

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

(повне найменування закладу вищої освіти)

Факультет історії та філософії

(повне найменування факультету)

Кафедра культурології

(повна назва кафедри)

Кваліфікаційна робота

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

«Мистецтво плаката та особливості його наративів»

(тема кваліфікаційної роботи українською мовою)

«The art of the poster and features of its narratives»

(тема кваліфікаційної роботи англійською мовою)

Виконав(ла): здобувач(ка) денної/заочної форми навчання
спеціальності 034 Культурологія

(код, назва спеціальності)

Михайлова Аліса Олександрівна

(прізвище, ім'я, по-батькові здобувача)

Керівник к.філос.н., доц. Левченко В. Л.

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ініціали) (підпис)

Рецензент к.філос.н., доц. Білянська О. Ю.

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ініціали)

Рекомендовано до захисту:

Протокол засідання кафедри

№ ____ від ____ . ____ . 20 ____ р.

Захищено на засіданні ЕК № ____

протокол № ____ від ____ . ____ . 20 ____ р.

Оцінка ____ / ____ / ____
(за національною шкалою/шкалою ECTS/ бали)

Завідувач(ка) кафедри

Голова ЕК

(підпис) в.о. Гопинян-Журавльова В.В.
(прізвище, ім'я)

(підпис) Білянська О. Ю.
(прізвище, ім'я)

Одеса 2022

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Плакатистика: особливості виникнення та сучасні різновиди	8
1.1. Візуальний образ у мистецтві та його вплив на світогляд людини	9
1.2. Історія плаката як візуального мистецтва: культурологічний аналіз	19
Розділ 2. Наратив як смислова основа візуального мистецтва	30
2.1. Наратив: становлення поняття та його трансформація	31
2.2. Інтеграційні основи наративу в художньому плакаті (сугестивний аспект).....	40
Розділ 3. Аналіз наративів у сучасному художньому плакаті (прикладний підхід)	48
3.1. Дизайн в плакатистиці: становлення нової художньої мови.....	49
3.2. Сучасний художній плакат та його наративи (на прикладі аналізу афіш та постерів «Cirque du Soleil»)	60
Висновки	69
Список джерел та літератури	73
Додатки	78

ВСТУП

Будь-який художній твір – це певне висловлювання, оповідання, адресоване читачеві, слухачеві або глядачеві, з метою взаємодії за допомогою автокомунікації. Плакат як яскравий представник наративного мистецтва споріднює в собі різнопланові галузі: інформаційну та мистецьку, розповідає історії, комунікує з соціумом, створюючи керовані реакції в суспільстві, зацікавлюючи, обурюючи, спонукаючи. Саме тому в двадцятому столітті з'явилася така наука як наратологія, яка вивчає будь-яке оповідання в цілому, виявляючи загальні риси, які є оповідними в різних формах художньої культури.

Тривалий час наратив – мізерний термін, який несміливо увійшов у науковий побут епохи постмодерну. Досить часто ним заміняли поняття «оповідання» чи «сюжет». Саме слово відоме від «narrare», що означає латинською «мова оповіді». Мислителі постмодерну перейняли поняття з історіографії, де воно з'явилося під час розробки концепції «наративної історії», що розглядала події історії в контексті викладу фактів без додаткового аналізу та інтерпретації. Термін найбільше закріпився в прагматиці художнього тексту, де наратив розумівся майже як синонім художнього оповідання.

Згодом поняття наративу розширюється і трансформується, а акцент переноситься на те, що його основною метою є справити враження, змусити почути, зрозуміти і замислитися про щось або про когось, тому деякі моменти в тексті або мові можуть бути прикрашені. Саме на цьому етапі виявляється, що наратив іманентний не лише такому виду мистецтва як література. Оповідання, культурні коди містяться майже у всіх формах й видах мистецтва. З цим відкриттям пов'язана актуальність обраної теми дипломного проекту. На прикладі плакатистики, як інтегрального виду творчості, найцікавіше розглядати лаконічні та ефектні наративи, поглиблюючи таким чином знання та розуміння суттєвості цього терміну.

