

Криштопайтіс В.В.

ст. викладач кафедри графіки, Харківська державна академія дизайну та мистецтв

ПОСТКЛАСИЧНА СТИЛІСТИКА СУЧАСНОЇ ТИПОГРАФІКИ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Анотація. У статті розглядаються перспективи розвитку посткласики як нової стилістики типографіки і графічного дизайну XXI ст.

Ключові слова: друковане видання, класична типографіка, набір тексту, нова класика у графічному дизайні, посткласика, традиційна типографіка, цифровий набір, шриффт.

Аннотация. Криштопайтіс В.В. Посткласическая типографика: тенденции и перспективы развития. В статье рассматриваются перспективы развития посткласики как новой стилистики типографіки и графического дизайна XXI в.

Ключевые слова: классическая типографика, набор текста, новая классика в графическом дизайне, печатное издание, посткласика, традиционная типографика, цифровой набор, шриффт.

Annotation. Krishtopaytis V.V. The postclassical stylistic of modern typography: tendencies and perspectives of the development. The following thesis examines the perspectives of Postclassic development as a new stylistic of typography and graphic design in the XXI century.

Key words: classical typography, digital composition, New Classic in graphic design, Postclassic, printed matter, traditional typography, typefaces, typesetting.

Надійшла до редакції 14.06.2012

Постановка проблеми. Посткласична стилістика друкованих видань з'явилася у межах постмодерністського дизайну у кінці ХХ – початку ХХІ ст. Посткласичний дизайн зустрічається у періодичних і неперіодичних виданнях з різноманітною історичною або спеціальною тематикою; використовується у будь-яких форматах, навіть квадратних. Звідки, було б логічно спрогнозувати наступні тенденції та перспективи розвитку цієї стилістики у сучасній типографіці.

Зв'язок роботи з важливими науковими або практичними завданнями. Стаття написана відповідно до плану НДР кафедри графічного дизайну Харківської державної академії дизайну та мистецтв.

Аналіз останніх досліджень. Тема відмінностей класичної, модерністської та постмодерністської парадигми графічного дизайну вичерпно розглядалася С. Серовим [1–2]. Вченим чітко означені часові рамки кожної з трьох естетик; окреслені основні прийоми класичної парадигми типографіки (основним носієм якої є книга, а характерним шрифтом – *антиква*): великі поля видання, що наростають по колу; центрально-осьова симетрія у титулі та розворотах; обов'язкове «срібло» книжкової шпальти; абзацний відступ – на відстань кегельної шпациї; смислові акцентування у тексті: ініціалами, курсивом, капітеллю [1]. Незважаючи на те, що С. Серовим концептуально завершено визначення класичної парадигми типографіки, в завдання вченого не входило більш поглиблене і цілеспрямоване дослідження сучасної класики (посткласики) в дизайні друкованих видань.

Стильові особливості модерністської та постмодерністської типографіки, тобто «порядок і хаос» у типографіці другої половини ХХ ст. – початку ХХІ ст. вивчалася В. Лаптевим [3]. *Концептуальні питання постмодернізму* обговорювалися, наприклад, у англійських статтях А. Бардік [16], Д. Мічела [17], М. Гаррета [18], Л. Вуда [19]. Власне естетичні, функціональні та філософські аспекти *постмодерністської типографіки* розглядалися у статті С. Станісції [20]. В роботі задано метод *деконструкції*; охарактеризовано велике значення контексту повідомлення, яке провокує читача стати його «активним учасником»; помічено, що «форма більш не підпорядковується функції», а «слід за емоціями», тому форма шрифту – «безсумнівно суб'єктивна»; знайдений зв'язок філософії постструктуралізму, і постмодерністською типографікою, порівняно з модерністською утилітарною, функціональною концепцією типографіки. У статті Е. Ліптон [21] також була вивчена концепція *деконструкції* (теорія Ж. Дерріди) у зв'язку з відповідними типографічними методами. Дослідниця навела приклад книги *Glas*, що була розроблена Ж. Деррідою та Р. Екерслі, з певним «розколом форми та змісту» (паралельними текстами та різноманітними шрифтами).

