Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра медіакомунікацій

“**ЗАТВЕРДЖУЮ**”

Проректор

з науково-педагогічної роботи

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

«\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2019 р.

# Робоча програма навчальної дисципліни

**СЕМІОТИКА НЕВЕРБАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

рівень вищої освіти третій (освітньо-науковий)

галузь знань 06 Журналістика

спеціальність 061 Журналістика

освітня програма журналістика

вид дисципліни за вибором

факультет соціологічний

2019 / 2020 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою факультету

« » серпня 2019 року, протокол №

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: Квітка О. Л., кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри медіакомунікацій Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Програму схвалено на засіданні кафедри медіакомунікацій

Протокол від « » серпня 2019 року №

Завідувач кафедри медіакомунікацій

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Л. В. Стародубцева

(підпис)

Програму погоджено методичною комісією соціологічного факультету

Протокол від « » серпня 2019 року №

Голова методичної комісії соціологічного факультету

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ю. Г. Сорока

(підпис)

**1. Опис навчальної дисципліни**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Найменування показника | Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень | Характеристика навчальної дисципліни | |
| денна форма навчання | заочна форма навчання |
| Кількість кредитів – 3 | Спеціальність:  061 – «Журналістика»  Науковий ступінь  доктор філософії | Вибіркова | |
| Рік підготовки | |
| 2-й | – |
| Індивідуальне завдання не передбачене | Семестр | |
| Загальна кількість годин — 90 | 4-й | – |
| Лекції | |
| Тижневих годин для денної форми навчання:  аудиторних – 2  самостійної роботи аспіранта – 8  заочної форми навчання:  аудиторних –  самостійної роботи студента – | 12 годин | – |
| Семінарські | |
| 6 годин | – |
| Самостійна робота | |
| 72 години | – |
| Вид контролю | |
| Екзамен | – |

**2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

2.1. Метою викладання навчальної дисципліни є засвоєння та поглиблене вивчення загальної культури візуального мислення та візуального спілкування, вироблення навичок комплексного семіотичного підходу до розгляду актуальних форм візуального подання інформації та оволодіння методами оптимізації комунікаційних процесів візуально-графічними засобами.

2.2. У результаті вивчення даного курсу аспірант повинен

знати:

* спектр семіотичних понять у дослідженні візуальних комунікацій;
* основні етапи ґенези та еволюції візуальної мови;
* головні закони устрою та функції невербальної візуальної мови;
* методологічний інструментарій аналізу та оцінки ефективності візуальних текстів;
* основні критерії вибору тієї чи іншої візуальної форми, найбільш адекватної конкретному акту спілкування;
* актуальні форми візуального подання інформації та основні методи оптимізації комунікаційних процесів візуально-графічними засобами;

вміти:

* визначати загальні засоби невербального мислення та невербального спілкування у комунікації;
* застосовувати семіотичні підходи до аналізу структури і стилю візуальних текстів згідно конкретному змісту комунікації;
* оцінювати методи підвищення ефективності комунікації у конкретних актах спілкування за рахунок невербальних факторів;
* обирати найбільш ефективні методи оптимізації комунікаційних процесів візуально-графічними засобами;
* використовувати практичні навички розробки та реалізації авторського проекту візуальної комунікації.

**3. Виклад змісту навчальної дисципліни**

*Розділ 1. Головні семіотичні закони устрою та функції візуальної мови*

*Тема 1. Семіотичний аналіз мови візуальної комунікації: спектр дефініцій*

Семіотичний метод аналізу мови візуальної комунікації як синтез структурного, функціонального та історичного підходів із виявленням природи візуальної мови, найбільш загальних і важливих аспектів різних механізмів і цілей процесу візуальної комунікації. Відносини «означаючого» і «означуваного» як основа лексики візуальної мови. Ступінь «довільності» як відсутність необхідного зв'язку «означаючого» з «означуваним» у візуальному текстах. Синтаксис, семантика і прагматика візуальної мови (Ч. Пірс, Ч. Морріс). Різноманіття морфологічних і функціональних аспектів візуальної мови відносно єдиних, універсальних і системних характеристик побудови мовних систем. Дизайн візуальних комунікацій як проектування візуальної форми мислення. Повідомлення як візуальний засіб адекватної функціональної оптимізації кодування інформації.

