

ДИЗАЙН

УДК 769.91+659.133.1+085.8+766+681.3.06

Российская дизайн-графика в искусствоведческих исследованиях XIX–XXI веков*

Э. М. Глинтерник

Санкт-Петербургский государственный университет,
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9
Научно-исследовательский институт теории и истории изобразительных искусств
Российской академии художеств,
Российская Федерация, 119034, Москва, ул. Пречистенка, 21

Для цитирования: Глинтерник, Элеонора. “Российская дизайн-графика в искусствоведческих исследованиях XIX–XXI веков”. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Искусствоведение* 13, no. 1 (2023): 166–187. <https://doi.org/10.21638/spbu15.2023.108>

Статья посвящена проблеме историографии российской дизайн-графики в отечественном искусствознании. Рассматриваемые источники структурированы в соответствии с основными этапами развития графического дизайна в России. Такой подход позволяет наглядно проследить эволюцию искусствоведческой мысли в контексте соответствующей культурно-исторической эпохи. В хронологической последовательности рассматриваются периоды: XVIII — начало XX в., период протодизайна, когда работы прикладного характера уже исполнялись; 1920–1930-е годы — период активного освоения новой профессиональной модели, прерванный в своем развитии в последующее двадцатилетие; 1960–1990-е годы — период профессионального самоопределения; первые десятилетия XXI в. — вступление в цифровую эпоху и открытие новых горизонтов исследования. Дается характеристика каждого периода и особенностей его художественно-критического и теоретического осмысления с точки зрения развития графического дизайна как феномена художественного творчества. Цель настоящего обзора — привлечение внимания к проблеме искусствоведческой историографии по теме российской дизайн-графики и выявление корпуса фундаментальных исследований конца XX — начала XXI в. Актуальность и новизна определяются темой: до сих пор специфика дизайна в целом и графического дизайна в частности как одного из ведущих видов проектного творчества не входит, наряду с изобразительным, декора-

* Статья подготовлена в рамках научного проекта Expansion_2020 № 20-112-50364 (грант РФФИ, конкурс «Экспансия», 2020 г.).

тивно-прикладным искусством и архитектурой, в основной круг исследуемых проблем отечественного классического искусствознания. Основные задачи работы: показать ход развития искусствоведческой мысли в трудах российских исследователей — от художественно-критического к историко-теоретическому осмыслению на протяжении XIX–XXI вв.; систематизировать объем и проблематику новейших искусствоведческих исследований последних десятилетий, сделав их доступными широкому кругу специалистов, способствовать формированию более полного представления об авторах и объеме накопленного научно-исследовательского материала. Показан ход развития искусствоведческой мысли в трудах российских исследователей — от художественно-критического к историко-теоретическому осмыслению на протяжении XIX–XXI вв.; выявляется корпус фундаментальных исследований конца XX — начала XXI в., впервые систематизируется проблематика новейших искусствоведческих исследований последних десятилетий.

Ключевые слова: история графического дизайна, теория графического дизайна, историография дизайн-графики, русский графический дизайн, визуальная коммуникация, российская дизайн-графика.

*Памяти старшего коллеги
доктора искусствоведения В. Р. Аронова (1940–2022),
президента Национальной академии дизайна, академика РАХ*

Искусствоведческое осмысление дизайн-графики как художественного явления представляется актуальным, поскольку в качестве доминирующего жанра проектного творчества она занимает важнейшее место в современной проектной практике. Длительное время стереотип искусствоведческого мышления порой затруднял изучение круга графических работ прикладного назначения в качестве объекта, подлежащего анализу. «Так уж повелось, когда речь заходила о картине художественной жизни какого-либо исторического периода во всем ее многообразии, то в самой широкой панораме искусства, как правило, тиражной графике специального внимания не уделялось. Объясняется такая ситуация рядом исторически сложившихся обстоятельств, в том числе и тем, что в классическом искусствознании не сложилось системы критериев, с помощью которой можно было бы исследовать, анализировать и оценивать художественное качество прикладной графики» [1, с. 93].

Возможно, ранее это объяснялось ее изначально утилитарным предназначением и анонимным авторством, а также большой художественной разнородностью имевшихся материалов, позднее — отсутствием специальных, систематически пополняющихся музейных фондов и ретроспективных выставок, которые могли бы наглядно показать эволюцию в данной области творческой деятельности.

На это обстоятельство указывала еще в 1997 г. М. Э. Гизе: «В специальной искусствоведческой литературе художественное и техническое творчество искусственно отчуждаются друг от друга, в ней не делается попыток определить возникающие между ними связи и закономерности» [1, с. 60].

История дефиниций дизайн-графики остается за пределами настоящей статьи. Вместе с тем при ее написании мы опирались на определение, данное в свое время в энциклопедическом издании: «Графический дизайн, визуальный дизайн, художественно-проектная деятельность по созданию оригиналов, предназначенных для массового воспроизведения любыми средствами визуальной коммуникации.

<...> Задачей графического дизайна является наглядное представление сообщений, событий, идей, ценностей, указаний любого рода. <...> Если дизайн связан с материальной стороной человеческой жизни и формирует ее вещную среду, то графический дизайн имеет дело с миром информации, которой придает визуальную форму» [2]. В контексте настоящей статьи термины «графический дизайн» и «дизайн-графика» используются как синонимы.

Становление в России графического дизайна как формы художественного творчества происходило на протяжении достаточно длительного времени, что отразилось не только на историографии проблемы, но и на формировании понятийного аппарата. В современной специальной литературе и сегодня встречаются разночтения при употреблении ряда терминов, связанных с функционированием этого направления искусства.

Потребность в исследовании графического дизайна как феномена художественного творчества актуализируется также в связи с тем, что возрастающий в наши дни процесс интеграции дизайн-графики и рекламы сближает эти понятия, делает их в массовом повседневном сознании смысловыми синонимами, зачастую стирая грань между художественным началом и явлением маркетинга.

В истории развития отечественного графического дизайна XVIII — начало XX в. — время, когда понятие дизайн-графики формально еще не было определено, но работы прикладного характера исполнялись; 1920–1930-е годы — период появления осознанной необходимости в новой профессиональной модели и попытка ее построения (не получившая, однако, в силу стечения обстоятельств логического завершения); 1960–1980-е годы — время становления профессии в связи с очевидной востребованностью проектного творчества уже на государственном уровне.

Художественная критика на раннем этапе развития прикладной графики XIX — начала XX в.

Прикладная графика была востребована в России еще с петровских времен. В XX в. практически все ведущие специалисты по истории русского искусства этого периода единодушно указывали, что именно по отношению к искусству начала XVIII в. позволительно применить термин «утилитарность», особенно в отношении графических работ. Однако констатация факта не способствовала изучению наследия прикладной графики. На этой стадии развития искусствознания не могло быть и речи о каких-либо специальных терминах для обозначения рассматриваемой нами области творческой деятельности.

Между тем уже в XVIII в. термин «дизайн» имел место в российском словоупотреблении. Один из документов Архива РАН содержит обращение на имя императрицы Елизаветы Петровны: «В 1746 году без всякого моего происку взят из академии наук указом Вашего И. В. в кабинет для рисования дезейнов или образцов, на утверждаемую штофную фабрику и для прочих рисунков. С жалованьем по чetyреста рублей, где я, именованный декабря по 14 число прошлого 1748 г. и обретаюсь...» [II, с. 669, док. 803] (орфография и пунктуация оригинала сохранены. — Э. Г.). Прошение написано на русском языке, таким образом, следует зафиксировать имевшее место в российском обиходе наличие пришедшего из Западной Европы термина «дизайн», в историческом контексте близкого понятию проекта или рисунка.

Кроме того, материалы исследований свидетельствуют, что при разработке проекта Академии художеств предлагался ряд специальностей для обучения в области «художеств», в их числе директор (имеющий знания во всех областях) и грьдор (гравер). Современные исследователи в термине «директор» и особенно в раскрытии его содержания находят удачно схваченную специфику дизайнерской профессии [3, с. 37]. С этой точки зрения в общую схему укладывается и деятельность графика-грьдоровальщика-прикладника.

В середине XVIII в. в России появляются новые виды прикладной графики, связанные с потребностями промышленного производства и торговли (упаковочные этикетки, экслибрисы, дипломы, пригласительные билеты и пр.). Вплоть до середины XIX в. потребность в прикладной графике удовлетворялась, но по своему объему она была столь незначительна, что не вызывала необходимости в каком-либо определении и описании. Примерно с 1830-х годов начинается законодательство в торгово-промышленной сфере, увеличивается потребность в использовании государственных бумаг: вместо рукописных — типографские бланки, ассигнации, свидетельства об окончании государственных учебных заведений, билеты Государственной комиссии погашения долгов и т. д.