В статтях сучасних журналів про дизайн («КАК», «Designer», «КомпьюАрт», «Проектор», «Publish» та ін.) порушувалися різноманітні питання сучасної типографіки та дизайну видань. Так, в статті О. Коритова [4] відмічено, що «ігри у комп'ютерні ефекти вже не цікаві» і зараз з'являється новий підхід до книги, як

«синтезу мистецтв» із застосуванням комп'ютерних технологій у створенні художньо-виразної мови. В цьому сенсі книга «...може розглядатися не як конкурент радіо, кіно, телебаченню, комп'ютеру, а як основний елемент інформаційної структури, що їх об'єднує. <...> Технічна доступність реалізації власних ідей <...> забезпечить мирне співіснування різних напрямів у книжковому мистецтві. <...> Книги ж, класичні, традиційні живуть і не викликають сумнівів» [4, с. 129]. Автором підкреслено, що різні підходи у рішенні книжкового мистецтва «можуть співіснувати, доповнювати один одного або зовсім не стикатися» [4, с. 129]. Л. Стейлі та Дж. Андерсон у статті «Що твориться сьогодні?» [5] процитували певні думки (сучасних креативних директорів, дизайнерів) відносно деяких новіших тенденцій у макетному проектуванні і типографіці відомих американських журналів і, тим самим, виявили деякі нові віяння: повернення до простоти, відкритості; насичення деталізованою типографікою; журнальні тексти, скоріше класичні, ніж екстравагантні; тенденція використання мальованих та рукописних шрифтів (як міцний удар по техношрифтам); рух від льодяної досконалості у бік радості, тактильності та ностальгії, дизайнерська реакція на фінансовий спад – креативність при низькому бюджеті тощо [5, с. 4-5]. Проте, посткласична типографіка в означених статтях не обговорювалася.

Традиційна типографіка в сучасному контексті.

Так, інтерв'ю в журналі «КАК» з російським дизайнером А. Троянкером [6] про елітну книгу (коштовну та малотиражну) вказує на можливий взаємозв'язок традиційності типографіки та елітності сучасних видань.

В публікаціях Г. Цаффа і Д. Дрейфуса, розміщених у англomовній брошурі 1988 р. під спільною назвою «Класична типографіка у комп'ютерну еру», що складена з двох статей: «Друк тексту, фотонабір і редагування тексту» Г. Цаффа [22] та «Хто проектує книги, якщо створює їх комп'ютер?» Д. Дрейфуса [23] стверджується, що ще рано підводити остаточні підсумки щодо епохи цифрового набору та друку. Однак, типографами висловлені деякі спостереження щодо специфіки комп'ютерних технологій та нових (позитивних і негативних) тенденцій книговидання. Г. Цафф проаналізував фотонабір і переваги ручного друку. Ним висловлена думка про те, що роль шрифтових дизайнерів минулого та минулих часів та сьогодення завжди відповідала вимогам існуючого в той час обладнання. Питання конкретних прийомів нової цифрової типографіки залишилися за межами вказаного джерела. Д. Дрейфус [23] підкреслив, що справжня класика продовжує існувати і у сьогоденні та розкрив своє розуміння *сутності* класичної типографіки. Дослідник зазначив, що типографічний стиль визначають «читацькі звички», визначив наступні тенденції в сучасній типографіці: 1) високі досягнення читабельності тексту скінчилися і її пошуки стали несуттєвими; 2) «апетит» читачів та авторів до змін тільки росте; 3) обладнання стає дешевшим і потужнішим, а книжковий дизайн мало змінився з приходом комп'ютерної ери (аналогічні думки в 2002 р. висловлював і Р. Брінгхерст [7]). У своїх роздумах Д. Дрейфус акцентував увагу на сенсі використання великих можливостей декору у часи постмодернізму

і закликав дизайнерів познайомитися з правилами класичної типографіки, проте він не торкався питань посткласики у дизайні видань.

Проблеми *взаємовідносин традицій і новацій у типографіці* обговорювалися, наприклад, Є. Пономарьовим, М. Ніхосном. Є. Пономарьов [8] проаналізував результат роботи типографів останнього десятиріччя і прийшов до висновку, що сьогодні увага дизайнерів знову звертається до шрифтів традиційних видів. М. Ніхосон [9] назвав чотири зовнішніх причини, що впливають на мистецтво шрифту і типографіку: молодіжна культура, соціально-економічні зміни, запити нових медіа, технологічні новації.

Статті Н. Кочеткової [10], А. Павлинової [11], І. Резнік [12], О. Шишкунової [13] розкрили новини у сучасному книговиданні, а саме: поступовий перехід «масових» книг у електронні аналоги.