З'єднання вільного самовираження з детермінованістю візуально-граматичних законів у процесах проектування. Основні візуальні форми об’єктивізації структур людської взаємозалежності та людського самовираження.

Специфіказапису інформації у візуальній формі для колективного обміну та мислення у великих і малих спільнотах для зберігання й використання інформації, аналізу, узагальнення та структурування індивідуального досвіду (когнітивного, психічного, емоційного). Інтерпретативні аспекти форми візуальної мови в сучасній професійній практиці. Визначення соціокультурних та онтологічних контекстів цільової аудиторії.

*Тема 2. Ґенеза формоутворення у візуальній комунікації*

Еволюція стилів візуального мислення та візуальних комунікацій від неолітичних малюнків до інфографіки та айдентики, текстових смайлів і невербальних мемів у сучасних комунікаціях. Загальнокультурні, цивілізаційні, світоглядні, технологічні та онтологічні аспекті формоутворення у візуальних комунікаціях. Еволюційна ґенеза форми візуальної комунікації у пошуку найвищої ефективності в процесах оперування інформацією.

Г. Вельфлін про два основних типи образотворчої правдоподібності: «видимості», створення естетики візуальної ілюзії предметного світу, та «тотожності», створення естетики суворої графічної ясності.

Крах класичної «Великої образотворчої функції мистецтв», графічний дизайн як заміна основних функцій образотворчого мистецтва. ХХІ ст. — закономірний еволюційний етап переходу від вербальних комунікацій до візуальних і від вербального мислення до візуального.

*Тема 3. Специфіка сучасного дизайну візуальних комунікацій. Методи аналізу мови візуальної комунікації*

Реклама ХХ ст. як безпрецедентний соціокультурний феномен. Графічний дизайн як основна технологія візуалізації реклами та ЗМІ.

Провідні школи та найбільш авторитетні представники графічного дизайну у Великій Британії, Швейцарії, США, Нідерландах, Японії, Франції, Польщі, Німеччині, Росії, Україні та ін.

 Протилежні тенденції в розвитку сучасної візуальної мови: індивідуалізація (множини, заглиблювання, звужування, спеціалізації) та глобалізація (геомасштабна економічна та політична інтеграція, глобальна мережева комунікація, об'єднання, стандартизація, спрощення та уніфікація уявлень).

Дизайн візуальних комунікацій як цілісний процес візуалізації сенсу: адекватність змісту, проекту, аудиторії, виділення інформації, привернення уваги з наступним його утриманням, структуризація смислів та оптимальний вибір графічних засобів для забезпечення легкості й комфорту при засвоєнні візуального повідомлення.

Множинність і мультикультурність сучасної художньої рефлексії як довільної й суб'єктивної форми самовираження у дизайні візуальних комунікацій.

Дизайн візуальних комунікацій та кіберкультура. Цифрові векторні, растрові, тривимірні й анімаційні графічні редактори.

Вплив соціальних інтернет-мереж на розвиток сучасної візуальної мови.

Методи кібернетичної теорії інформації, спрямованість на оптимізацію функціонування систем інформації та навігації в комунікаційних процесах. Структурно-морфологічний та функціональний аналіз візуальних текстів. Взаємодія людини з цифровими пристроями через програмний інтерфейс. Візуальний текст як сигнал до дії у динаміці функціонування «систем, що самоорганізуються»; як елемент комунікаційної системи, що підпорядковується її головним параметрам. Забезпечення надійності передачі повідомлень по новим каналам, їхнє надійне кодування та розшифрування. Нові потенціали інтерактивних факторів.

Пов'язаність ефективного проектування в сучасному графічному дизайні з психологічним підходом. Динаміка розвитку конвенційних взаємин між системою візуальної мови та індивідуальними вподобаннями. Дія логічних кодів, що визначають закономірності візуального сприйняття. Механізми асоціацій, що впливають на процеси візуальної комунікації, оптимізація та пошук найбільш адекватних графічних форм згідно аналізу цільової аудиторії. Емоція і експресія. Символізм.