В 1840-х годах впервые появляется коммерческая графика в виде книгоиздательских плакатов. Среди них наиболее известен плакат В. Тимма «Подписка на “Листок для светских людей” на 1844 год». О нем упоминалось в связи с выставкой плаката: «Едва ли не самая любопытная афиша — это работа художника Тимма, старая-престарая, представляющая рекламу о “Подписке” на 1844 год. Напечатана она в одну краску и, быть может, именно поэтому не производит впечатление лубка. Кто бы, однако, мог подумать, что еще в 1844 году у нас так понимали сущность рекламы, и так мало, прибавим, стеснялись ее обнаруживать?» [III, с. 909].

В 1846 г. в Академии художеств рассматривали вопрос «О необходимости преобразования Академии художеств, соответствующего успехам вспомогательных наук, имеющего целью промышленную пользу и плодотворную общенародность». Признавалось, что для образования «чувства изящного и вкуса в художниках, для споспешествования всем отраслям промышленности необходимо... учредить школу орнаментики, в коей художники занимались бы составлением образцов и моделей для фабрикантов и промышленников и образованием учеников по сей части» [4, с. 221]. Основная мысль постановления сводилась к тому, что художественно-промышленное обучение необходимо, но лишь как средство к прокормлению посредственных художников, тогда как великий талант мог бы заняться «высшим искусством».

Начиная с последней трети XIX столетия ситуация изменилась. Зарождение и развитие графического дизайна в России, той самой отрасли искусства, которая была неразрывно связана с деловой жизнью и бытом значительной части общества, стало возможным при наличии целого ряда культурных и экономических факторов. Возросшая потребность обусловила развитие ранее неизвестной формы художественного творчества, которая поначалу не получила названия и была лишь обозначена как графическое искусство или декоративная графика. С 1880-х годов достаточно широко в печатной отрасли за рубежом и в России утвердились определения «графическое дело» и «графические искусства». Под ними подразумевалась

та часть новых печатных технологий, которая воспроизводила изображение с помощью графических техник и художественного умения.

Новые возможности не только позволяли типографам применять в работе навыки художественного творчества, но и делали этот процесс обязательным, особенно в акцидентных работах (плакаты, буклеты, прейскуранты, визитки, меню и т. д.). Это был этап раннего становления дизайн-графики как профессиональной деятельности, которая оказалась востребованной, но еще не выделилась в самостоятельную область художественного творчества.

В публикациях этого времени отразились специфика переходного периода от ремесла к искусству и попытки определения нового вида художественного творчества, разделения и классификации сфер деятельности. Критерии эстетического характера, которыми характеризовалась профессия акцидентного наборщика, позволяют напрямую связать их с проектной деятельностью, которая с позиций современного знания рассматривается нами как графический дизайн. Требования к такому специалисту были высоки: «уметь сделать красивое распределение имеющихся шрифтов и украшений», бегло и свободно сделать набросок в цвете, определить формат, расположить строки и декоративные элементы, избегая «явного противоречия между шрифтами, орнаментом и содержанием», соединить шрифт и украшения «красиво в одно целое», затем выполнить эскиз для предоставления заказчику на выбор [5, с. 314].

На рубеже XIX–XX вв. в отраслевых материалах неоднократно рассматривалась проблема взаимодействия художественного и технического творчества. В журнале «Вестник графических искусств» в статье «К вопросу о развитии эстетического вкуса у ремесленного и мастерового люда» высказывалось такое мнение: «При современных условиях разделения труда художественность каждой вещи зависит не только от рисовальщика и мастера исполнителя, как то бывало в старину, но часто от целой группы сотрудников, до ученика включительно. <...> В особенности это справедливо по отношению к графическому делу, которому вследствие преобладания художественной его стороны над всеми остальными, не без основания приписывается титул “искусства”» [IV, с. 51].

Проблема эстетизации повседневности широко обсуждалась на страницах журналов. Характерно редакционное обращение в журнале «Искусство и печатное дело»: «Красота потребовала властно дать ей место в обыденной жизни, в мелочах обихода и в предметах первой необходимости. Ее послушались, подчинились ей. Ремесленник зовет к себе на помощь представителя чистого искусства. Господствующий лозунг, крик современности: объединение ремесел и искусств, подчинение первых вторым — в смысле выработки новых форм» [V].

На развитие графического дизайна в России в 1890–1910-х годах значительное влияние оказала активная выставочная деятельность. Именно тогда были сделаны первые шаги по художественно-критическому осмыслению дизайн-графики, при этом немногочисленные обзоры не могли претендовать на глубокий искусствоведческий анализ. Основной корпус материалов включал каталоги, отзывы и рецензии на события художественной жизни тех лет: «Идя на помощь промышленности, искусство художественною афишею проникает в жизнь толпы и тем вносит в нее живительную ноту. Музеи прикладных искусств широко открыли ей двери, целая

особая литература возникла для описания, разбора классификации этих эфемерных произведений» [6, с. 3].

Прежде всего объектом художественной критики стал торгово-промышленный плакат. Интерес к плакату (или, по терминологии тех лет, к художественной афише) русская пресса впервые проявляет в связи с организацией первой Международной выставки художественных афиш в Санкт-Петербурге (1897), а затем выставок в Москве и Киеве в 1898–1900 гг.

Среди откликов особо нужно отметить обширный материал в журнале «Живописное обозрение». Воспользовавшись бытовавшей традиционной классификацией искусства на «низкое» и «высокое», автор охарактеризовал положение промышленных искусств в современном ему обществе: «Высоким является жанр исторический и бытовой; пожалуй, и пейзаж... а искусство декоративное, прикладное, промышленное — совсем игнорируется; его не только не ставят рядом, но стараются даже всячески выразить свое презрение к искусству, служащему промышленности». В противовес российской ситуации автор указывал, что «за границей уже признано, что искусство как выражение мысли и красоты одинаково велико, каким бы путем оно ни проявлялось, в форме ли холстов, писанных масляными красками, или декоративных панно, рисунков ковров и даже переплетных оберток изданий. Большие промышленные фирмы поняли важность художественной рекламы; платя большие деньги, они привлекли талантливых художников, в руках которых обыкновенная торговая реклама превратилась в художественное производство» [III, с. 908].

Организатор московской выставки известный издатель И. Н. Кнебель писал: «Новая отрасль художественной промышленности, вызванная в последнее время необыкновенной потребностью в рекламе, играет громадную роль в мире торговли и промышленности» [7, с. 3]. В каталоге киевской выставки также декларировалось: «Художественная афиша нашла себе широкое распространение как в промышленном мире, так и в мире художников. При участии крупных художественных сил афиши, помимо чисто коммерческих целей, имеют несомненное влияние и на развитие вкуса среди широких классов публики» [8, с. 3].

Вместе с тем далеко не все отзывы носили хвалебный характер. Неудовлетворительный художественный уровень рекламной графики констатировался в журнале «Всемирная иллюстрация»: «Во всяком случае приходится с грустью признать, что русское искусство в художественной афише решительно отстало от других европейских стран. Может быть, это обстоятельство зависит от малого развития нашей промышленности и торговли; может быть, и от других причин: незначительного уровня нашего художественного воспитания, или от каких-нибудь иных условий, но факт остается фактом» [VI, с. 576].

Очевидные критикам провалы дали неожиданно мощный стимул развитию новой художественной формы. Тексты выставочных каталогов, статья «Плакат художественный» А. И. Сомова в словаре Ф. А. Брокгауза и И. А. Ефрона позволяют реконструировать процесс формирования как общественных, так и собственно художественных требований к рекламному плакату как ведущему жанру тиражной графики на рубеже XIX–XX вв. [9].

1900–1910-е годы можно охарактеризовать как период дальнейшего эмпирического накопления материала. «Критика этого периода довольно разноречива, с од-

ной стороны, признается продвижение в области печатной рекламы, с другой — фиксируется ее отставание от уровня зарубежной. Выставки “Искусство в книге и плакате” (Академия художеств, 1911), “Ретроспективная выставка русской художественной графики (1888–1913)” из коллекции В. Карповича (Киев), выставка плаката в галерее Лемерсье (Москва, 1913), конкурса плакатов Русско-американской линии Восточно-Азиатского пароходства (СПб., к/т “Soleil”, Невский, 48, “Пасаж”, 1916) предоставили материал для новых обобщений» [10, с. 21].

Экспозиция выставки «Искусство в книге и плакате», приуроченная к Всероссийскому съезду художников, по свидетельству искусствоведа В. К. Лукомского, привлекла наиболее острое внимание членов съезда. Прикладная графика, представленная работами известных мастеров, таких как Л. Бакст, И. Билибин, В. Васнецов, М. Врубель, М. Добужинский, С. Чехонин, стала наглядным показателем применения художественного творчества в массовой тиражной печати [11].