Серед англomовних інтернет-статей виділяються роботи сучасних дизайнерів Ф. Шоукера, М. Майоора, С. Хайсмита, К. Шмідта. Ф. Шоукер [21] дав рекомендації щодо комп'ютерних налаштувань для створення блоків тексту з ініціалами. М. Майоор [25] розкрив візуальні особливості власної цифрової гарнітури *Scala* (що має відношення до посткласики). У статті С. Хайсмита «Чи потрібно нам більше шрифтів?» [26] охарактеризований результат шрифтового дизайну останнього десятиріччя і піднята проблема нестачі якісних шрифтів. К. Шмідт [27] окреслив деякі питання по розробці генеративних обкладинок.

В цілому, перелічені дослідження дають можливість простежити різноманітні аспекти класичної, модерністської, сучасної постмодерністської типографіки. Проте, безпосередньої згадки про явище *нової класики* або *посткласики* в графічному дизайні, цифровій типографіці або цифрових шрифтах, в цих теоретичних роботах так і не зустрівся.

Завдання статті – виявлення тенденцій та перспектив розвитку посткласичної типографіки у сучасних друкованих виданнях.

Виклад основного матеріалу. Графічний дизайн, що є синонімом візуальної комунікації, завжди був схильним до впливів мінливої моди, до того ж, як стверджував німецький дадаїст Ричард Хельсенбек, «усяке мистецтво починається з критики та сумніву» [19]. Можливо тому, з початку XXI ст. у дизайні друкованих видань намітилася тенденція до очищення від візуального хаосу та часткового повернення до класичних принципів типографіки. Поступово інтуїтивний підхід до подачі візуальних повідомлень втрачає актуальність та витісняється більш впорядкованим (раціональним) підходом: все частіше серед дробових та інтуїтивних типографічних рішень зустрічаються лаконічні та прості, функціональні приклади.

В історії мистецтва і дизайну є багато прикладів, коли новатори – представники молодого покоління, відкидаючи сучасну їм культуру (і, тим самим, створюючи своє майбутнє) в своїх проектах часто зверталися до минулого. Так починаючи із останніх десятиліть XX ст. у графічному дизайні (особливо США), нерідко використовувалися «ретро-стилі» (річні звіти, календарі і т. д.) (В. Лаптев). Тенденція історичного посилання на

стилі минулого, мала своє продовження і у першому десятилітті ХХІ ст.

Візуальні ремікси на основі історичної, культурно-естетичної парадигми, що існувала до початку ХХ ст., зустрічаються у різних галузях проектної діяльності кінця ХХ– поч. ХХІ ст. Класична стилістика, окремі елементи книжкової класики застосовуються не лише у сучасних книгах, але і в інших багатосторінкових та аркушевих виданнях (газетах, журналах, календарях, плакатах, буклетах і т. д.). Огляд друкованих видань початку ХХІ ст. показує, що традиційні книжкові принципи типографіки знаходять своє застосування у новій якості *посткласики*.

«...У пошуках унікальності постгуттенбергівського часу дизайнери-графіки все частіше звертаються до шрифтової виразності додрукарської, каліграфічної рукописної книги» (С. Серов) [14, с. 101]. У типографічних змінах, характерних для посткласики початку ХХІ ст., істотну роль зіграла молодіжна культура. Зокрема, активний інтерес до домодерністської, середньовічної шрифтової спадщини на початку ХХІ ст. виник завдяки готичній субкультурі. Взагалі, актуальне (модне) на сьогодні використання типографічних композицій (із готичних шрифтів, антиків) вже давно вийшло за рамки видавничої справи, елементи класичної парадигми типографіки, які служать декоративними акцентами, застосовуються і в інших дизайнерських контекстах (проектуванні інтер'єрів, екстер'єру та фурнітурі, дизайні одягу, аксесуарах і т. д.).

