті „Почта, радио, телевидение: системный дизайн 20-30-х годов” В.Р. Аронов, розглядаючи процеси, які були пов'язані з впровадженням у життя нових можливостей радіо та телебачення, зазначає: „будучи системним, дизайн активно відображував соціальний клімат епохи та певним чином впливав на нього” [8]. В спроектованому В. Татлінім в 1919-1920-х роках пам'ятнику III Інтернаціоналу

радіо та дроти являли собою не тільки технічні засоби інформації, а й елементи форми, демонструючи інтеграцію найновіших винаходів у техніці та мистецтві. Г. Клуцис розробив проекти установок до оформлення святкування 5-ї річниці жовтневої революції в Москві та відкриття 4 конгресу Комінтерна, створив цілу серію „Радіоораторів” (1922 рік). Л.Ю. Огинська в статті „Густав Клуцис. Штрихи к портрету дизайнера” [9, с. 22-27] зазначає, що в тому ж 1922 році Клуцис прийняв активну участь в підготовці та експозиції „Першої російської художньої виставки” в Берліні, де був представлений своїми живописними роботами, кресленнями та просторовими рішеннями. Починаючи з того часу, Клуцис є одним з авторів оформлення багатьох виставок в СРСР та закордоном (1923, 1927, 1928, 1929 роки). На межі 20-30-х років конструктивіські принципи організації простору та художньо-публіцистична переконливість фотомонтажу об’єдналися в проектах Клуциса монументально-декоративного оформлення Москви в період святкування. А саме: елементи фотомонтажу були введені Клуцисом в святкову установку на Радянській площі „Червона і чорна дошка” (1930), де перспектива фотозображень „ніби то продовжувала перспективу вулиць, портрети героїв виявлялись на рівні облич перехожих, ніби розірвана кадрами яскрава площина викликала відчуття розвинutoго простору вулиць та площ” [9]. У творчості Клуциса фотомонтаж перейшов з галузі поліграфії в архітектуру, монументальне мистецтво, наглядну агітацію та пропаганду.

Ель Лісіцький в 1924 році, звернувшись до проекту трибуни для мітингів на площі, додав до нього радіо та кіноекран, тим самим перетворив трибуну в динамічну аудіо-відеоустановку. Цей період часу та процеси впровадження у творчість досягнень науки більш детально висвітлений в роботі С.О. Хан-Магомедова „Пионеры советского дизайна” [6]. Дослідник вбачає суттєву різницю між творчим внеском Лісіцького в становлення сучасного стилю та діяльністю таких піонерів нового мистецтва як Малевич, Татлін і деякі інші. Цією різницею є те, що Лісіцький не мав чітко окресленої оригінальної концепції формоутворення та, можливо, на думку С.О. Хан-Магомедова, це і було сильною стороною його творчості. „Якщо у теоретиків та практиків окремих творчих концепцій в 20-і роки домінувало бажання сформуванню творче кредо даного напрямку, то у Лісіцького головним направленням було виявлення в різноманітних новаторських творчих концепціях того, що є можливим об’єднати в стильову єдність в межах сучасного стилю, тобто для нього були важливіші не межі різних напрямків, а те, що їх об’єднує” [6]. Саме ці інтегруючі тенденції таланту Лісіцького виявилися в бажанні перенести досягнення конкретної концепції формоутворення з одного виду мистецтва в інші. Лісіцький вперше запропонував принципово новий підхід до експонування творів сучасного зображувального мистецтва – відокремлення означеного простору (візуальна ізоляція глядача), в якому фон для творів мистецтва також підготовлений художником-експозитором; започаткував процес формування принципово нового підходу до створення такого демонстраційного простору,

який сприймався б як єдиний синтетичний пластичний організм. Творчі пошуки та експерименти Лісіцького в галузі реформування мистецтва експозиції привели до великого успіху і міжнародного визнання виставок 1927-1930-х років („Гігієна”, „Преса”, „Фільм-Фото”, „Пушніна”), які докорінним чином змінили не тільки підхід до формування демонстраційного простору, але й ставлення художників до цієї сфери творчості в цілому.