Мистецтвознавчі методи. Класичні мистецтвознавчі концепції «видимості» і «тотожності»: протиставлення методів суворого об'єктивізму і подібності, методам ілюзорного суб'єктивного натуралізму.

*Розділ 2. Семіотичний аналіз адекватності форми візуальної комунікації у конкретному акті спілкування*

*Тема 1. Морфологія та граматика візуальної мови*

Елементарні візуальні форми як універсальне коріння візуальної лексики. Перший рівень формоутворення в дизайні візуальних комунікацій — графічні першоелементи як елементарні морфеми графічної мови: крапка, відрізок прямої, відрізок кривої. Другій рівень — утворення з першоелементів елементарних структурних вузлів: хрест, кут, хвиля, петля, спіраль, гвинтова лінія. Третій рівень — елементарні плоскі форми: коло, трикутник, прямокутник. Четвертий рівень — елементарні об'ємні форми: куля, піраміда, куб, циліндр, конус, призма. Наочне уявлення морфології в проектуванні шрифтів і піктографічних знакових систем, а також у верстці текстів. Особлива естетична та семантична єдність графіки форми та контр-форми.

Комбінаторика елементарних форм. Рекурсивний спосіб побудови найпростіших і найскладніших візуальних текстів з базового обмеженого набору елементів і схем.

Принципи граматики з'єднання графічних форм. Синтаксичні та граматичні аспекти проектування візуальних комунікацій як композиційне впорядкування з'єднання елементів візуальних текстів у єдине ціле. Позиційна граматична система візуальної мови, де «ціле» стає якісно новим утворенням, а не сумою вхідних в нього елементів. Основні категорії та принципи відношень елементів візуальних композицій як універсальна граматика візуальної мови: домінанта, рівновага, статика, динаміка, ритм. Композиційні відносини елементів візуальної мови за структурними принципами: число та пропорції, ієрархії, мережі, симетрія, ритм, хаос.

Засоби виразності візуальної мови: контраст, нюанс, гіпербола, метафора.

Універсальні прийоми формоутворення візуальних знакових систем. Проектування графічних знакових систем. Шрифт як окрема форма візуальної комунікацій. Ґенеза трьох базових типів систем письма. Ідеографічний (піктографічний) тип, відповідність певному сенсу-поняттю. Фоноідеографічний (ієрогліфічний) тип, відповідність змісту і звучанню слова або його частини. Фонетичний (алфавітний) тип, відповідність певному звучанню і стандартному порядку. Анатомія шрифту. Основні класифікації шрифтів, історичні, стильові, географічні, функціональні підходи. Вибір шрифтів, естетичні та функціональні параметри оцінки.

Специфіка функціональних відмінностей акцидентних і наборних шрифтів. Каліграфія: виразні можливості, провідні школи та стилі.

Комунікаційні можливості засобів типографіки. Верстка тестів. Застосування модульної сітки у дизайні текстових публікацій. Робота зі шрифтом і текстом у графічних редакторах «Adobe Illustrator», «Adobe InDesign». Орієнтація у шрифтових гарнітурах, методи оптимізації пошуку шрифтів.

*Тема 2. Інфографіка як сучасна невербальна форма надання інформації*

Інфографіка як функціональний підхід до проектування візуальних текстів. Універсальність мови інфографіки. Об'єктивні критерії оптимальності в графічному дизайні, що піддаються строгому обліку та аналізу. Оптимізація графічних форм візуальних комунікацій як очищення інформація від зайвого і випадкового для передачі та обробки її з найменшою витратою ресурсів, за найкоротший час, при мінімальному рівні перешкод. Найбільш економні та надійні способи візуально-графічного кодування інформації, що вимагають мінімуму витрат для сприйняття (К. Шеннон). Можливості кодування переданого візуального повідомлення з використанням найменшої кількості біт, математична простота, ясність геометрії, перевага векторної графіки над растровою. Обсяг файлу як естетичний та етичний критерій в цифрових технологіях комунікації.