Думка про те, що поняття оригінальності та інноваційної діяльності наперед утопічні, оформилася в епоху постмодернізму та висловлювалася неодноразово, наприклад у 90-і рр. А. Бардік [16], М. Гарретом [18], П. Севіллом [28] та іншими критиками, які вважали, що всі спроби створити щось нове призводять лише до «гібридності», «мутації» та «втрачі автентичності». Наприклад, відомий британський дизайнер-графік П. Севілл говорив про те, що «ми можемо бачити речі у контексті інших речей, які вже відбулися <...> все контекстуально визначається ретроспективно» [28]. Кажучи про запозичення у дизайні або мистецтві, слід пригадати метод *ретривалізму*, який відновлює зв'язок із минулим для «перевинаходу майбутнього». Термін *retrievalism* введено в 1990 р. англійським дизайнером Мальколмом Гарретом, який стверджував, що «все мистецтво є крадіжкою», а минуле «безмежна яма, у якій можна нескінченно ритися. Винахід – міф. Ми створюємо нове, лише відштовхуючись від використаного, існуючого раніше» [3, с. 156]. Ретривалізм явно містить негативний аспект: рекомбінація старої культурної спадщини; зловживання історією; запозичення, експлуатація стилів, за відсутності свіжих ідей, які використовуються як «дешеві, але надійні підміни» (Т. Кальман), легкі рішення, що приносять добрі комерційні результати, кітч. Звідси використання поняття «ностальгії» у критичному дискурсі про проектування, яке не завжди, але часто, включає негативний сенс, позначаючи *утилітарно-комерційний* підхід у дизайні. Безумовно, *ностальгія* (як позитивне відчуття споживача, що визначає його вибір) завжди вибіркова.

Створені дизайнером обличчя видань емоційно впливають на читача, оскільки додають тексту необхідний

виданню візуальний контекст. Саме контекст, а не текст, у першу чергу прочитає глядач (читач) у дизайнерському, типографічному рішенні. Тут можна погодитися із твердженням К. Харта, який помічає, що постмодерністи (та й сучасні люди) «живуть образами» [15]. Сучасні типографи (дизайнери) використовують будь-яку можливість, аби викликати інтерес у глядача й читача у тому числі, використовуючи прийом *адаптації минулого* та *зорових альянсів* і тут відбувається повна свобода в обранні міри компліції існуючих форм і систем. Посткласична стилістика, котра асоціюється із різними домодерністськими контекстами, незамінна у спеціальних виданнях, що присвячені *історичним темам* (книгах, брошурах, каталогах, буклетах, плакатах і т. д.) та зокрема, у дизайні книжкових серій, який, спочатку переслідуючи комерційну мету, привертає увагу читача кольором палітурки, форматом, шрифтовою композицією заголовка, ілюстрацією, маркою видавництва і т. п. Візуальний ряд серії книг залежить від видавничого задуму, що формує серійне виробництво книг виходячи з різних соціальних, естетичних та інших міркувань (стать, вік, загальна тематика, жанр, інтелектуальний і матеріальний рівні тощо).

Як відомо, сучасне інформаційне суспільство, окрім друкарського способу зберігання інформації, користується також електронним способом її зберігання, а процес оптимізації та удосконалення цифрових носіїв інформації прогресує і, таким чином, відсоток цифрових текстів у загальному об'ємі текстів неухильно зростає. У тенденції переходу текстової інформації у недрукований, цифровий формат є серйозний сприяючий чинник – проблема того, що людство поставлене в умови економічної та природної кризи та вимушене замислюватися про економію ресурсів. В умовах кризи одні читачі (менш матеріально забезпечені) стають *економнішими*, інші (більш матеріально забезпечені) – *більш вибагливими*.

Перспективи майбутнього дизайну видань (наприклад, в Україні та інших країнах СНД) можливі у вигляді наступної диференціації (залежно від класу художньо-поліграфічного оформлення та із урахуванням двох основних типів читачів-споживачів: «вибагливого» та «невибагливого»).

1. *Елітно-естетичний напрям дизайну видань* (матеріальні зразки: книги, журнали, каталоги, альбоми і т. д.), тобто видання *підвищеної якості* (подарункові, ювілейні, сувенірні, факсимільні, експортні, особливо ретельно оформлені) та видання у *покращеному оформленні*. Відповідна аудиторія споживачів – читачі, яких не влаштовує електронний вигляд видань через свої культурні (або якісь інші) переконання, розуміння того, що *книга – це не просто текст*, але й *естетична річ*, що має *традиційну форму*, містить *ілюстрації* тощо. Такі «вибагливі» споживачі вибиратимуть *якісні* видання, звертатимуть увагу не лише на текстовий зміст, але і на дизайн видання. Ці вимоги передбачають *якісний дизайн* (нерідко *класичний дизайн* видань, не обов'язково дорогих), виконаний із врахуванням традицій та багатовікового досвіду книговидавництва. Серед елітних (ексклюзивних, подарункових) прикладів, ймовірно, затребуваними будуть ілюстровані (декоровані) дитячі книги, видання світової літературної класики тощо. Елементи класики можуть

використовуватися у вузькому жанрі «книзі художника» (авторській, малотиражній книзі).