Первой российской выставкой дизайн-графики следует назвать экспозицию, устроенную в результате проведения конкурса Русского художественно-промышленного общества Восточно-Азиатского пароходства. Организаторы выставки подчеркивали: «Рекламный плакат получил в наше время широкое распространение и при известных условиях может быть подлинным художественным произведением. К сожалению, он редко бывает таким, особенно у нас в России. Между тем роль плаката в художественном воспитании народных масс может быть очень значительной. <...> С другой стороны, цель плаката: обратить внимание на определенное предприятие или на продукты производства — легче всего достигается, если картина-реклама настолько художественно-привлекательная, что зритель может подолгу остановиться на ней свое внимание» [12, с. 2].

Обзор этих выставок позднее позволил критику В. Славенсон едва ли не впервые в России поднять проблему, актуальную и сегодня, — об авторстве в массовой графической продукции: «Общедоступная художественная печать вообще остается до сих пор безличной и не претендует на самостоятельность. В частности, авторство в этой области искусства — явление у нас сравнительно новое, да и теперь даже лучшие образцы не всегда закреплены подписью художника» [13, с. 83].

Историография российской дизайн-графики 1920–1930-х годов

В начале 1920-х годов появляются публикации ведущих историков искусства и художественных критиков, в той или иной степени затрагивающие развитие многообразных, активно развивающихся новых форм дизайн-графики, их жанровое своеобразие и композиционные принципы. На этом этапе в поле зрения исследователей попадают прежде всего плакат и графика малых форм, их художественные особенности и специфика репродуцирования.

Большой вклад в историографию дизайн-графики внес А. А. Сидоров, который заложил основы понимания плаката как идейной и эмоциональной доминанты движения под лозунгом «Искусство в массы». Корифей отечественного искусствознания стремился исследовать эстетику плаката, связывая ее с развитием общего уровня графического искусства. В обширной статье он приходит к очень интересному и перспективному выводу о средообразующих функциях современного плаката [14]. А. Сидоров был также одним из первых, кто заявил о важности

прикладных графических работ: «Нет сомнения, что наиболее нужна государству графика прикладная. Хотя на первых порах может озадачить включение денежных знаков, всевозможных эмблем, марок, печатей в круг интересов искусствоведения» [15, с. 128]. При этом он констатировал факт давнего признания понятия «официальной графики» в западной науке.

Почти одновременно Н. Тарабукин в основополагающей для истории дизайн-графики публикации «Искусство дня. Что нужно знать, чтобы сделать плакат, лубок, рекламу, смонтировать книгу, газету, афишу, и какие возможности открывает фототехника» предлагает свою версию развития и функциональных «обязанностей» плакатной графики [16, с. 16]. На основе их анализа он предлагает типологию плакатных жанров (коммерческий плакат — торговый, индустриальный; идейный плакат — политический, военный, просветительский), в общих чертах совпадающую с современными представлениями. Автор ставит вопрос и об «эстетике» плаката. Будучи одним из идеологов производничества, он не мог не рассматривать плакат вне контекста близких ему идей искусства и вне стилистики конструктивизма. Отсюда проистекает: «Мастер плаката должен быть по типу не конструктивист, экспрессионист, реалист, т. е. станковист того или иного вида, а производственник» [16, с. 22].

Выставка «Плакат и реклама после Октября», организованная в Ленинграде в 1926 г., и созданный на ее основе сборник-путеводитель показали наметившийся прогресс в понимании природы дизайн-графики. Показательно было и стремление раскрыть своеобразие плакатной графики в ее цельности, во взаимодействии жанров, которое явственно присутствует в сопроводительных статьях М. Бродского и В. Охочинского. М. Бродский считал, что советский плакат и реклама должны являться «целесообразными информаторами о достижениях нашей промышленности», о выпуске новой продукции, поднятии ее качества, а также пропагандировать приток денежных средств в сберегательные кассы, «целебные свойства наших курортных и минеральных вод, часто превосходящих таковые в Западной Европе, и еще многое-многое другое» [17, с. 12].

Еще одним вкладом в художественно-критическую оценку дизайн-графики стало включение новых жанровых форм. Годом ранее, в 1925 г., В. Охочинский на заседании Ленинградского общества библиофилов сделал доклад «Материалы к истории русской графики». Он посвятил его «совершенно неисследованной любопытной отрасли графики», которая, однако, по количеству исполненных работ была весьма значительна, а по своему художественному качеству представляла, с его точки зрения, особый интерес: «Этой отраслью являются многочисленные, прекрасно отпечатанные рисунки меню и программ для “коронационных”, “придворных” и “военных” праздников и спектаклей, исполненные лучшими художниками своего времени» [18, с. 370].

Докладчик продемонстрировал около трехсот работ, сделанных за период 1865–1916 гг. известными мастерами — А. Шарлеманем, М. Микешиним, Н. Самокишем, С. Соломко, Н. Каразиным, Э. Липгартом, Альб. Бенуа, А. Васнецовым, В. Васнецовым, А. Головиным, К. Сомовым, И. Билибиным, С. Яремичем, отметив их графически стилистический «разнобой». В итоге В. Охочинский обозначил проблему своевременности в России не только коллекционирования этого материала, т. е. прикладной графики, но и внимательного его изучения и жанрового расшире-

ния, попутно сообщив, что в Германии это направление в искусстве уже получило самостоятельную терминологию — *Gebrauchs-Graphik* («прикладная графика»).

Особое значение для историографии графического дизайна имеют материалы выставки «Графическое искусство в СССР. 1917-Х-1927» (ВХУТЕИН, Ленинград). В экспозиционном пространстве и в каталоге были впервые дифференцированы и показаны «все отрасли графики (в широком смысле термина, т. е. по признаку их отношения к печатному делу) по разделам: 1) официальная государственная графика (гербы, денежные знаки, почтовые марки); 2) книжная графика (обложки, иллюстрации, виньетки, издательские марки, книжные знаки); 3) плакат агитационный, просветительный, театральный, кино-, торговый; 4) промышленная графика (этикетки, торговые марки, рисунки для обоев и тканей, карты, открытые письма, календари); 5) справочно-мемориальная графика (адреса, дипломы, билеты, программы, памятные значки, печати)» [19, с. 6]. По существу, статья в каталоге были первым опытом критической оценки и подведения итогов в книгоиздании, промышленной графике и полиграфии за период первого послереволюционного десятилетия. В статье профессора М. Рославлева впервые появляется термин «промышленная графика» [19, с. 143].

В историографии вопроса следует выделить также небольшую, но емкую брошюру Б. Земенкова «Графика в быту». По его мнению, условия работы и предъявляемые заказчиками требования далеко не благоприятствовали развитию массовой графики, «существует полный разрыв между чистой графикой и графикой “прикладной”... конфликт между графиком и заказчиком неизбежен, так как последний в большинстве случаев является непреодолимым препятствием для внедрения искусства в жизнь» [20, с. 27].

Б. Земенков выдвигает предложение о защите «художественных» прав графика: «При производстве должна быть создана творческая атмосфера общественности, способствующая поднятию качества, изобретательности художника и защищающая подлинное искусство от мещанских или лично-вкусовых воздействий. До сего времени любая попытка художника-графика отстоять интересы своего искусства в 99 случаях из ста грозит привести лишь к лишению его работы, поскольку он себя рекомендует чуждым вкусу заказчика» [20, с. 32]. Одним из первых он включает в орбиту критики и другие формы проектной графики: суперграфику, дензнаки, новую советскую символику, товарные знаки, рисунки для обоев, карты, календари.

По вопросам формообразования у Земенкова также было сформировано собственное мнение. Он считал, что «постепенно растущий опыт кубо-футуристического направления в соединении с освобождаемым от чрезмерной эстетизации техническим наследием дореволюционной графики в результате наметил новый путь советского графического искусства. Ориентация на конкретный реализм, данный в острой, соответствующей цели, назначению форме, — вот что явилось его сущностью» [20, с. 18].

Директивная брошюра председателя акционерного общества по патентованию и реализации изобретений Р. Дрюбина «Товарный знак и экспорт» (1931) со всей четкостью и определенностью указывала на необходимость профессионального подхода при разработке товарных знаков, потому что «лишь изобразительное искусство, будучи интернационально общедоступно, дает возможность создать товарные знаки с одинаковой эффективностью» для всех регионов [21, с. 37].

На протяжении 1920-х годов прикладная графика стала попадать в поле зрения критики и на страницах популярных массовых журналов. Здесь следует назвать публикации, представляющие большой интерес как документальные и весьма колоритные свидетельства эпохи: «Живой товар» ТЭЖЭ» Н. Асеева («Даешь», 1929), «Конфетные бумажки» М. Серпуховского («Красная нива», 1926), «Новое в массовой полиграфии (Художественное бюро Моссельпрома)» К. Юона («Красная нива», 1929), «Обои Ленполиграфа» Э. Голлербаха («Красная нива», 1929) [22–25].

Все критики были единодушны в том, что графика является могущественным средством распространения художественной культуры, что с ее помощью, пользуясь всеми возможностями, от уличного плаката до книжной иллюстрации, можно в огромном масштабе воспитывать вкус массового зрителя, прививать ему умение видеть произведения искусства, развивать художественные потенции, дремлющие в рабочем и крестьянине, украсить их жилища, вдохнуть тем самым любовь к искусству, заинтересовать, поднять массовую художественную культуру и привлечь массы к активному участию в развитии искусства.