Необхідність комунікації та покликання до самовираження завжди спонукали людину до використання художніх засобів, за допомогою яких вона виражала свої ідеї та почуття, відношення до світу, варіюючись від більш практичних до більш декоративних форм. Не втрачаючи утилітарних складових, мистецтво протягом тисячоліть слугує задля збереження та розвитку набутих людиною смислових концепцій та інтерпретацій, які втілюють передачу ідей та цінностей, притаманні будь-якій культурі, як інструкцію для прийдешніх поколінь, набувши естетичний компонент та смислове навантаження. Тому артефакти, створені у всі культурно-історичні періоди, уособлювали певну закодовану інформаційну складову, що передавала за допомогою літературних та музичних творів, архітектурних споруд та інших витворів мистецтва важливі повідомлення про час, місце та контекст, в якому вони були створені. В античні часи широкий спектр людської діяльності у вигляді мистецтва був предметом вивчення як практика філософії, у XIX столітті уособленням взаємодії між істиною та красою, а сьогодні все більше лине до витоків, створюючи наративне підґрунтя у сучасній творчій діяльності.

Мистецтво плаката, як знакове послання, лишається предметом глибоких дискусій, оскільки воно відкрите для багатьох смислових інтерпретацій викладу фактів та подій, заохочень та спонукань. Саме тому **актуальність дослідження** обумовлена тим, що мистецтво плакатистики, як дієвий спосіб комунікації, спілкування та впливу, несучи певний наратив, здатне формувати світогляд глядача. Це явище вимагає філософсько-культурологічного осмислення.

Мета і завдання дослідження полягає в тому, щоб осмислити художні сукупні методи кодування інформації в наочно-компактному вигляді, проаналізувати комунікаційну складову в плакатних формах, виокремивши інформаційно-знакову модель в плакатистиці, систематизувавши закони створення та розвитку наративів.

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення наступних завдань:

– розглянути особливості виникнення плакатистики та її різні різновиди;

- ознайомитися зі становленням візуального образу в мистецтві та його впливом на світогляд людини;
- вивчити історію плаката з точки зору візуального мистецтва;
- розглянути сутність поняття наративу та трансформацію його наукового осмислення протягом століть;
- вивчити та проаналізувати основні форми, закономірності та особливості наративів в художніх творах;
- визначити інтеграційні основи та загальні особливості наративів у плакати́стиці, виокремивши сугестивні аспекти;
- проаналізувати наративи в сучасних художніх плакатах;
- розглянути дизайн в плакати́стиці та становлення його нової художньої мови;
- визначити наративи в сучасному художньому плакаті (на прикладі аналізу афіш та постерів «Cirque du Soleil»).

Об’єктом дослідження є плакат, розуміння його історії, закономірностей та особливостей розвитку, форм та проявів у художній культурі.

Предмет дослідження – наратив його інтеграційні процеси в різноманітних типах плакатного мистецтва (афіші, постери, плакати).

Матеріалом дослідження є роботи провідних спеціалістів у галузі сучасної наратології, а також візуальні зразки форм інтеграційного наративу (на прикладі плакатів та афіш 1870-2022рр.).

Ступінь наукової розробленості теми. У даний час не можливо вважати тему вичерпаною, так як при наявності великої кількості робіт проблема наративу у мистецтві, а саме в плакати́стиці, майже не розроблена.

Розробленість теми дослідження представлена працями відомих вітчизняних та зарубіжних вчених у галузі культурології, філософії, наратології, психології тощо. Не дивлячись на те, що наративні концепції викликають жваву

зацікавленість, а їхній вплив є популярною темою досліджень, тим не менш вони не є вичерпними і в повному обсязі не задовольняють професійної цікавості.

Можна стверджувати, що праці з психології впливу є вагомим матеріалом, який дає розуміння соціального та індивідуального сприйняття. Серед них варто виокремити працю «Мистецтво та візуальне сприйняття» Рудольфа Арнхейма, яка підсумовує багаторічні розробки в галузі сприйняття та маніпуляцій, пояснюючи підсвідомі процеси мислення. Розробки Ролана Барта у сфері естетики та семіотики «Вибрані праці: Семіотика: Поетика» та «Система моди. Статті з семіотики культури» є загальною основою, яка сприяє розвитку даної теми. У праці «Пізнання та візуальне мистецтво» Роберт Солсо розширює сприйняття, як таке, що дає розуміння різноманітності форм мислення та сприймання.

Варто звернути увагу на філософські праці, які окреслюють суміжні перцептивні процеси. У праці «Метафізика» Аристотель опосередковано торкається теми сприйняття та відтворення досвіду. Мішель Фуко у роботі «Слова та речі» доводить, що будь-яке пізнання мислиться знаними образами в існуючих кордонах. Жиль Дельоз у «Логіці смислу» розмежовує творця та реципієнта, виявляючи комунікаційний аспект візуального сприйняття. Процеси пізнання себе шляхом взаємодії з візуальним об'єктом обґрунтовує Ернст Кассірер у «Філософії символічних форм», розглядаючи перцепцію як рушійну силу сприймання.