2. *Економно-утилітарний напрям дизайну видань.* По-перше – це електронні версії видань, по-друге – т. з. «друк на вимогу». Обидва різновиди є істотно дешевшими ніж звичайні друкарські видання. В цілому, читання набуває все більш і більш вираженого цифрового характеру, оскільки у світі спостерігається загальна тенденція зниження інтересу до читання; книги заміщаються Інтернетом, періодичними виданнями, CD та DVD-дисками.

Одна з основних причин зростаючої популярності текстових електронних аналогів друкованих видань – здешевлення пристрою «електронна книга» до вартості звичайного мобільного телефону. Природно, «невибагливому» споживачеві матеріально не вигідно купувати багато книг та й, можливо, немає можливості їх зберігати, особливо якщо він відноситься до активних читачів (ліцензійна електронна текстова книга має вартість приблизно у чотири рази меншу, ніж її друкарський варіант). Таким чином, «невибагливим» споживачам відповідає спрощений, утилітарний тип видань унаслідок очевидної економії. При необхідності мати матеріальний зразок, споживач зможе придбати «книгу на вимогу», яка створюється за допомогою спеціальної «дизайн-машини». Зокрема, з електронного файлу (PDF) читач отримує фізичну книгу вже через 15-30 хвилин із палітуркою або обкладинкою у будь-якій стилістиці (приблизна вартість такого видання в два рази більше електронної версії).

Перехід на такі схеми книговидання («елітна книга» та економні варіанти – «друк на вимогу», «електронна книга»), звичайно, станеться не відразу та не повністю – інерція ринку велика, але, завдяки існуючим тенденціям вже можна зумовити загальну спрямованість книговидання: одна частина видань стане *елітною*; друга перейде в *електронний* вимір або в область оперативної поліграфії, тобто «друк на вимогу». Очевидно, деякий час існуватиме і *третій напрям* – видання у *звичайному* та *економному* оформленні, тобто *масові видання* у тому вигляді, в якому вони є зараз (інерція). Взагалі, книги в Україні, Росії та інших країнах СНД, дешевші за європейські у середньому в п'ять-сім разів (це обумовлено історично, оскільки із радянських часів люди звикли, що книги дешеві) і дизайнерам доводиться шукати оптимальний баланс між власним художнім смаком та потребами ринку.

«Друк на вимогу» та *посткласика*. Одна з новацій цифрової ери початку XXI ст. – *друк на вимогу* (POD), яка стає усе більш поширеною. Наприклад, проект у цьому напрям розроблений дизайнь-студією *PostSpectacular* (Лондон) для видавництва *Faber & Faber*. Використовувана розробниками технологія «генеративного графічного дизайну» [27], дозволяє оперативно згенерувати серійний дизайн обкладинок книг, брошур і т. д. Комбінаторно створені рішення обкладинок, збираються за допомогою певної *візуальної системи*, яка збудована за заданими правилами та параметрами (близько 35 найменувань) із дрібніших елементів (форм) [27]. Зокрема, у таких генеративних книжкових обкладинках

(*generative book covers*) передбачається розмір шрифту (кегель) залежно від композиційного каркасу сторінки, формату набору і т. п. Системи генеративного дизайну часто використовують принцип *екстраполяції* (поширення вибіркової даних системи на іншу її частину). Винахід друкарської «дизайн-машини» [27] із великою візуальною базою графічних форм, передбачає можливість створення досить гнучкого, теоретично нескінченного ряду унікальних рішень книжкових обкладинок (із різними варіаціями стилів типографіки, у тому числі, й посткласичного). Із орнаментальних мікромашин можуть створюватися похідні декоративні прикраси обкладинок (рамки, віньетки). Вочевидь, подібні рішення книжкових обкладинок знайдуть особливе застосування у електронних книгах та цифровому друці.