Історично сформовані нормативи візуальної мови. Дизайн візуальних комунікацій у мовах піктограм, схем, креслень, карт та ідеографічних систем, графіків, гістограм, діаграм, таблиць, формул та ін. Комікс. Причини стійкої тенденції до зростання кількості інфографіки в сучасному дизайні візуальних комунікацій. Специфіка мови інфографіки, підвищення її ефективності в процесах проектування і сприйняття.

*Тема 3. Семіотичні аспекти прийомів стилізації у невербальній комунікації. Інтерактивність як істотна якість сучасної візуальної мови*

Конкретне замовлення на дизайн та вибір певної естетики. Формально-естетичні ознаки візуальних стилів.

Еволюція форми в історії європейських «великих стилів», їхня лінійна історична послідовність. Системи класифікації візуальних стилів. Географічні, етнографічні й інші основи логіки уявлень про атрибути певного стилю.

Сучасне дроблення поняття стилю на окремі фракції та зведення визначення стилю до творчого методу окремої особистості. «Стиль — це людина» (граф де Бюффон).

Закономірність зміни філософських парадигм в концепції загальної естетичної типології форми В. Сидоренка: основні стильові типи художньої мови: класичний тип формозгідності, модерністський тип доцільності та постмодерністський тип смислозгідності. «Проектна концептуалістика» С. Сєрова. Основні стильові прийоми провідних сучасних дизайнерів-графіків.

Зв'язок зовнішніх стильових ознак візуальної художньої форми з внутрішніми основами й цінностями певної культурної традиції. Асоціативні смислові контексти та інтерпретація візуального висловлювання. Логіка стилю як граматична закономірність візуальної мови, засобами якої вона представляється

Основні візуальні коди та схеми, відповідні стилям комунікації. Визначення специфіки психічного стану і настрою учасників комунікативного акту. Основні візуальні стилістичні стереотипи: офіційно-діловий, розважально-ігровий та ін. Стилі, що відповідають конкретному віку, статі, національності, соціальному, економічному й освітньому статусу, релігійним і політичним орієнтирам, психологічним типам темпераменту. Певна ясність та взаємовиключні естетичні параметри та атрибути різних візуальних стилів у сучасному графічному дизайні. Естетична особливість якості зображення, композиція, пластика, просторовість, фактурність, колір та ін.

Пріоритет проектних інноваційних методів проектування, що передбачають оновлення сприйняття за рахунок нових форм і кодів візуальної мови з виходом за рамки стандартів, стереотипів і технологічних обмежень.

Взаємозв'язок двох взаємодоповнюючих напрямів у проектуванні: інноваційне «виділення» та актуалізаційне «вбудовування». Принцип «виділення» як протиставлення нового візуального об'єкта наявним, створення нових оригінальних, унікальних функціональних якостей візуальної комунікації. Принцип «вбудовування» як трансформація та оновлення наявної форми, адаптація вже готових технологій, схем, шаблонів до існуючої ситуації, пристосування до певної естетики графічної мови, вбудовування проекту в конкретний соціопредметний і соціокультурний контекст.

Синтетичні підходи до проектування в сучасному дизайні візуальних комунікацій, перехід у нову комунікативну середу — аудіовідеореальність. Анімація, відео, звук, інтерактивність. Домінанта невербальності, асемічності та психологізму в сучасних проектних пошуках форми візуальних комунікацій, наголос не на слова, а на нові образи та «стан свідомості».

Аспект інтерактивності як фактор зворотного зв’язку, як інформаційне та емоційне збагачення комунікації, як новий критерій ефективності сприйняття і розуміння. Динамічна форма впливу і взаємодії у спілкуванні через спільні зусилля в організації процесу обміну інформацією. Адаптація форм візуальних комунікацій до багатих можливостей технології анімації та відео, привнесення у графічний дизайн сценарної атрибутики часу і сюжету.