Нельзя не отметить в публикациях 1920–1930-х годов присутствие ряда общих установок идеологического характера. На исходе НЭПа отзывы стали все чаще приобретать печать противоречивости, прослеживалась некоторая заданность и тенденциозность. Так, из одной публикации в другую кочуют вопрос о различии между социалистической и капиталистической рекламой и тезис о том, что в Советском Союзе даже торговый плакат есть часть общего политического и художественно-просветительского дела.

В известном сборнике «Изофронт» (1931), выпущенном творческим объединением «Октябрь», публикуется статья художника-практика Г. Горощенко «Советский товар и его агитпропаганда» [26]. Чуть позднее появляются его же рекомендательные материалы «Как работать над плакатом» и «Оформление упаковок» (1932) и статья П. Е. Дульского «Актуальная графика» (1935). Под термином «актуальная графика» автор подразумевал «производственную графику, которая является убедительной, яркой и в полиграфическом преломлении дает выразительные и синтетические художественно-четкие образы» [27, с. 16].

Период 1920-х — середины 1930-х годов отмечен большим количеством искусствоведческих публикаций. Критика способствовала выявлению основных художественных потенций дизайн-графики, ее специфики как одной из сфер проектного творчества, влияющей на формирование массового потребительского сознания и вкуса. Были созданы предпосылки для развития теории проектной графики, которые в силу объективных исторических обстоятельств не смогли быть реализованы. В течение почти двух десятилетий специально к вопросам проектной графики художественная критика и искусствознание не обращались.

Пути развития прикладной графики 1950–1990-х годов

Отсутствие проблемы функционирования прикладной графики, как и дизайна в целом, в 1940–1950-х годах позволило практически забыть не только о достижениях 1920-х, но и на время вообще не думать о путях развития современной прикладной графики, термин «дизайн» еще не был введен в искусствоведческий обиход.

Дальнейшее изучение графического дизайна после долгого перерыва было продолжено в 1960–1970-е годы. Первая волна общественного интереса приходится на рубеж 1950–1960-х годов. В ходу был термин «промышленная графика». С конца 1950-х годов стали проходить первые выставки промграфики в Москве и Ленинграде, которые предоставили новый материал для актуальных публикаций. Параллельно освещалось развитие художественного процесса в ведущих журналах: «Искусство» (И. Сапфилов, А. Гончаров), «Декоративное искусство СССР» (А. Павлинская, Ю. Халаминский, А. Абрамова, Э. Кузнецов, С. Есяян), «Творчество» (Е. Мурина), «Техническая эстетика» (Е. Григорян, Т. Гущева, В. Ляхов, Ю. Ходьков и др.) [28–37].

В это время появляются первые учебно-методические пособия Г. Т. Горощенко (1961), выходит библиографический указатель Р. П. Повилейко «Промышленная реклама, графика, упаковки» (1967) [38].

В 1964 г. А. Абрамова в статье «Традиции советской промграфики» отмечала: «Впервые за все годы своего существования искусство прикладной графики получило наконец “права гражданства” наравне с остальными видами изобразительного искусства. Сначала в залах Академии художеств СССР, а затем в Центральном выставочном зале была открыта первая выставка прикладной графики. То ли потому, что не сложились традиции таких выставок (кстати говоря, чрезвычайно полезных и интересных), то ли потому, что история развития прикладной графики в СССР не только никем не написана, но еще в достаточной мере не изучена, на выставке было (я имею в виду ретроспективный ее раздел) много досадных пробелов» [31, с. 18]. «Досадные пробелы» как раз и говорили о малой изученности вопроса, в этой же статье работа А. Родченко — обложка каталога для выставки декоративного искусства в Париже (1925) — указывалась как работа неизвестного мастера.

Особое место по своему значению в процессе исследования, систематизации и публикации материалов по истории советской рекламной графики и ее проблемам можно отвести работам В. Н. Ляхова, прежде всего двум подготовленным им альбомам: «Советский рекламный плакат. 1917–1932. Торговая реклама. Зрелищная реклама» (1972), «Советский рекламный плакат и рекламная графика. 1933–1973» (1977), — и большому количеству критических статей [39–42].

Рядом с трудами В. Н. Ляхова по значимости можно поставить и публикации искусствоведа ленинградской школы А. П. Павлинской [43; 44]. Их вклад в область изучения рекламной графики трудно переоценить. В совокупности труды В. Н. Ляхова и А. П. Павлинской подготовили почву для дальнейшего всестороннего изучения такого многопланового явления, как графическая проектная культура. Исследуя ее художественную и функциональную природу, они определили критерии оценки изучаемого материала, принципы его формообразования и поэтики, наметили перспективы будущего научного исследования истории графического дизайна.

За счет проблематики, связанной с графическим дизайном, обогащалась и тематика общенаучных конференций по дизайну в целом. Вопросы дизайнерского творчества соседствовали с анализом и поисками в сфере образования.

Приобщение к достижениям зарубежной дизайн-графики на протяжении 1960–1970-х годов имело место в публикациях В. Глазычева «О путях развития зарубежной промышленной графики» (1966), Л. Жадовой «О дизайн-графике и дизайн-изданиях за рубежом» (1966), А. Дижера «Фирменный стиль» (1970), В. Аро-

нова «Прикладная графика в ГДР» (1977) и др. [45–48]. Эти немногочисленные материалы помогли выявить общие проблемы мирового профессионального сообщества в графическом дизайне, сопоставить отечественную и зарубежную практику.

Но благоприятных условий для всестороннего исторического освещения данной темы по-прежнему не было. Первая попытка заговорить о дореволюционной прикладной графике была сделана в 1978 г. в новаторской монографии М. Э. Гизе «Очерки истории художественного конструирования в России XVIII — начала XX века», где в одной из глав убедительно показывалась необходимость возникновения рекламной графики в России конца XIX в. и воспроизводилось несколько ее образцов [49].

Разработка современной теории в графическом дизайне была положена научными исследованиями И. П. Лукшина «Рекламная графика. Социальный и эстетический анализ» (1970), Е. В. Черневич «Исследование языка графического дизайна» (1975), Г. А. Арамяна «Проблемы функциональности визуального текста» (1979). Уже И. П. Лукшину удается обозначить связь дизайн-графики с промышленным дизайном на всех стадиях проектирования и производства. Он выводит общность законов двух подсистем в единой проектной культуре, условия, детерминирующие творчество графика-дизайнера, и формулирует вывод о том, что промышленная графика «есть вид дизайна как творческой деятельности по нахождению оптимальной формы рекламного сообщения» [VII].

Для своего времени большое значение в осмыслении теории графического дизайна имела работа Е. В. Черневич [VIII]. В ней была поставлена проблема анализа массовой визуальной коммуникации, давшая возможность подойти с этой точки зрения к анализу художественного языка дизайн-графики. Автор исследовала профессиональные средства графического дизайна уже как специфической системы, способы освоения, функционирования и применения профессиональных средств которой имеют свои особенности. В работе была рассмотрена деятельность дизайнера-графика как визуального коммуникатора, предложена типология приемов визуализации, характерных для графического дизайна в целом.

Начиная с 1960-х годов проявляется интерес к упаковке как к одной из форм дизайн-графики. Г. Арамян впервые исследовал проблему функциональности визуального текста в связи с точной ориентацией на производство упаковки. Показав значение отдельных элементов визуального текста, он выделил в качестве его составляющих элементов три типа изображений — документальный, ассоциативный и опосредованный [IX]. При всей значимости названных исследований следует сказать о присутствии им теоретическом универсализме, мало связанном тогда с актуальной практикой.

На это обстоятельство указывал и С. И. Серов, заявивший о необходимости иного взгляда на профессию, учитывающего прежде всего динамику графического дизайна в контексте проектной культуры в исследовании «Стилевые процессы в современном графическом дизайне. 1960–1980-е гг.» (1990) [X]. Ограничив свое исследование хронологическими рамками 1960–1980-х годов, автор впервые на конкретном материале формулирует представление о стилиевых процессах в развитии графического дизайна, способствуя тем самым формированию и расширению профессиональных представлений о росте творческого самосознания, совершенствовании художественной критики и экспертизы.

Следует упомянуть и о других научных исследованиях: «Формирование коммуникативных свойств графического языка дизайна» (1989) Г. М. Бреньковой, «Проблема “фирменного стиля” (исторические, художественно-стилевые и организационные аспекты)» (1991) А. М. Сергеева, «Принципы структурообразования двумерных объектов графического дизайна» (1994) Н. А. Павловой [XI–XIII]. А. Сергеев усматривал, что связь «стиля» и «фирмы» обусловлена решением комплекса задач, гарантирующих товарный эффект массовой продукции на стадиях проектирования, производства и сбыта, а также качество коммерческих услуг, предоставляемых различного рода сервисными организациями. Упрощенный внешний вид этой проблемы выступал как задача «графически знаковой идентификации фирмы». Важно отметить, что А. М. Сергеев, характеризуя границы своего исследования, охватывал значительный исторический период XVIII–XX вв. в русской и советской промышленности России и СССР.