Слід зазначити, що провідними працями в галузі візуального сприйняття є роботи, які опосередковано дають розуміння досягнення художнього образу та його переосмислення. Закладені підвалини у сфері естетики в праці Леонардо да Вінчі «Трактат про живопис», вивели на інший рівень розуміння сприйняття, давши змогу наступникам розглядати подібні процеси, як результат симбіозу мисленнєвих процесів перцепції. Світло-кольорові аспекти сприймання були розроблені Йоганнесом Ітеном у роботі «Мистецтво кольору», Генріхом Фрілінгом у дослідженні «Людина-Колір-Простір», Вільгельмом Оствальдом у

праці «Кольорознавство» та в розвідках Філіпа Рунге «Кольорова сфера». Співвідношення звичайного та візуального розглядав Ервін Панофски в роботі «Значення в образотворчому мистецтві», в якій описує складність пізнаних образів шляхом сприйняття. Едвін Борінг у своєму дослідженні «Історія експериментальної психології» наводить аргументи щодо впливу візуального образу, який здатний створити наративні оповіді.

Методи дослідження. Для виконання поставлених завдань використовується комплексний підхід, який спирається на методологію гуманітарних дисциплін: в першу чергу на культурологію, філософію, а також історію та психологію. У роботі застосовувалися загальнонаукові методи узагальнення з елементами контекстуального і контент-аналізу зразків плакатного наративу. Збір матеріалу здійснювався методом спрямованого відбору. При систематизації та узагальненні результатів використовувався описовий метод.

Структура дослідження включає в себе: вступ, три розділи, з яких перший, другий та третій розділи складаються з двох параграфів, а також висновків, списку джерел та літератури, додатків.

Наукова новизна виражена в комплексному дослідженні, предметом якого став сучасний плакат. Розроблені кольорові палітри, обґрунтовані схеми: композиційні та кольорових гармоній. Представлені дизайнерські технології створення плаката. Продемонстрована можливість використання та транспонування образотворчих технологій при створенні сучасних плакатів та інтеграційні можливості наративу в плакатициці.

ВИСНОВКИ

У результаті дослідження теми «Мистецтво плаката та особливості його наративів» на основі обробленого теоретичного та описово-аналітичного аналізу візуального матеріалу можна дійти певних висновків:

1. Аналіз особливостей візуального мистецтва дозволяє стверджувати, що в основі будь-якого образотворчого мистецтва є художній образ, який справляє емоційний вплив на індивіда, активізуючи процеси переживання в свідомості особистості. Митець, що створює художній образ, закладає в нього за допомогою художньої мови певні світоглядні сенси, які відповідають тій чи іншій історичній епосі. Комунікація, яка виникає при сприйнятті смислів, робить глядача співавтором художнього образу, під емоційним впливом якого формуються його власні переконання та ідеали, що є домінантою будь-якого образотворчого мистецтва та його неоціненна цінність.
2. Плакатистика існувала у всі культурно-історичні періоди, змінюючи форми, залишаючись універсальним засобом комунікації, який за допомогою наочності проваджує інформаційні та стратегічні ідеї в маси. Наочні образи постерів прагнуть привернути увагу, надаючи інформацію, яка швидко запам'ятовується. Їх поєднує переконливість і привабливість, не дивлячись на те, що існують різні види та тематика. Типи постерів виокремилися, як провідні категорії плакатного мистецтва, які обов'язково мають тематику та іноді включають вторинні категорії. Плакати різних типів створені за класичними правилами, із застосуванням провідних технологій: композиції, гармонійного поєднання кольорів, графічних композицій, фотоколажів тощо.
3. Зміст терміну «наратив» неодноразово трансформувався і поглиблювався під впливом нових цілей та завдань наратології, пройшовши шлях від вузького лінгвістичного розуміння до широкого культурно-філософського трактування. Сформульоване більш широке розуміння терміна: наратив – це оповідання (повідомлення), створене шляхом синтезування подійного ряду,

за допомогою якого репрезентується соціокультурний досвід суб'єкта діяльності у вигляді послідовності слів чи образів. У цьому визначенні найважливіший акцент для теми дослідження те, що результатом можуть бути створенні образи, які позбавлені словесної описовості та можуть бути представлені у візуальній формі.