**4. Структура навчальної дисципліни**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Назви розділів і тем | Кількість годин | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| денна форма | | | | | | | | | заочна форма | | | | | | | | | |
| усього | у тому числі | | | | | | | | усього | у тому числі | | | | | | | | |
| л | п (с) | | лаб. | | інд. | | с. р. | л | п (с) | | лаб. | | інд. | | с. р. | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | | 5 | | 6 | | 7 | 8 | 9 | 10 | | 11 | | 12 | | 13 | |
| Розділ 1. Головні семіотичні закони устрою та функції візуальної мови | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Тема 1. Семіотичний аналіз мови візуальної комунікації: спектр дефініцій | 14 | 2 | |  | |  |  | 12 | |  |  |  | |  | |  | |  | |
| Тема 2. Ґенеза формоутворення у візуальній комунікації | 16 | 2 | | 2 | |  |  | 12 | |  |  |  | |  | |  | |  | |
| Тема 3. Специфіка сучасного дизайну візуальних комунікацій. Методи аналізу мови візуальної комунікації | 16 | 2 | | 2 | |  |  | 12 | |  |  |  | |  | |  | |  | |
| Разом за розділом 1 | **46** | **6** | | **4** | |  |  | **36** | |  |  |  | |  | |  | |  | |
| Розділ 2. Семіотичний аналіз адекватності форми візуальної комунікації у конкретному акті спілкування | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Тема 1. Морфологія та граматика візуальної мови | 16 | 2 | | 2 | |  |  | 12 | |  |  | |  | |  | |  | |  |
| Тема 2. Інфографіка як сучасна невербальна форма надання інформації | 14 | 2 | |  | |  |  | 12 | |  |  | |  | |  | |  | |  |
| Тема 3. Семіотичні аспекти прийомів стилізації у невербальній комунікації. Інтерактивність як істотна якість сучасної візуальної мови | 14 | 2 | |  | |  |  | 12 | |  |  | |  | |  | |  | |  |
| Разом за розділом 2 | **44** | **6** | | **2** | |  |  | **36** | |  |  | |  | |  | |  | |  |
| **Усього** | **90** | **12** | | **6** | |  |  | **72** | |  |  | |  | |  | |  | |  |

**5. Теми лекційних занять**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва теми | Кількість  годин  (стаціонар) | Кількість  годин  (з/в) |
| 1 | Семіотичний аналіз мови візуальної комунікації: спектр дефініцій | 2 | – |
| 2 | Ґенеза формоутворення у візуальній комунікації | 2 | – |
| 3 | Специфіка сучасного дизайну візуальних комунікацій. Методи аналізу мови візуальної комунікації | 2 | – |
| 4 | Морфологія та граматика візуальної мови | 2 | – |
| 5 | Шрифт, типографіка, верстка як основні невербальні форми надання інформації | 2 | – |
| 6 | Семіотичні аспекти прийомів стилізації у невербальній комунікації. Інтерактивність як істотна якість сучасної візуальної мови | 2 | – |
|  | **Усього** | **12** | **–** |

**6. Теми семінарських занять**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва теми | Кількість  годин  (стаціонар) | Кількість  годин  (з/в) |
| 1 | Ґенеза формоутворення у візуальній комунікації | 2 |  |
| 2 | Специфіка сучасного дизайну візуальних комунікацій. Методи аналізу мови візуальної комунікації | 2 |  |
| 3 | Морфологія та граматика візуальної мови | 2 |  |
|  | **Усього** | **6** |  |

**7. Самостійна робота**

*Види, зміст самостійної роботи*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Види, зміст самостійної роботи | Кількість  годин  (стаціонар) | Кількість  годин  (заочн) |
| 1 | Опрацювання першоджерел і наукової літератури | 48 | – |
| 2 | Написання есе на задану тему | 12 | – |
| 3 | Створення мультимедійних презентацій на задану тему | 12 | – |
|  | **Усього** | **72** | **–** |