Потрібно зазначити, що виставкова діяльність, а разом з нею і мистецтво експозиції, які постійно вдосконалювалися, окрім відображення матеріальної та духовної діяльності людини, політичних, економічних, соціальних та науково-технічних умов такої діяльності дали потужній поштовх для впровадження вдалих експозиційних рішень та дизайнерських винаходів вже в міських, громадських середовищах. Так, своє відображення в численних об'єктах малої архітектури того часу, підході до створення простору найшли прийоми творчого пошуку нових форм, загальних образних вирішень та досягнень засобів медіа. Більш того, саме виставкова діяльність відкривала широкі можливості для інтеграції найкращих інженерних, дизайнерських, художніх та інших думок різних країн світу [5], [10].

Набутий на протязі тривалого часу (з 20-х по кінець 80-х років) досвід в результаті діяльності з естетичного оформлення міст колишнього СРСР безперечно містить як певні прорахунки та невдалі рішення, так і достойні нашої уваги сьогодні позитивні моменти в розробці тих чи інших питань цієї галузі. По-перше, можемо впевнитись в тому, наскільки важливою була позиція держави, коли на рівні рішень з'їзду партії приділялася увага проблемі комплексного формування міст та заходам щодо їх подальшого економічного, соціального і культурного розвитку. По-друге, обґрунтований важливістю якнайширшої пропаганди ідеалів соціалістичного суспільства та формування нової людини, саме комплексний підхід призвів до необхідності розгляду як невід'ємних компонентів єдиного цілого монументальної скульптури і живопису, малих архітектурних форм, масових засобів наглядної агітації, благоустрою і озеленення в поєднанні з забудовою міст. Таким чином, розуміння того, що міське середовище повсякденно впливає не тільки на настрої людини, а й на її успіхи у сфері виробництва, на вирішення соціальних та політичних завдань, відносини з оточуючими та, в решті решт, на повноцінне відчуття себе як громадянина своєї держави, об'єднало навколо себе велику кількість фахівців з різних галузей науки та видів мистецтв. Зокрема, серед здобутків наглядної агітації, яка за допомогою сили впливу закличного слова та художнього образу відігравала велику роль в створенні ідейно-естетичного середовища міста, можна виділити існування центрів наглядної агітації, де в процесі їх створення були залучені різні види зображувального мистецтва та досягнення науково-технічного прогресу. Передбачалося й розширення функцій таких центрів: проведення масових заходів, організація виставок, їх доповнення збірно-розбірними святковими конструкціями, плакатними

установками та широке використання технічних засобів пропаганди – слайдо-кінопрограм, телебачення та тематичної ілюмінації.

Разом з тим, еволюція зображення в період розвитку технічних засобів передачі інформації – від перших ілюстрацій в друкованих засобах, коміксів, фотографій, гравюр, до екранного зображення (поява кінематографу) – була визначним етапом у розвитку відеокommунікаційної системи як такої [11]. Новий вид мистецтва запропонував якісно нову форму сприйняття та формування інформації її споживачами і містив у собі цілий ряд специфічних характеристик, які були притаманні системі відеокommунікації як такій. Серед них можна виділити масову орієнтацію кінематографу, його технічну природу, політичну (ідеологічну) залежність від державної системи.

Виникнення електронних форм представлення інформації знаменувало собою по суті новий етап розвитку відеокommунікаційної системи, що визначали:

- швидкість та моментальність передачі інформації;
- безперервність (тривалість) процесу відеокommунікації;
- опір на художні формули та стереотипи у контакті з глядачем;
- множинність (тиражування) каналів та видів відеопосилань [11].

Вище наведені характеристики дозволяють побачити певну закономірність, де із зростанням технічного фактору візуальна інформація починає справляти все більший вплив на людину, практично переймаючи функцію формування світогляду, культурно-естетичних норм та цінностей.