4. Наратив еволюціонує з розвитком культури, приймаючи різні форми, відображаючи топологічну та часову приналежність оповідних творів мистецтва, які у свою чергу охоплюють провідні напрями мистецтва. Митці візуальних художніх форм створюють оповідні образи, які є культурними кодами їх сучасності. Транскрибуючи та пристосовуючи існуючі методи наративу одні до одних, створюють симбіоз літературних прийомів та незалежних мистецьких напрямів. Дослівним, позавербальним формам (особливо у сфері мистецтва), поряд з мовними та текстовими формами, також іманентні власні наративи, які якісно розширюють оповідні можливості мистецтва, створюючи культурно опосередковані артефакти.
5. Плакатне мистецтво є відповіддю на динамічні запити масової культури, що поєднують два типи наративів: образно-візуальні та текстові. Транспонування глядача у наочне середовище з метою занурення в оповідь відбувається за допомогою семіотичного уявлення серії подій, які семантично пов'язані між собою. Сучасний інформаційний плакат є зразковим прикладом глибокого змісту та образотворчої цінності, втілюючи в собі подвійний смисл, який здатний впливати на людину, викликаючи в неї певні асоціації.
6. Створюючи образотворчу оповідь, художники використовують кольори, символи та композицію, вкладаючи у свої задуми ідеї та зміст, що додають картина́м, афішам та плакатам глибину оповідного сюжету та наративної історії. Формують приголомшуючі набори прихованих смислів та засобів комунікації. Відповідно плакати створюють новий тип ємного повідомлення для глядача, посилюючи емоційну дію та міцно залишаються в пам'яті та підсвідомості.

7. Всі конотативні плакати несуть певний наратив, який створюється графічно за допомогою композиційних прийомів, які частіше за все поєднують в одному постері задля підсилення емоційного ефекту сприйняття. Провідним дизайнерським рішенням є використання правил «золотого перетину» у поєднанні з правилами динамічних діагоналей, правило «третин», правила «рівноваги», фокальних точок тощо.
8. Спеціально розроблені та адаптовані під конкретні задачі шрифти виконують креативні та акцентуючі функції, доповнюючи графічну композицію. Користуючись візуальною мовою, підсилюють загальну ідею та передають вербальні наративи, що спрощує комунікативну складову образотворчої композиції. У поєднанні з антиквами, рубаними шрифтами, акцидентні гарнітури різного накреслення, ваги та пропорцій виступають в ролі об'єднуючого компонента, виконуючи не менш стратегічні цілі, а ніж графічна частина плаката.
9. Наратив в плакаті може передаватися за допомогою графічної частини плаката, завдяки кольоровому рішенням або з використанням акцидентних шрифтів. Зазвичай плакатисти використовують всі вищезазначені компоненти одночасно, задля загального сприйняття та підсилення емоційної складової плаката. Графічні повідомлення впливають на глядача підсвідомо, викликаючи певні асоціації, спогади, відчуття.
10. При описі афіш вперше було використано для описового аналізу літературознавчі терміни: okazionalizm, metabola, smerdzhentnist, gapaks. Терміни та поняття: metonimija, asindeton, sintagma, metafora, denotacija, erativnist – успішно використовуються у сфері мистецтва як допоміжні інструменти задля детального аналізу образотворчих творів, що є доказом успішного транспонування літературознавчої термінології в мистецтво. Подібні міждисциплінарні запозичення є не лише доречними, а й необхідними задля більш детальної аналітики та виокремлення наративних складових у мистецтві.