*Теми самостійної роботи*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва теми | Кількість  годин  (стаціонар) | Кількість  годин  (заочн) | Форма контролю |
| Розділ 1. Головні семіотичні закони устрою та функції візуальної мови | | | | Включено до поточного та підсумкового контролю |
| 1 | Семіотичний аналіз мови візуальної комунікації: спектр дефініцій | 6 |  |
| 2 | Ґенеза формоутворення у візуальній комунікації | 6 |  |
| 3 | Специфіка сучасного дизайну візуальних комунікацій. Методи аналізу мови візуальної комунікації | 6 |  |
| Розділ 2. Семіотичний аналіз адекватності форми візуальної комунікації у конкретному акті спілкування | | | |
| 1 | Морфологія та граматика візуальної мови | 6 |  |
| 2 | Інфографіка як сучасна невербальна форма надання інформації | 6 |  |
| 3 | Семіотичні аспекти прийомів стилізації у невербальній комунікації. Інтерактивність як істотна якість сучасної візуальної мови | 6 |  |
|  | **Усього** | **72** |  |

**8. Методи навчання**

1. Словесні методи: розповідь, бесіда, лекція.

2. Наочні методи: демонстрація, мультимедійна презентація, ілюстрація.

3. Практичні методи: розв’язання проблемних завдань

а) в усній формі;

б) у письмовій формі (проекти та ін.).

4. Діалогічні методи: проведення конкурсів, прес-конференцій.

5. Відеометод, аудіометод.

6. Метод самоконтролю.

**9. Методи контролю**

1. Письмові: оцінка есе або статті за темою дисципліни та у відповідності до теми дисертації у письмової формі.

2. Усні: оцінка усних відповідей на питання за темами дисципліни.

3. Оцінка мультімедійних презентацій обсягом до 10 хвилин.

*Поточний контроль*

* Оцінка теоретичних знань студентів за контрольними програмними питаннями поточної та попередніх тем.
* Оцінка за виконання практичних завдань.
* Експрес-тестування за ключовими аспектами тем дисципліни.

*Підсумковий контроль (екзамен)*

Перевірка розуміння студентами теоретичного та практичного програмного матеріалу в цілому, здатність творчо використовувати накопиченні знання та вміння.

**10. Розподіл балів, які отримують аспіранти**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Поточний контроль та самостійна робота | Екзамен | Сума |
| Усього 60, з них:  мультимедійні презентації – 40;  есе – 20 | 40 | 100 |

*Критерії оцінювання*

* Реферат у письмової формі – 20 (за умовами самостійності та повноти висвітлення питання).
* Мультимедійні презентації – 40.
* Екзаменаційна відповідь – 40.

Мінімальна кількість балів, які повинен набрати аспірант – 50% учбового матеріалу семестру (30 балів).

Аспірант допускається до підсумкового семестрового контролю за умови набрання мінімальної кількості (30 балів).

*Шкала оцінювання*

* Повне й вичерпане висвітлення питання – відмінно (100–90).
* Загалом правильне з окремими неточностями – добре (89–70).
* Правильне висвітлення половини проблем – задовільно (69–50).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру | Оцінка за національною шкалою | |
| для екзамену | для заліку |
| 90–100 | відмінно | зараховано |
| 70–89 | добре |
| 50–69 | задовільно |
| 1–49 | незадовільно | не зараховано |

**11. Рекомендоване методичне забезпечення**

*Методичне забезпечення*

1. Михайленко В. Є., Яковлєв М. І. Основи композиції : навч. посіб. / Михайленко В. Є., Яковлєв М. І. — Київ : Каравела, 2004. — 304 с.
2. Лингвистический энциклопедический словарь под ред. Ярцевой В. Н. / ред. В. Н. Ярцева. — М. : Советская энциклопедия, 1990. — 682 с.
3. Даниленко В. Я. Основи дизайну : навч. посіб. / В. Я. Даниленко. — К. : ІЗМН, 1996. — 92 с.
4. Серов С. И. Гармония классической типографики : в 3 ч / С. И. Серов. — М. : ЗАО «Линия График», 2003. — Ч. 1. — 32 с.
5. Розенсон И. А. Основы теории дизайна / И. А. Розенсон. — СПб. : Питер, 2008. — 219 с.
6. Основные термины дизайна. Краткий словарь-справочник. — М .: ВНИИТЭ, 1989. — 88 с.
7. Лесняк В. И. Графический дизайн (основы профессии) / В. И. Лесняк. — К. : Биос Дизайн Букс, 2009. – 416 с.