Як яскравий приклад активного проникнення медіа-дизайну не тільки в образ життя, а й в професійне мислення, досить цікавими є статті-доповіді в „рамках круглого столу”, організованого в 1983 році інформаційною службою ВНДІТЕ за темою „Дизайн та зображувальна інформація”. До обговорення були залучені теоретики та практики дизайну, робітники служб дизайнерської інформації, психологи та спеціалісти, діяльність яких пов’язана з розробкою проблем візуальної культури (Н.Л. Адаскіна, О.П. Волков, О.А. Грашин, В.М. Гордон, Г.Л. Демосфенова, А.Л. Діжур, В.Ф. Колейчук, І.Г. Костенко, Л.Б. Переверзев, Т.М. Перцева, В.І. Пузанов, Т.А. Суслова, М.А. Тимофєєва, В.М. Розін, О.В. Черневич). Основною метою цієї зустрічі було виявлення підходів до проблеми використання зображувальної інформації в галузі дизайну, широкий обмін думками про її роль, функції та специфічні властивості.

Під час „круглого столу” О.В. Черневич звернула увагу на все більше поширення у професійній дизайнерській та в мистецтвознавчій мові слова „візуальний”: візуальні комунікації, візуальний текст, візуалізація, візуальна культура, візуальне мислення, візуальне середовище, візуальний процес, візуальні програми, концепції, книжки, ігри, фільми. Дослідницею підкреслено, що „зовнішньою ознакою процесу візуалізації, який відбувається в культурі, є помітний стрибок кількості графічної, фотографічної, телевізійної і т. д. – одним словом, візуальної інформації. І саме візуальні форми спілкування все частіше використовуються замість вербальних: знаки замінюють написи, наглядна

інформація використовується замість текстової, з'являються журнали та книжки, які повністю побудовані на візуальних образах, не кажучи вже про цілком візуальні фрагменти, що вводяться в різноманітні видання, рекламу, виставковий та міський простір. Тенденція до наглядності викладу помітна всюди – в наукових доповідях і звітах, в телевізійних, навчальних фільмах, на лекціях в інститутах і т.п. За цією „навалою” візуального, на думку О.В. Черневіч, криється внутрішньо якісне зміщення, котре відбувається в самих можливостях візуальних засобів спілкування, де візуальний образ спроможний тепер бути не тільки ілюстрацією або декоративним оформленням чогось, але й самостійним, автономним і самодостатнім змістом, який виник тільки завдяки візуальному способу презентації, і відтак в повній мірі є недоступним представленню словесно” [12]. Також О.В. Черневіч зазначила, що „візуальне” і „художнє” не виходять одне з одного, так само, як і не протистоять одне одному. Категорія „візуального” відокремлюється в сучасному мистецтві й дизайні в самостійне поняття, яке характеризує вищу міру зорової інформативності та комунікативності творів.

Занепокоєння професійних кіл дизайнерів, архітекторів, психологів, соціологів, культурологів постійним збільшенням практичної візуальної діяльності, яке мало місце в останню чверть ХХ століття, не тільки не залишилося в ньому, а й набрало нових обертів з початку століття ХХІ. Сучасні технології активно впливають на розвиток медіа-дизайну, пропонуючи нові форми зберігання, редагування та візуалізації інформації. Так, на тлі візуального оформлення міста 10-15 літньої давнини, яке ще подекуди представлене у вигляді залишків установок радянської пропаганди, різного роду дощок об'яв і оголошень, стендів, афіш, а також не надто сучасного святкового вбрання, останнім часом з'являється все більш зростаюча кількість об'єктів медіа-дизайну рекламного характеру (від реклами горілчано-тютюнових виробів до „піару” виборчих кампаній). За даними статистики облдержадміністрації станом на 2004-2005 рік, у мільйонному місті Львові знаходилося близько 2 500 рекламоносіїв. Середній за своїми розмірами обласний центр України (330-350 тис. чоловік) налічував близько 450 біг-бордів, 150 сіті-лайтів, 160 тролів, 200 лайт-боксів, 200-300 вивісок. І все це, згідно відповідним дослідженням міського середовища, – на тлі „сучасної кризи і дискомфорту громадських зон центру” [13], для яких й без того з причин перенасиченості відкритих просторів транспортними засобами, високої концентрації пішохідного руху характерні труднощі створення задовільних умов для різноманітних видів громадської життєдіяльності.