Период 1950–1990-х годов ознаменовался завершением самоопределения проектной графики в дизайнерском творчестве. Были восстановлены исторические связи и творческая преемственность в графическом проектировании, обретен профессиональный статус в художественном образовании, выработан современный графический язык, расширены горизонты творческого видения и новых возможностей дизайн-графики (В. Аронов, А. Лаврентьев) [50; 51]. Параллельно в этот период развития графического дизайна закладывались основы фундаментальных искусствоведческих исследований 1990-х годов В. Аронова, Н. Бесчастнова, О. Генисаретского, М. Гизе, К. Кондратьевой, К. Кантора, А. Лаврентьева, Е. Лазарева, В. Сидоренко, В. Тасалова и др. Намеченные в них многообразные аспекты изучения дизайна, гуманизация культуры и эстетика дизайнерского творчества, теоретические концепции дизайна, традиции и эксперимент в отечественном дизайне открыли горизонты дальнейшим исследованиям уже на пороге XXI столетия.

Научные горизонты в начале нового тысячелетия

Проблемы проектно-методологического и теоретического характера, их эстетическая специфика, возрастающая визуализация информации, появление принципиально новой цифровой среды для графического проектирования способствовали дальнейшим искусствоведческим исследованиям. Наметилось формирование московской и петербургской научных школ, которое проявилось всплеском научного интереса к различным аспектам бытования жанров дизайн-графики. Были исследованы история самоопределения графического дизайна в проектной культуре России (1880–1980-е годы) и проектно-художественная эволюция русской инфографики (XIX–XX вв.), особенности функционирования жанров графического дизайна в прошлом и в современных условиях (Э. Глинтерник, В. Лаптев, Ю. Ерохина [XIV–XVI]).

Обозначилось несколько тематических направлений в научных исследованиях, связанных с текущей повседневной практикой графического проектирования. Один из блоков научных исследований был посвящен проблемам книжного дизайна и тенденциям формирования дизайн-концепций в постсоветский период конца XX — начала XXI в., дизайну учебной книги в России на примере азбук и букварей, анализу структурно-композиционных и визуально-образных средств графическо-

го дизайна в газете, стилеобразующей роли структуры журнального издания, особенностям дизайна рекламно-информационных листовок, листовочных брошюр и т. д. (О. Кобытов, В. Андреева, Е. Хоменко, О. Рожнова, Е. Дергилёва [XVII–XXI]).

Другая часть исследователей стала продолжать и расширять поле изысканий в области потребительской упаковки и этикетки (М. Бирюкова, Т. Лемешко, Д. Денисов [XXII–XXIV]). Как отмечалось, «обилие и разнообразие видов современной упаковки заставляет задуматься о степени влияния традиций на современный дизайн и соотношение проектных и культурно-исторических подходов в формировании различных культур потребления» [XXII, с. 3].

В ряде работ были творчески переосмыслены этнокультурные основы в практике современной региональной дизайн-графики, рассмотрено наследие национальных художественных школ Поволжья и Урала (Н. Герасимов, М. Ахмадуллин [XXV; XXVI]).

В течение нескольких десятилетий дизайн-графика значительно расширила жанровую палитру, стали востребованы новые виды графического проектирования, такие как визуальная идентификация бренда (айдентика) и проектно-художественное моделирование инфографики (Т. Габриэлян, С. Остриков [XXVII; XXVIII]).

Впервые в поле зрения молодых исследователей оказалась новаторская проблематика, связанная с компьютерными средствами визуальной информации и проектированием в мультимедийной среде (М. Филиппов, М. Демидова, А. Зырянова и др. [XXIX–XXXI]).

Стал использоваться междисциплинарный подход при выявлении современной научно-теоретической основы исследования графического дизайна с точки зрения средств и приемов образной выразительности при работе с текстовой информацией (Е. Лаврентьева [XXXII]). В этой связи в настоящее время актуальны вопросы исследования жанровой структуры дизайн-графики в зависимости от условий тиражирования художественного образа, закономерностей проявления функционального начала в художественной форме и стилистических связей с формальным языком каждой историко-культурной эпохи.

Анализ источников позволяет сделать вывод о понимании и осмыслении социокультурной значимости и эстетической сущности дизайн-графики как проектной деятельности уже на этапе становления в конце XIX в. Исследование развития графического дизайна на протяжении XIX–XXI вв. показало, что этот процесс сопровождался тесным взаимодействием с конкретной социально-экономической и культурной средой. Последовательное формирование автономной профессиональной сферы с собственными функциональными и эстетическими принципами сопровождалось осмыслением актуальной практики как важной составляющей в истории российской художественной культуры и дизайна.

Можно сделать вывод о том, что развитие российской дизайн-графики отразилось в специальной литературе с разной степенью полноты: от первых выставочных рецензий конца XIX в. к многообразным, порой откровенно декларативным и тенденциозным брошюрам 1920–1930-х годов и позднее — в 1960–1990-х годах и на рубеже нового тысячелетия — до фундаментальных научных трудов по исследованию сущности и диалектики графического дизайна как явления проектной культуры.

Литература

1. Глинтерник, Элеонора. “Российская прикладная графика XVIII — середины XIX вв. как период предыстории отечественной дизайн-графики”. *Дизайн. Материалы. Технология*, no. 3/23 (2012): 93–7.
2. Черневич, Елена. “Графический дизайн”. В изд. *Книговедение: энциклопедический словарь*, гл. ред. Михаил Сикорский, 156. М.: Советская энциклопедия, 1982.
3. Глинтерник, Элеонора. “Эволюция понятий и формирование терминологического аппарата в российской дизайн-графике XIX — начала XX веков”. *Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 2: Искусствоведение. Филологические науки*, no. 2 (2020): 36–42.
4. Проница, Инна. *Декоративное искусство в Академии художеств. Из истории русской художественной школы XVIII — первой половины XIX в.* М.: Изобразительное искусство, 1983.
5. Бауэр, Фридрих. *Руководство для наборщиков*. Пер. Владимир Анисимов и Теодор Шиварс. СПб.: Т-во Р. Голике и А. Вильборг, 1911.
6. Марсеру, Павел, сост. *Международная выставка художественных афиш. Каталог*. СПб.: типолит. Голике, 1897.
7. Кнебель, Иосиф, сост. *Каталог первой международной выставки художественных афиш в Москве в здании Строгановского училища технического рисования*. М.: б. и., 1898.
8. *Международная выставка художественных афиш и плакатов: каталог*. Киев: б. и., 1900.
9. Сомов, Андрей. “Плакат художественный”. В изд. Брокгауз, Фридрих Арнольд, и Илья Ефрон. *Энциклопедический словарь*, ред. Иван Андреевский, 797–8. 86 томов. СПб.: тип. акционер. о-ва “Брокгауз-Ефрон”, 1898, т. 23 А: Петропавловский — Поватажное.
10. Глинтерник, Элеонора. “Визуально-графическая коммуникация в контексте художественной критики на рубеже XIX–XX веков”. *Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Серия 2: Искусствоведение. Филологические науки*, no. 1 (2016): 19–24.
11. Леман, Иосиф, предисл. *Искусство в книге и плакате. Выставка при Всероссийском съезде художников. Декабрь 1911 — январь 1912: каталог*. СПб.: Академия художеств, 1912.
12. Русское художественно-промышленное общество. *Выставка конкурса художественных плакатов Русско-американской линии Русского Восточно-Азиатского пароходства*. Пг.: тип. и цинког. Э. Фришмут, 1916.
13. Славенсон, Вера. “Современный плакат”. *Русская мысль*, no. 3–4 (1917): 81–94.
14. Сидоров, Алексей. “Искусство плаката”. *Горн*, no. 2/7 (1922): 122–7.
15. Сидоров, Алексей. “Русская графика за годы революции”. *Печать и революция*, кн. 7 (1922): 100–39.
16. Тарабукин, Николай. *Искусство дня. Что нужно знать, чтобы сделать плакат, лубок, рекламу, смонтировать книгу, газету, афишу и какие возможности открывает фотомеханика*. М.: [Всероссийский пролеткульт], 1925.
17. Охочинский, Владимир. *Плакат и реклама после Октября: путеводитель по выставке*. Л.: Выставочный комитет, 1926.
18. Охочинский, Владимир. “Ленинградское общество библиофилов (1925 — январь — 1928)”. В изд. *Альманах библиофила*, 347–98. Л.: Ленинградское общество библиофилов, 1929.
19. Воинов, Всеволод, Иван Галактионов, Эрих Голлербах, Владимир Охочинский, Мирон Рославлев, Василий Самойлов, Дмитрий Митрохин. *Графическое искусство в СССР. 1917–X–1927: сборник статей. Выставка в залах Академии художеств: каталог выставки*. Л.: б. и., 1927.
20. Земенков, Борис. *Графика в быту*. М.: АХР, 1930.
21. Дрюбин, Рафаил. *Товарный знак и экспорт*. М.: Тверская гостип. им. К. Маркса, 1931.
22. Асеев, Николай. “Живой товар” ТЭЖЭ”. *Даешь*, no. 3 (1929): 17.
23. Серпуховской, Михаил. “Конфетные бумажки. Очерк”. *Красная нива*, no. 4. (1926): 18.
24. Юон, Константин. “Новое в массовой полиграфии. (Художественное бюро Моссельпрома)”. *Красная нива*, no. 12 (1929): 20.
25. Голлербах, Эрих. “Обои Ленполиграфа”. *Красная нива*, no. 48 (1929): 20.
26. Горощенко, Глеб. “Советский товар и его агитпропаганда”. В изд. *Изофронт. Классовая борьба на фронте пространственных искусств: сборник статей объединения “Октябрь”*, ред. Павел Новицкий, 105–16. М.; Л.: ОГИЗ; ИЗОГИЗ, 1931.