*Базова література*

1. Араухо И. Архитектурная композиция / И. Араухо. — М. : Высшая школа,1982. — 208 с.
2. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм ; пер. с нем. — Благовещенск : Благовещ. гуманитар. колледж, 2000. — 392 с.
3. Божко Ю. Г. Архитектоника и комбинаторика формообразования / Ю. Г. Божко. — К. : Вища школа, 1991. — 245 с.
4. Боумен У. Графическое представление информации / У. Боумен ; пер. с англ. — М. : Мир, 1971. — 226 с.
5. Веркман К. Дж. Товарные знаки : создание, психология, восприятие / К. Дж. Веркман ; пер. с англ. — М. : Прогресс, 1986. — 520 с.
6. Гибсон Дж. Экологический подход к зрительному восприятию / Дж. Гибсон ; пер. с англ. — М. : Прогресс, 1988. — 461 с.
7. Глазычев В. Л. О дизайне. Очерки по теории и практике дизайна на западе / В. Л. Глазычев. — М. : Искусство, 1970. — 296 с.
8. Дизайн і ергономіка. Термінологічний словник. — Х. : НТМТ, 2009. — 97 с.
9. Земпер Г. Практическая эстетика. Проблемы материально-художественной культуры / Г. Земпер ; пер. с нем. — М. : Искусство, 1970. — 320 с.
10. Иттен И. Искусство цвета / И. Иттен ; пер. с нем. — 3-е изд. — М. : Аронов, 2004. — 96 с.
11. Иттен И. Искусство формы : Мой форкурс в Баухаузе и других школах / И. Иттен ; пер. с нем. — М. : Аронов, 2006. — 135 с.
12. Капр А. Эстетика искусства шрифта / А. Капр ; пер. с нем. — М. : Книга, 1979. — 124 с.
13. Кричевский В. Типографика в терминах и образах / В. Кричевский. — В 2 т. — М. : Слово, 2000. — Т. 1. — 142 с.
14. Ньюарк К. Что такое графический дизайн / К. Ньюарк ; пер. с англ. — М. : АСТ : Астрель, 2005. —255 с.
15. Рудер Э. Типографика / Э. Рудер ; пер. с нем. — М. : Книга, 1982. — 286 с.
16. Чихольд Я. Облик Книги. Избранные статьи о книжном оформлении / Я. Чихольд ; пер. с нем. — М. : Книга, 1980. — 239 с.
17. Шпикерман Э. Шпикерман о шрифте / Э. Шпикерман ; пер. с англ. — М. : ПараТайп, 2005. — 192 с.