**Висновки.** Таким чином, дослідження історії розвитку явища медіа-дизайну дозволило окреслити хронологічну послідовність його етапів, які були пов'язані з появою основних видів медіа ХХ століття. В свою чергу, технічні та функціональні характеристики кожного з них являли собою революційні засоби вербально-візуальної презентації та сприйняття інформації, надаючи тим самим



нових можливостей у сфері проектно-художньої творчості. Діяльність перших радянських дизайнерів В. Тагліна, Г. Клущиса, Л. Лісіцького знаменувала собою початок нового професійного підходу до представлення інформації (в тому числі й у середовищі міста).

З'ясовано, що дизайн інформаційних об'єктів громадського середовища, базуючись на досягненнях виставкової діяльності, мистецтва експозиції та естетичного оформлення міста, характеризується використанням всього спектру засобів передачі інформації, поєднанням нових та відомих раніше технологій її представлення. Серед особливостей сучасних медіа-об'єктів можна виділити їх орієнтацію на емоційно-психологічний вплив, тяжіння до розширення кола їх естетично-культурних та комунікативно-соціальних функцій. Разом з тим, існування низки проблем, пов'язаних з питаннями комфорту (фізіологічного, соціального, психологічного, побутового) перебування людини в громадських просторах міста, вимагає серйозної всебічної уваги та подальших досліджень.

**Подальший напрямок дослідження** планується спрямувати на поглиблений аналіз об'єктів медіа-дизайну та виявлення їх основних формоутворюючих факторів.

#### Література:

1. Даниленко В.Я. Дизайн: Підручник / В.Я. Даниленко. – Х.: ХДАДМ, 2003. – 320 с.
2. <http://www.tipografia.org.ua/pechat/>
3. <http://mirphoto.zp.ua/articles/?topic=5&id=9>
4. Литвинов В.В. Практика современной экспозиции: Монография / В.В. Литвинов. – М.: РУДИЗАЙН, 2005. – 352 с.
5. Кликс Р.Р. Художественное проектирование экспозиций: Монография / Р.Р. Кликс. – М.: Высшая школа, 1978. – 368 с.
6. Хан-Магомедов С.О. Пионеры советского дизайна / С.О. Хан-Магомедов. – М.: Галарт, 1995. – 424 с.
7. Рутманис В. Введение в теорию дизайна. Методологические проблемы / Балтийский Русский институт. Кафедра общественных отношений. – Рига, 1998. – 156 с.
8. Аронов В.Р. Почта, радио, телевидение: системный дизайн 20 – 30-х годов / В.Р. Аронов // Техническая эстетика. – 1992. – № 3. – С. 14-20.
9. Огинская Л.Ю. Густав Клущис. Штрихи к портрету дизайнера / Л.Ю. Огинская // Техническая эстетика. – 1980. – № 11. – С. 22-27.
10. Эстетическое оформление города: Из опыта политического и архитектурно-художественного оформления Львова / Ю.Н. Скрипченко, О.К. Гладуш, А.С. Огранович, А.В. Хохулин; Под рук. Ю.Н. Скрипченко. – Киев: Будівельник, 1982. – 152 с.
11. Сибірякова О.О. Відеокommунікація в структурі сучасної культури: еволюція впливу на людину: Автореф. дис. ... канд. історичних наук: 17.00.01 / О.О. Сибірякова; Київ. держ. ун-т культури і мистецтв. – К., 1998. – 13 с.
12. Дизайн и изобразительная информация: Визуализация – актуальная проблема современной культуры / Круглый стол / Техническая эстетика. – 1983. – № 12. – С. 3-12.
13. Бевз М.В. Архітектурно-містобудівне середовище центру історичного міста: ергодизайнерський аспект // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв: Зб. наук. пр. / За ред. Даниленка В.Я. – Харків: ХДАДМ, 2005. – № 8. – 112 с.

14. Сергеева Н.В. Інформаційні об'єкти у середовищі міста: дослідження аспектів розгляду проблеми // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв: Зб. наук. пр. / За ред. Даниленка В.Я. – Харків: ХДАДМ, 2007. – № 2. – С. 120-129.
15. Сергеева Н.В. Дизайн інформаційних об'єктів у середовищі міста: спроба визначення // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв: Зб. наук. пр. / За ред. Даниленка В.Я. – Харків: ХДАДМ, 2007. – № 7. – С. 110-115.

*Надійшла до редакції 19.03.2008*