27. Дульский, Петр. *Актуальная графика*. Казань: Изд. Татполиграфшколы ФЗУ, 1935.
28. Гончаров, Андрей. “За высокую художественную культуру промграфики”. *Искусство*, no. 6 (1961): 47–52.
29. Павлинская, Алла. “Ленинградская промышленная графика”. *Декоративное искусство СССР*, no. 11 (1959): 25–9.
30. Халаминский, Юрий. “Промграфика: каталоги, проспекты. К выставке прикладной графики”. *Декоративное искусство СССР*, no. 4 (1961): 3–6.
31. Абрамова, Алина. “Традиции советской промграфики”. *Декоративное искусство СССР*, no. 3 (1964): 18–21.
32. Кузнецов, Эраст. “О Третьей выставке прикладной графики”. *Декоративное искусство СССР*, no. 11 (1966): 40.
33. Есаян, Сергей. “Выставка московской промграфики”. *Декоративное искусство СССР*, no. 4 (1968): 25–9.
34. Мурина, Елена. “Прикладная графика”. *Творчество*, no. 2 (1964): 9–13.
35. Григорян, Елизавета. “Товарные знаки”. *Техническая эстетика*, no. 7 (1967): 18–9.
36. Ляхов, Воля. “Фирменный стиль и художественное конструирование”. *Техническая эстетика*, no. 5 (1968): 8–9.
37. Ходьков, Юрий. “Классификация товарных знаков”. *Техническая эстетика*, no. 5 (1969): 17–22.
38. Повилейко, Рюрик. *Промышленная реклама, графика, упаковка*. Новосибирск: б. и., 1967.
39. Ляхов, Воля, сост. *Советский рекламный плакат. 1917–1932. Торговая реклама. Зрелищная реклама*. М.: Советский художник, 1972.
40. Ляхов, Воля, вступ. ст. *Советский рекламный плакат и рекламная графика. 1933–1973: альбом*. М.: Советский художник, 1977.
41. Савостюк, Олег, и Борис Успенский. “Проблемы плакатного дела. (Беседа в мастерской)”. В изд. Ляхов, Воля. *Искусство книги: избранные историко-теоретические и критические работы*, сост. Григорий Стернин, вступ. ст. Алексей Сидоров, 68–74. М.: Советский художник, 1978.
42. Ляхов, Воля. “Прикладная графика”. В изд. Ляхов, Воля. *Искусство книги: избранные историко-теоретические и критические работы*, сост. Григорий Стернин, вступ. ст. Алексей Сидоров, 107–23. М.: Советский художник, 1978.
43. Павлинская, Алла. *Графика вокруг нас. О творчестве ленинградских мастеров промышленной графики*. Л.: Художник РСФСР, 1962.
44. Павлинская, Алла. *Товарный знак: альбом*. Л.: Художник РСФСР, 1974.
45. Глазычев, Вячеслав. “О путях развития зарубежной промышленной графики”. *Техническая эстетика*, no. 4 (1966): 17–21.
46. Жадова, Лариса. “О дизайн-графике и дизайн-изданиях за рубежом”. *Техническая эстетика*, no. 5 (1966): 34–5.
47. Дижур, Александр. *Фирменный стиль: обзор*. М.: б. и., 1970.
48. Аронов, Владимир. “Прикладная графика в ГДР”. В изд. *Советская графика 75–76: сборник статей*, сост. В. Шевелева, 264–5. М.: Советский художник, 1977.
49. Гизе, Мариэтта. *Очерки истории художественного конструирования в России XVIII — начала XX века*. Л.: Изд-во ЛГУ, 1978.
50. Аронов, Владимир. “Фирменный стиль Моссельпрома в Советской России 20–30-х годов”. В изд. *Техническая эстетика: Труды ВНИИТЭ*, отв. ред. Е. Сидорина, 91–108. М.: б. и., 1989, вып. 59: Страницы истории отечественного дизайна.
51. Лаврентьев, Александр. *Лаборатория конструктивизма: опыты графического моделирования*. М.: Грантъ, 2000.

Источники

- I. Гизе, Мариэтта. “Зарождение и развитие художественного конструирования в России XVIII — начале XX в.” Дис. д-ра искусствоведения, Московский государственный художественно-промышленный университет им. С. Г. Строганова, 1997.
- II. *Материалы для истории Императорской Академии наук*. 10 томов. СПб.: тип. Императорской академии наук, 1897, т. 9: 1748–1749 (январь — май).
- III. “Международная выставка художественных афиш”. *Живописное обозрение*, no. 51 (1897): 908–9.

- IV. “К вопросу о развитии эстетического вкуса у ремесленного и мастерового люда”. *Вестник графических искусств*, no. 5 (1897): 51–52.
- V. “От редакции”. *Искусство и печатное дело*, no. 3 (1909): 24.
- VI. Чуйко, Владимир. “Выставка художественных афиш”. *Всемирная иллюстрация* 58, no. 1506 (1897): 576–80.
- VII. Лукшин, Игорь. “Рекламная графика. Социальный и эстетический анализ”. Автореф. дис. канд. филос. наук, Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, 1970.
- VIII. Черневич, Елена. “Исследование языка графического дизайна”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики Государственного Комитета Совета Министров СССР по науке и технике, 1975.
- IX. Арамян, Гурген. “Проблемы функциональности визуального текста”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики Государственного Комитета Совета Министров СССР по науке и технике, 1979.
- X. Серов, Сергей. “Стилевые процессы в современном графическом дизайне. 1960–1980-е гг.” Автореф. дис. канд. искусствоведения, Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики Государственного комитета СССР по науке и технике, 1990.
- XI. Бренькова, Галина. “Формирование коммуникативных свойств графического языка дизайна”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Московское ордена Трудового Красного Знамени высшее художественно-промышленное училище [б. Строгановское], 1989.
- XII. Сергеев, Александр. “Проблема ‘фирменного стиля’ (исторические, художественно-стилевые и организационные аспекты)”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики Государственного комитета СССР по науке и технике, 1991.
- XIII. Павлова, Надежда. “Принципы структурообразования двумерных объектов графического дизайна”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Санкт-Петербургское высшее художественно-промышленное училище им. В. И. Мухиной, 1994.
- XIV. Глинтерник, Элеонора. “Историческое самоопределение графического дизайна в проектной культуре России (1880–1980-е гг.)”. Автореф. дис. д-ра искусствоведения, Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия, 2001.
- XV. Лаптев, Владимир. “Проектно-художественная эволюция русской инфографики (XIX–XX вв.): зарождение, становление, развитие”. Автореф. дис. д-ра искусствоведения, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2018.
- XVI. Ерохина, Юлия. “Российский киноплакат как феномен графического дизайна (1890–1940-е гг.)”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Санкт-Петербургский государственный университет технологии и дизайна, 2008.
- XVII. Корытов, Олег. “Проблемы книжного дизайна и тенденции формирования дизайн-концепций в постсоветский период конца XX — начала XXI вв.” Автореф. дис. канд. искусствоведения, Всероссийский научно-исследовательский институт технической эстетики, 2005.
- XVIII. Андреева, Вера. “Дизайн учебной книги в России (художественно-техническое оформление азбук и букварей: история и современная практика)”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Санкт-Петербургский государственный университет технологии и дизайна, 2006.
- XIX. Хоменко, Елена. “Структурно-композиционные и визуально-образные средства графического дизайна в газете”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Московский государственный художественно-промышленный университет им. С. Г. Строганова, 2005.
- XX. Рожнова, Ольга. “Тенезис журнальной формы. Стилеобразующая роль структуры издания”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Московский государственный художественно-промышленный университет им. С. Г. Строганова, 2007.
- XXI. Дергилёва, Евдокия. “Дизайн рекламно-информационных листовок и листовочных брошюр”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина, 2016.
- XXII. Бирюкова, Мария. “Традиции и современность в дизайне упаковок (на примере винной упаковки)”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Московский государственный художественно-промышленный университет им. С. Г. Строганова, 2004.
- XXIII. Лемешко, Татьяна. “Графический дизайн полиграфической упаковки (история, теория, практика)”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Всероссийский научно-исследовательский институт технической эстетики, 2006.