*Допоміжна література*

1. Барт Р. Избранные работы : Семиотика. Поэтика / Р. Барт ; пер. с фр. — М. : Прогресс, 1989. — 616 с.
2. Бринкман А. Э. Пластика и пространство как основные формы художественного выражения / А. Э. Бринкман ; пер. с нем. — М. : Изд-во всесоюзной Академии Архитектуры, 1935. — 176 с.
3. Буковецкая О. Дизайн текста : шрифт, эффекты, цвет / О. Буковецкая. — М. : ДМК, 2000. — 300 с.
4. Вельфлин Г. Основные понятия истории искусств. Проблемы эволюции стиля в новом искусстве / Г. Вельфлин ; пер. с нем. — СПб. : Мифрил, 1994. — 428 с.
5. Гомбрих Э. История искусства / Э. Гомбрих ; пер. с англ. — М. : Искусство, 1998. — 688 c.
6. Джефкінс Ф. Реклама / Ф. Джефкінс ; пер. з англ. — К. : Знання, 2001. — 456 с.
7. Ивенский С. Г. Книжный знак : История, теория, практика художественного развития / С. Г. Ивенский. — М. : Д. Горохов, 2005. — 183 с.
8. Королькова А. Живая типографика / А. Королькова. — М. : Index Market, 2008. — 224 с.
9. Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика : Язык тела и естественный язык / Г. Е. Крейдлин. — М. : Новое лит. обозрение, 2004. — 584 с.
10. Кричевский В. Поэтика репродукции / В. Кричевский. — М. : Типополигон-АБ, 2007. — 48 с.
11. Лаптев В. В. Типографика : порядок и хаос / В. В. Лаптев. — М. : Аватар, 2008. — 216 с.
12. Лесняк В. И. Акцидентный шрифт. 75 оригинальных шрифтов / В. И. Лесняк. — Х. : Колорит, 2004. — 140 с.
13. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешнее расширение человека / М. Маклюэн ; пер. с англ. — М. : Кучково поле, 2003. — 464 с.
14. Маклюэн М. Галактика Гутенберга : Сотворение человека печатной культуры / М. Маклюэн ; пер. с англ. — М. : Ника-Центр, 2004. — 432 с.
15. Мартынов В. Время Алисы / В. Мартынов. — М. : Издательский дом «Классика-ХХІ», 2010. — 256 с.
16. Победин В. А. Знаки в графическом дизайне / В. А. Победин. — Х. : Ранок. Вест, 2001. — 96 с.
17. Победин В. А. Словесные товарные знаки и знаки обслуживания / В. А. Победин. — Х. : Консум, 2003. — С. 111–113.
18. Розин В. Семиотические исследования (знак, схема, знания, семиотический организм, феномен человека) / В. Розин. — М. : Oimru, 2000. —114 с.
19. Ромат Е. В. Реклама / Е. В. Ромат. — СПб. : Питер, 2002. — 544 с.
20. Серов Н.  В. Цвет культуры : психология, культурология, физиология / Н. В. Серов. — СПб. : Речь, 2004. — 672 с.
21. Сурина М. О. Цвет и символ в искусстве, дизайне и архитектуре / М. О. Сурина. — М. : Изд. центр «МарТ», 2003. — 285 с.
22. Уайт Я. В. Редактируем дизайном / Я. В. Уайт. — М. : Издательский дом «Университетская книга», 2009. — 244 с.
23. Фукуяма Ф. Великий разрыв / Ф. Фукуяма ; пер. с англ. — М. : Высшая школа, 2003. — 158 с.
24. Эльбрюнн Б. Логотип / Б. Эльбрюнн ; пер. с англ. — М. : Олма-пресс Инвест, 2003. — 127 с.
25. 4000 monograms. — Amsterdam : Pepin Press, 1998. — 287 с.

*Інформаційні ресурси*

* 1. Бычков В. В. Эстетика Отцов Церкви [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://krotov.info/libr\_min/02\_b/ych/kov\_40.htm.
  2. Gardner B. Current Logo Trends [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.logolounge.com>.
  3. IKOGRADA (The International Council of Graphic Design Associations) [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.icograda.org/>.
  4. Wikipedia. Capcha: [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/CAPTCHA>.
  5. Неклесса А. Вступление в постсовременный мир III тысячелетия [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.intelros.org/books/opera\_selecta/opera\_selecta\_70.htm.
  6. Калитеевская И. Перешли на новый уровень [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://esquire.ru/games-91>.
  7. Косарев В. Д. Семь изначальных «метазнаков». О возможном генезисе рун [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://kosarev.press.md/Runes-ansyn.htm>.
  8. Логвин. В. Авторский блог May. 2nd, 2011. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://logvinidze.livejournal.com/tag/стих>.
  9. Новиков. С. Пиктомания [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://picto.mania.ru/marks/index.htm>.
  10. Соломоник А. Б. Семиотика общая и семиотики частные [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://it-claim.ru/Persons/Solomonick/SolomonickAbraham.htm>.
  11. Усманова А. Р. Знак иконический (или Иконичность) [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.vseslovari.com.ua/postmodern/page/znak\_ikonicheskiy\_  
      ili\_ikonichnost.112/.
  12. Харшак М. Дизайн – это точно не творчество [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://art1.ru/design/dizajn-eto-tochno-ne-tvorchestvo/>.
  13. Шестакова В. Эрос и культура : философия любви и европейское искусство [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.aquarius-eso.ru/Eros.html>.
  14. Янковский С. Я. Концепции общей теории информации [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://n-t.ru/tp/ng/oti.htm>.
  15. Ресурс для оптимізації преса підбору необхідних шрифтів [Електронний ресурс]. — Режим доступу : https://rentafont.com/.