11. Особливість представлених афіш полягає в тому, що їх можна не тільки зчитати буквально, а й «побачити» свої додаткові смисли, зрозуміти глибокий наратив, закладений креатором. Слід відмітити, що постери діляться на денотативні (буквальні, швидкі) та конотативні (символічні, багатозарові, кодовані), що в свою чергу створює графічні повідомлення різного рівня складності та сприйняття.
12. Унікальність афіш Цирку дю Солей полягає в тому, що вони є прикладом використання графічних, лексичних (іншомовні текстові запозичення, оказіоналізми, емерджентні назви, транскрибовані слова іншомовного походження, асоціативні назви) та текстових повідомлень задля передачі глядачеві складних наративів.
13. Слід відзначити, що не дивлячись на те, що виникнення плакатистики пов'язано з запитам масової культури, тим не менш, до її формування були причетні видатні художники. Відповідно вуличні плакати, постери «повсякденності», сьогодні набувають і історичну, і художню цінності. Плакатне мистецтво створюється з дотриманням всіх образотворчих канонів; у сучасних плакатах ускладнюється мова художніх форм (дизайн, кольорова символіка, багатозаровість наративів). Спеціалісти в галузі плакатистики відмічають, що плакат, як невід'ємна складова образотворчого мистецтва, входить у свою епоху «модернізму», де повні смислів наративи можуть зрозуміти тільки обрані.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Алексеев А. П. Философский текст: идеи, аргументация, образы. М.: Прогресс-Традиция, 2006. 328 с.
2. Алексеев С. О колорите. М.: Изобразительное искусство, 1973. 176 с.
3. Аристотель Метафизика. Ростов н/Д: Феникс, 1999. 601 с.
4. Аристотель Поэтика Об искусстве поэзии // Аристотель. Этика. Политика. Риторика. Поэтика. Категории. Минск: Литература, 1998. С. 1064-1112.
5. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. М.: Прогресс, 1974. 391 с.
6. Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика: Пер. с фр. / Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. М.: Прогресс, 1989. 616 с.
7. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. 512 с.
8. Гомбрих Э. История искусства М.: Искусство-XXI век, 2013. 688 с.
9. Грищенко З. І. Короткий словник термінів і понять. / З. І. Грищенко, О. М. Довбня. Київ: Головна редакція української радянської енциклопедії, 1982. 528 с.
10. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка 1-4 тт. М.: Рипол, 2006. 754 с.
11. Данто А. Аналитическая философия истории. М.: Идея-Пресс, 2002. 292 с.
12. Дворецкий И. Х. Латинско-русский словарь. М.: Русский язык, 1976, 1096 с.
13. Делёз Ж. Логика смысла М.: Академический Проект, 2011. 472 с.
14. Диди-Юберман Ж. То, что мы видим, то, что смотрит на нас. Пер. с франц. Спб.: Наука, 2001. 264 с.
15. Иттен И. Искусство цвета. Рига: Аронов, 2020. 96 с.
16. Кальвино И. Космическомические истории. М.: АСТ, 2011. 448 с.
17. Кассирер Э. Философия символических форм. Том 1. Феноменология познания. СПб.: Университетская книга, 2002. 272 с.

- 18.Кассирер Э. Философия символических форм. Том 3. Феноменология познания. СПб.: Университетская книга, 2002. 398 с.
- 19.Клодель П. Глаз слушает. М.: Б.С.Г.-Пресс, 2006. 388 с.
- 20.Лейбниц Г.-В. Сочинения в четырех томах: Т. I. М.: Мысль, 1982. 636 с.
- 21.Леонардо да Винчи Трактат о живописи. Харьков: Фолио, 2013. 106 с.
- 22.Лотман Ю. А. Анализ поэтического текста. Л.: Просвещение, 1972. 272 с.
- 23.Ляхов В. Н. Советский рекламный плакат и рекламная графика. 1933-1973. М.: Советский художник, 1977. 183 с.
- 24.Макаров А. М. Світло українського бароко. К.: Мистецтво, 1994. 288 с.
- 25.Мерло-Понти М. Око и дух. М.: Искусство, 1992. 63 с.
- 26.Ортега-и-Гассет Х. Дегуманизация искусства и другие работы. Эссе о литературе и искусстве. М.: Радуга, 1991. 639 с.
- 27.Оствальд В. Цветоведение. Пер. З. О. Мильмана. М.: Промиздат, 1926. 115 с.
- 28.Плотин Трактаты 1-11. М.: ГЛК, 2007. 444 с.
- 29.Сыров В. Р. Нарративное производство и современное социальное познание // Социальное знание в поисках идентичности. Фундаментальные стратегии социогуманитарного знания в контексте развития современной науки и философии. Т.: Водолей, 1999. С. 20-26
- 30.Тендряков В. Собрание сочинений. Т. 3. М.: Художественная литература, 1980. 477 с.
- 31.Троцук И. В. Нарратив как междисциплинарный методологический конструкт в современных социальных науках//Вестник РУДН. Социология. № 6-7., 2004. С. 56
- 32.Українська радянська енциклопедія. За ред. М. Бажан. Том 8. Київ: Поліграфкнига, 1982. 529 с.
- 33.Филострат Старший. Картины. Каллистрат. Статуи. / Примечания, перевод и введение С. П. Кондратьева / Филострат Старший, Филострат Младший. Л.: Изогиз, 1936. 192 с.