- XXIV. Денисов, Денис. “Дизайн этикетов и ярлыков для изделий текстильной и легкой промышленности”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Московский государственный текстильный университет им. А. Н. Косыгина, 2010.
- XXV. Герасимов, Никита. “Этнокультурные основы в практике современной региональной дизайн-графики (на примере Северо-Запада России)”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия, 2005.
- XXVI. Ахмадуллин, Марс. “Дизайн арабоалфавитной печатной продукции Поволжья и Урала (конец XIX — начало XX в.)”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Санкт-Петербургский государственный университет технологии и дизайна, 2011.
- XXVII. Габриэлян, Тигран. “Концептуальная модель визуальной идентификации бренда в графическом дизайне”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Московская государственная художественно-промышленная академия им. С. Г. Строганова, 2016.
- XXVIII. Остриков, Сергей. “Проектно-художественное моделирование инфографики: теоретические основы и принципы”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Московская государственная художественно-промышленная академия им. С. Г. Строганова, 2014.
- XXIX. Филиппов, Максим. “Компьютерные средства визуальной информации в современной графической культуре. ‘Скрин-дизайн’: эволюция, основные характеристики, структура”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия, 2003.
- XXX. Демидова, Мальвина. “Проектирование визуально-звуковой композиции в дизайне мультимедиа”. Автореф. дис. канд. искусствоведения. Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия, 2006.
- XXXI. Зырянова, Анна. “Композиция мультимедийной презентации”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия им. А. Л. Штигица, 2011.
- XXXII. Лаврентьева, Екатерина. “Текст и контекст в графическом дизайне: актуальные проблемы и тенденции визуализации текста”. Автореф. дис. канд. искусствоведения, Московский государственный художественно-промышленный университет им. С. Г. Строганова, 2008.

Статья поступила в редакцию 13 июля 2021 г.;
рекомендована к печати 14 ноября 2022 г.

Контактная информация:

Глентерник Элеонора Михайловна — д-р искусствоведения, проф.; e.glinternik@spbu.ru

Russian Design Graphics in Art Studies of the 19th–21st Centuries*

E. M. Glinternik

St. Petersburg State University,
7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation
Research Institute of Theory and History of Fine Arts of the Russian Academy of Arts,
21, Prechistenka ul., Moscow, 119034, Russian Federation

For citation: Glinternik, Eleonora. “Russian Design Graphics in Art Studies of the 19th–21st Centuries”. *Vestnik of Saint Petersburg University. Arts* 13, no. 1 (2023): 166–187.
<https://doi.org/10.21638/spbu15.2023.108> (In Russian)

The article is devoted to the historiographic problem of domestic design graphics in the history of Russian art. The analysing sources are structured in accordance with the main stages of the development of graphic design in Russia. This approach allows to visually trace the evolution of art history in the context of the corresponding cultural and historical era. In chronological order, the article examines the following periods: 18th — early 20th century, an

* The article was prepared as part of the implementation of the Russian Foundation for Basic Research grant Expansion_2020 scientific project no. 20-112-50364 (RFBR grant, “Expansion” competition, 2020).

era that can be called the protodesign period; 1920s–1930s, a period of active development of a new professional model, interrupted for the next twenty years; 1960s–1990s, a period of professional self-determination; the first decades of the 21st century, when the digital age begins and new horizons of research open up. The characteristics of each period are given from the point of view of the development of graphic design as a phenomenon of artistic creativity. The paper's novelty is determined by the topic itself: the specifics of design in general and graphic design in particular have not yet been studied. It takes into account, basically, the range of problems studied in the Russian conventional history of art. The main tasks of the work: to show the path of development of art criticism in the work of Russian researchers; to systematize the volume and problems of the latest studies of art history over the past decades; to contribute to the formation of a more complete picture of the authors and the amount of accumulated research material. The article shows the path of development of art criticism in the work of Russian researchers — from artistic-critical to historical-theoretical comprehension throughout the 19th and 21st centuries. The foundations of fundamental research of the late 20th — early 21st century are revealed and systematized for the first time.

Keywords: history of graphic design, theory of graphic design, historiography of design graphics, Russian graphic design, visual communication, Russian design graphics.

References

1. Glinternik, Eleonora. "Russian Applied Graphics of the 18th — mid-19th Centuries as a Period of the Prehistory of Russian Design Graphics". *Dizain. Materialy. Tekhnologiya*, no. 3/23 (2012): 93–7. (In Russian)
2. Chernevich, Elena. "Graphic Design". In *Knigovedenie: entsiklopedicheskii slovar'*, chief ed. Mikhail Sikorskii, 156. Moscow: Sovetskaia entsiklopediia Publ., 1982. (In Russian)
3. Glinternik, Eleonora. "Evolution of Concepts and Formation of Terminological Apparatus on the Russian Design Graphics in the 19th — the beginning of the 20th Centuries". *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta tekhnologii i dizaina. Seriya 2: Iskusstvovedenie. Filologicheskie nauki*, no. 2 (2020): 36–42. (In Russian)
4. Pronina, Inna. *Decorative Art at the Academy of Fine Arts: From the History of the Russian Art School of the 18th — First Half of the 19th Century*. Moscow: Izobrazitel'noe iskusstvo Publ., 1983. (In Russian)
5. Bauer, Fridrikh. *Typesetter's Guide*. Rus. ed. Transl. by Vladimir Anisimov and Teodor Shivars. St Petersburg: T-vo R. Golike i A. Vil'borg Publ., 1911. (In Russian)
6. Marseru, Pavel, comp. *International Exhibition of Art Posters. Catalog*. St Petersburg: tipo-lit. Golike Publ., 1897. (In Russian)
7. Knebel', Iosif, comp. *Catalog of the First International Exhibition of Art Posters in Moscow in the Building of the Stroganov School of Technical Drawing*. Moscow: s. n., 1898. (In Russian)
8. *International Exhibition of Art Affiches and Posters: Catalog*. Kiev: s. n., 1900. (In Russian)
9. Somov, Andrei. "Art Poster". In Brokgauz, Fridrikh Arnold', and Il'fa Efron. *Entsiklopedicheskii slovar'*, ed. by Ivan Andreevskii, 797–8. 86 vols. St Petersburg: tip. aktsionernogo obshchestva Brokgauz-Efron Publ., 1898, vol. 23 A: Petropavlovskii — Povatazhnoe. (In Russian)
10. Glinternik, Eleonora. "Visual and Graphic Communication in the Context of Art Criticism at the Turn of the 19th–20th Centuries". *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta tekhnologii i dizaina. Seriya 2: Iskusstvovedenie. Filologicheskie nauki*, no. 1 (2016): 19–24. (In Russian)
11. Leman, Iosif, foreword. *Art in a Book and a Poster. Exhibition at the All-Russian Congress of Artists. December 1911 — January 1912: Catalog*. St Petersburg: Akademiia khudozhestv Publ., 1912. (In Russian)
12. Russkoe khudozhestvenno-promyshlennoe obshchestvo. *Exhibition of the Art Posters Competition of the Russian-American Line of the Russian East Asian Shipping Company*. Petrograd: tip. i tsinkog. E. Frishmut Publ., 1916. (In Russian)
13. Slavenson, Vera. "Modern Poster". *Russkaia mys'*, no. 3–4 (1917): 81–94. (In Russian)
14. Sidorov, Aleksei. "Poster Art". *Gorn*, no. 2/7 (1922): 122–7. (In Russian)
15. Sidorov, Aleksei. "Russian Graphics During the Years of the Revolution". *Pechat' i revoliutsiia*, bk. 7 (1922): 100–39. (In Russian)