З тих пір, як була винайдена писемність, спосіб читання слів у рядку не змінився. Як правило, сьогодняшня типографіка і в друкарському, і в цифровому варіанті, слугує для комфортного, безперешкодного здобуття людиною інформації, тому багато які з основних (класичних) принципів легкого читання тексту є затребуваними і в комп'ютерне століття. Якісна сучасна типографіка враховує особливості візуального сприйняття читача, контекст особистого сприйняття дизайнера, специфіку роботи із цифровим текстом та багато що інше, але, як сказав Д. Дрейфус: «...Ризик ухвалення невірних рішень збільшується прямо пропорційно широкому вибору можливостей» [23, с. 18]. Сьогодні «маятник історії» знову зміщується у бік простоти та порядку вирішення сторінок. Ймовірно, у майбутньому перевірені часом естетичні концепції спонукатимуть дизайнерів знову від них відмовитися.

Висновки. Спрогнозовані два напрями можливого розвитку посткласичної типографіки, які безпосередньо залежать від тенденцій у сьогодняшньому книговиданні, що скоріше за все переживе таку диференціацію видань у наступні десятиріччя: 1) *економно-утилітарний напрям* («масова книга») і частина періодики законоточно перейде в *електронний вигляд*, продовжиться розвиток т. з. «друку на вимогу»; 2) *елітно-естетичний напрям* – видання *підвищеної якості* (подарункові, ювілейні, сувенірні, факсимільні, експортні, особливо ретельно оформлені) та видання у *покращеному оформленні*. Серед елітних (ексклюзивних, подарункових) прикладів, ймовірно, затребуваними будуть ілюстровані (декоровані) дитячі книги, видання світової літературної класики тощо. Виходячи з цього, можна припустити, що посткласика буде запитаною в *елітних неперіодичних виданнях*, у т. ч. рекламній продукції (книгах, альбомах, календарях, аркушевих виданнях і т. д.); а також може бути актуальною в *якісній періодиці*; вбачається ймовірним її застосування у «книзі на вимогу», «авторській книзі». Явище *посткласики*, що утворює різноманітні домодерністські контексти можна розглядати набагато ширше – воно виходить за межі типографіки.

Перспективи подальших досліджень. Надалі планується дослідження віддзеркалення класичної парадигми типографіки у фірмових стилях початку XXI ст.

Література:

1. Серов С.И. Гармония классической типографики/ Сергей Иванович Серов. – М.: Линия График, 2003. – 32 с.
2. Серов С.И. Типографика визуальной коммуникации / Сергей Иванович Серов – М.: Линия График, 2004. – 32 с.
3. Лаптев В. Типографика: порядок и хаос/ В.Лаптев. – М.: Агат, 2007. – 216 с.
4. Корытов О. Книга! Книга? / Олег Корытов // КАК : журнал о графическом дизайне. – 2000. – №13/14. – С. 128-129.
5. Стейли Л. Что творится сегодня / Линн Стейли, Джейл Андерсон // КАК : журнал о графическом дизайне. Многостраничные издания. Часть 1. – 2009. – №1[49]. – С. 4-5.
6. Кумова М. Импровизация на свободную тему, или Как сделать книгу, которая будет стоить очень дорого : [интервью с А. Троянкером] / Мария Кумова // КАК : журнал о графическом дизайне. Книжный дизайн. Часть 1. – 2006. – №2[38]. – С. 42-49.
7. Брингхерст Р. Основы стиля в типографике / Роберт Брингхерст; [пер. с англ. Г. Северской;]. – М.: изд. Д. Аронов, 2006. – 432 с.
8. Пономарев Е. Шрифты «новой волны». Итоги : [Электронный ресурс] / Е. Пономарев // ПРОсто дизайн. – Электрон. дан. – М., 6.04.2007. – Режим доступа к журн. : <http://www.advertology.ru/article44971.htm> , вільний. – Загол. з екрану. – Мова рос.
9. Нихосон М. Современность и шрифт : [Электронный ресурс] / Марк Нихосон. – Электрон. дан. – М. : Theinkpot, 1997. – Режим доступа : <http://theinkpot.narod.ru/nihoson.htm> , вільний. – Загол. з екрану. – Мова рос.
10. Кочеткова Н. Книга остается с Умберто Эко : [Электронный ресурс] / Наталья Кочеткова // Известия.Ру. – Электрон. дан. – М., 9.07.2010. – Режим доступа до газеты : <http://www.izvestia.ru/culture/article3143786> , вільний. – Загол. з екрану. – Мова рос.
11. Павлинова А. Свернуть ридер в трубочку : [Электронный ресурс] / Александра Павлинова // Газета.Ру : Бизнес : Технологии. – Электрон. дан. – М., 27.08.2010. – Режим доступа до газеты : <http://www.gazeta.ru/business/2010/08/27/3411960.shtml> , вільний. – Загол. з екрану. – Мова рос.
12. Резник И. Учебники экранизируют : [Электронный ресурс] / Ирина Резник // Газета.Ру : Общество. – Электрон. дан. – М., 26.08.2010. – Режим доступа до газеты : <http://www.gazeta.ru/social/2010/08/26/3411654.shtml> , вільний. – Загол. з екрану. – Мова рос.
13. Шишкунова Е. Буквы в цифре : электронные книги опередили по продажам традиционные : [Электронный ресурс] / Елена Шишкунова // Известия.Ру. – Электрон. дан. – М., 23.07.2010. – Режим доступу до газеты : <http://www.izvestia.ru/russia/article3143979/> , вільний. – Загол. з екрану. – Мова рос.
14. Серов С. Новая кириллица 300 / Сергей Серов // КАК : журнал о мировом дизайне. – 2008. – №4[48]. – С. 100-104.
15. Харт К. Постмодернизм / Севин Харт ; [пер. с англ. К. Ткаченко]. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2006. – 272 с. – (Наука & Жизнь).
16. Burdick, A. Neomania : Feeding the Monster / Anne Burdick // Looking Closer : Critical Writings on Graphic Design. – New York : Allworth Press, 1994. – 256 p.
17. Michl, J. On Seeing Design as Redesign : An Exploration of a Neglected Problem in Design Education / Jan Michl // Scandinavian Journal of Design History. – #12. – Oslo, 2002. – Pp. 7-23.
18. Garrett, M. A Death of Typography / Malcolm Garrett // Base-line : International Typographics Magazine. – #13. – London : Brandbourn House, 1990. – 48 p.
19. Wood, L. Back to the future : [Электронный ресурс] / Luke Wood. – Электрон. дан. – Hot Rod Biology, 2005. – Режим доступа : <http://www.decomm.net/lukewood/archives/Nostalgia-Hatch%20article.pdf> , вільний. – Загол. з екрану. – Мова англ.
20. Staniscia, S. Postmodernism : The New Typography for The New Reader / Simona Staniscia // Émigré. – 1991. – #17. – 5 p.
21. Lupton, E. Deconstruction and Graphic Design : History Meets Theory/ Ellen Lupton. – New York : Allworth Press, 1998. – 6 p.
22. Zapf, H. Letterpress Printing, Photocomposition, and Desktop Publishing/ Hermann Zapf// Classical Typography in the Computer Age. – Los Angeles : William Andrews Clark Memorial Library University of California, 1991. – Pp. 3-13.
23. Dreyfus, J. Who Is to Design Books Now That Computers Are Making Books? / John Dreyfus // Classical Typography in the Computer Age. – Los Angeles : William Andrews Clark Memorial Library University of California, 1991. – Pp. 14-34.
24. Showker, F. Designing with Initial Caps / Fred Showker // DTG Magazine. – Электрон. дан. – Harrisonburg : The Design & Publishing Center, 2008. – Режим доступа : <http://www.graphic-design.com/Type/caps/caps.html> , вільний. – Загол. з екрану. – Мова англ.
25. Majoor, M. My Type Design Philosophy : [Электронный ресурс] / Martin Majoor. – Электрон. дан. – Typotheque, 1999-2010. – Режим доступа : http://www.typotheque.com/articles/my_type_design_philosophy.html , вільний. – Загол. з екрану. – Мова англ.
26. Highsmith, C. Do We Need More Fonts? : [Электронный ресурс] / Cyrus Highsmith // Letterspace : The newsletter of the Type Directors Club. – Электрон. дан. – 2008. – Режим доступа : <http://tdc.org/downloads/tdcletterspace2008winter.pdf> , вільний. – Загол. з екрану. – Мова англ.
27. Schmidt, K. Faber Finds generative book covers : [Электронный ресурс] / Karsten Schmidt. – Электрон. дан. – Post-Spectacular, 2008. – Режим доступа : http://postspectacular.com/process/20080711_faberfindslaunch , вільний. – Загол. с екрану. – Мова англ.
28. Designed by Peter Saville / [ed. Emily King, Peter Hall]. – London : Frize Publications, 2003. – 192 p.