- 34.Флоренский П. Иконостас. СПб: Мифрил, 1993. 366 с.
- 35.Фрилинг Г. Человек-Цвет-Пространство. Прикладная цветопсихология. / Г. Фрилинг, А. Ксавер. Москва: Стройиздат, 1973. 141 с.
- 36.Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. Пер. с фр. В. П. Визгина, Н. С. Автономовой. СПб.: А-cad, 1994. 406 с.
- 37.Цойгнер Г. Учение о цвете. М.: Издательство литературы по строительству, 1971. 190 с.
- 38.Янков И. В. Нарратив в историческом освоении действительности: феномен обновления и социокультурный смысл. Е., 1997. 15 с.
- 39.Boring E. A History of Experimental Psychology. New York: Century, 1929. 699 p.
- 40.Braam H. The basic of color psychology. Meaning and symbolism of colors. San Francisco: ColorPsychology, 2021. 53 p.
- 41.Canaday J. What is art?: an introduction to painting, sculpture, and architecture. New York: Knopf, 1980. 386 p.
- 42.Carter R. Typographic design: form and communication. / R. Carter, P. B. Meggs, B. Day. New York: Wiley, 1993. 288 p.
- 43.Classics in progress: essays on ancient Greece and Rome edited by T. P. Wiseman. New York: Published for the British Academy by Oxford University Press, 2022. 451 p.
- 44.Flanagan O. Consciousness reconsidered. Massachusetts: M.I.T., 1994. 234 p.
- 45.Johann Gutenberg [Электронный ресурс] // New Advent. Режим доступа до ресурсу: <https://www.newadvent.org/cathen/07090a.htm> (дата звернения: 12.08.2022)
- 46.Harmon W. A handbook to literature. N. J.: Pearson Prentice Hall, 2009. 672 p.
- 47.Hemenway P. Divine proportion: Phi in art, nature, and science. New York: Sterling Pub. Co., 2005. 203 p.
- 48.Hess A. Composition digital field guide. New York: Wiley, 2010. 272 p.
- 49.Hiatt C. Picture posters London: George Bell And Sons New York, 1896. 368 p.

50. Humphrey C. Sacred architecture. London: Duncan Baird, 2003. 184 p.
51. Gallo M. The Poster in History. New York: W. W. Norton & Company, 2002. 352 p.
52. Kreisworth M. Trusting the Tale: the Narrativist Turn in the Human Sciences // New Literary History. 1992. Vol. 23, № 3. P. 629-657
53. Lester P. M. Visual Communication: Images with Messages. Chicago: Independently published, 2019. 497 p.
54. Meggs P. B. Meggs' history of graphic design. Hoboken: John Wiley & Sons, 2012. 603 p.
55. Narrative [Электронный ресурс] // Online Etymology Dictionary. Режим доступа до ресурсу: https://www.etymonline.com/word/narrative#etymonline_v_2291 (дата звернення: 25.05.2022)
56. Narrative-Driven Design: Incorporating Storytelling into the Design Process. San Francisco: Gensler, 2019. 3 p.
57. Panofsky E. Meaning in the visual arts. N.Y.: Garden City, 1955. 364 p.
58. Peters F. E. Greek philosophical terms; a historical lexicon. N. Y.: New York University Press, 1967. 234 p.
59. Presbrey F. The History and Development of Advertising. New York: Doubleday, 1929. 642 p.
60. Runge P. O. Color Sphere. Translations by R. G. Kuehni. New York: Wiley, 2008. 100 p.
61. Simon H. A. The Sciences of the Artificial. Cambridge, Massachusetts: M.I.T. Press, 1969. 123 p.
62. Solso R. Cognition and the visual arts. Massachusetts: M.I.T., 1994. 294 p.
63. Sternberg M. Telling in Time (II): Chronology, Teleology, Narrativity // Poetics Today, Vol. 13, No. 3. Durham: Duke University Press, 1992. P. 463–541.
64. Todorov T. Grammaire du Decameron. Paris: Mouton, 1969. 100 p.

65. Toynbee A. J. Mankind and Mother Earth: A Narrative History of the World. O.: Oxford University Press, 1976. 641 p.
66. Trollope A. The last chronicle of Barset. London: G. Routledge, 1909. 647 p.
67. Weill A. The poster: a worldwide survey and history. Boston: G. K. Hall, 1985. 422 p.