16. Tarabukin, Nikolai. *Art of the Day. What you Need To Know to Make a Poster, Lubok, Advertisement, a Layout for a Book, Newspaper, Poster And What Opportunities Photomechanics Opens Up*. Moscow: [Vserossiiskii proletkul't] Publ., 1925. (In Russian)
17. Okhochinskii, Vladimir. *Poster and Advertising after October: A Guide to the Exhibition*. Leningrad: Vystavochnyi komitet Publ., 1926. (In Russian)
18. Okhochinskii, Vladimir. "Leningrad Society of Bibliophiles (1925 — January — 1928). Materials for the History of Russian Graphics". In *Al'manakh bibliofilov*, 347–98. Leningrad: Leningradskoe obshchestvo bibliofilov Publ., 1929. (In Russian)
19. Voinov, V., I. Galaktionov, E. Gollerbakh, V. Okhochinskii, M. Roslavlev, V. Samoilov, and D. Mitrokhin. *Graphic Art in the USSR. 1917-X-927: Collection of Articles. Exhibition in the Halls of the Academy of Arts: Exhibition Catalog*. Leningrad: s. n., 1927. (In Russian)
20. Zemenkov, Boris. *Graphics in Everyday Life*. Moscow: AKhR Publ., 1930. (In Russian)
21. Driubin, Rafail. *Trademark and Export*. Moscow: Tverskaia gostip. im. K. Marksa Publ., 1931. (In Russian)
22. Aseev, Nikolai. "Living Goods' TEZhe (Trust Fatness)". *Daesh'*, no. 3 (1929): 17. (In Russian)
23. Serpukhovskoi, Mikhail. "Candy Papers. Feature Article". *Krasnaia niva*, no. 4. (1926): 18. (In Russian)
24. Iuon, Konstantin. "New in Mass Printing. (Mosselprom Art Bureau)". *Krasnaia niva*, no. 12 (1929): 20. (In Russian)
25. Gollerbakh, Erikh. "Lenpoligraf Wallpaper". *Krasnaia niva*, no. 48 (1929): 20. (In Russian)
26. Goroshchenko, Gleb. "Soviet Goods and Their Propaganda". In *Izofront. Klassovaia bor'ba na fronte prostranstvennykh iskusstv: sbornik statei ob'edineniia "Oktiabr"*, ed. by Pavel Novitskii, 105–16. Moscow; Leningrad: OGIZ Publ.; IZOGIZ Publ., 1931. (In Russian)
27. Dul'skii, Petr. *Actual Graphics*. Kazan: Tatpoligrafshkoly FZU Publ., 1935. (In Russian)
28. Goncharov, Andrei. "For the High Artistic Culture of Industrial Graphics". *Iskusstvo*, no. 6 (1961): 47–52. (In Russian)
29. Pavlinskaia, Alla. "Leningrad Industrial Graphics". *Dekorativnoe iskusstvo SSSR*, no. 11 (1959): 25–9. (In Russian)
30. Khalaminskii, Iurii. "Industrial Graphics: Catalogs, Brochures. To the Exhibition of Applied Graphics". *Dekorativnoe iskusstvo SSSR*, no. 4 (1961): 3–6. (In Russian)
31. Abramova, Alina. "Traditions of Soviet Industrial Graphics". *Dekorativnoe iskusstvo SSSR*, no. 3 (1964): 18–21. (In Russian)
32. Kuznetsov, Erast. "About the Third Exhibition of Applied Graphics". *Dekorativnoe iskusstvo SSSR*, no. 11 (1966): 40. (In Russian)
33. Esaian, Sergei. "Exhibition of Moscow Industrial Graphics". *Dekorativnoe iskusstvo SSSR*, no. 4 (1968): 25–9. (In Russian)
34. Murina, Elena. "Applied Graphics". *Tvorchestvo*, no. 2 (1964): 9–13. (In Russian)
35. Grigorian, Elizaveta. "Trademarks". *Tekhnicheskaiia estetika*, no. 7 (1967): 18–9. (In Russian)
36. Liakhov, Volia. "Corporate Identity and Artistic Design". *Tekhnicheskaiia estetika*, no. 5 (1968): 8–9. (In Russian)
37. Khod'kov, Yurii. "Classification of Trademarks". *Tekhnicheskaiia estetika*, no. 5 (1969): 17–22. (In Russian)
38. Povileiko, Riurik. *Industrial Advertising, Graphics, Packaging*. Novosibirsk: s. n., 1967. (In Russian)
39. Liakhov, Volia, comp. *Soviet Advertising Poster. Commercial Advertisement. Entertainment Advertisement. 1917–1932*. Moscow: Sovetskii khudozhnik Publ., 1972. (In Russian)
40. Liakhov, Volia, introd. art. *Soviet Advertising Poster and Advertising Graphics. 1933–1973: Album*. Moscow: Sovetskii khudozhnik Publ., 1977. (In Russian)
41. Savostiuk, Oleg, and Boris Uspenskii. "Problems of the Poster Craft. (Conversation in the Workshop)". In Liakhov, Volia. *Iskusstvo knigi: izbrannye istoriko-teoreticheskie i kriticheskie raboty*, comp. by G. Sternin, introd. art. by A. Sidorov, 68–74. Moscow: Sovetskii khudozhnik Publ., 1978. (In Russian)
42. Liakhov, Volia. "Applied Graphics". In Liakhov, Volia. *Iskusstvo knigi: izbrannye istoriko-teoreticheskie i kriticheskie raboty*, comp. by G. Sternin, introd. art. by A. Sidorov, 107–23. Moscow: Sovetskii khudozhnik Publ., 1978. (In Russian)
43. Pavlinskaia, Alla. *Graphics Around Us. About the Work of the Leningrad Masters of Industrial Graphics*. Leningrad: Khudozhnik RSFSR Publ., 1962. (In Russian)
44. Pavlinskaia, Alla. *Trademark: Album*. Leningrad: Khudozhnik RSFSR Publ., 1974. (In Russian)
45. Glazychev, Viacheslav. "On the Ways of Development of Foreign Industrial Graphics". *Tekhnicheskaiia estetika*, no. 4 (1966): 17–21. (In Russian)

46. Zhadova, Larisa. "About Design Graphics and Design Publications Abroad". *Tekhnicheskaiia estetika*, no. 5 (1966): 34–5. (In Russian)
47. Dizhur, Aleksandr. *Corporate Identity: Overview*. Moscow: s. n., 1970. (In Russian)
48. Aronov, Vladimir. "Applied Graphics in the GDR". In *Sovetskaia grafika 75–76: sbornik statei*, comp. by V. Sheveleva, 264–5. Moscow: Sovetskii khudozhnik Publ., 1977. (In Russian)
49. Gize, Marietta. *Essays on the History of Russian Artistic Design in the 18th — the Beginning of the 20th Century*. Leningrad: Izd-vo LGU Publ., 1978. (In Russian)
50. Aronov, Vladimir. "Mosselprom Corporate Identity in Soviet Russia of the 1920-30s". In *Tekhnicheskaiia estetika: Trudy VNIITE*, ed. by E. Sidorina, 91–108. Moscow: s. n., 1989, iss. 59: Stranitsy istorii otechestvennogo dizaina. (In Russian)
51. Lavrentev, Aleksandr. *Laboratory of Constructivism: Graphic Modeling Experiments*. Moscow: Grant Publ., 2000. (In Russian)

Sources

- I. Gize, Marietta. "The Origin and Development of Artistic Design in Russia from the 18th to the early 20th Century". DA diss., Moskovskii gosudarstvennyi khudozhestvenno-promyshlennyi universitet im. S. G. Stroganova, 1997. (In Russian)
- II. *Materials for the History of the Imperial Academy of Sciences*. 10 vols. St Petersburg: tip. Imperatorskoi akademii nauk Publ., 1897, vol. 9: 1748–1749 (January — May). (In Russian)
- III. "International Exhibition of Art Affiches". *Zhivopisnoe obozrenie*, no. 51 (1897): 908–9. (In Russian)
- IV. "On the Development of Aesthetic Taste Among Artisans". *Vestnik graficheskikh iskusstv*, no. 5 (1897): 51–2. (In Russian)
- V. "From the Editor". *Iskusstvo i pechatnoe delo*, no. 3 (1909): 24. (In Russian)
- VI. Chuiko, Vladimir. "Exhibition of Art Affiches". *Vsemirnaia illiustratsiia* 58, no. 1506 (1897): 576–80. (In Russian)
- VII. Lukshin, Igor. "Advertising Graphics. Social and Aesthetic Analysis". Thesis of PhD diss., Moskovskii gosudarstvennyi universitet im. M. V. Lomonosova, 1970. (In Russian)
- VIII. Chernevich, Elena. "Exploring the Language of Graphic Design". Thesis of PhD diss., Vsesoiuznyi nauchno-issledovatel'skii institut tekhnicheskoi estetiki Gosudarstvennogo Komiteta Soveta Ministrov SSSR po nauke i tekhnike, 1975. (In Russian)
- IX. Aramian, Gurgen. "Visual Text Functionality Issues". Thesis of PhD diss., Vsesoiuznyi nauchno-issledovatel'skii institut tekhnicheskoi estetiki Gosudarstvennogo Komiteta Soveta Ministrov SSSR po nauke i tekhnike, 1979. (In Russian)
- X. Serov, Sergei. "Style Processes in Modern Graphic Design. 1960–80s". Thesis of PhD diss., Vsesoiuznyi nauchno-issledovatel'skii institut tekhnicheskoi estetiki Gosudarstvennogo komiteta SSSR po nauke i tekhnike, 1990. (In Russian)
- XI. Bren'kova, Galina. "Formation of the Communicative Properties of the Graphic Design Language". Thesis of PhD diss., Moskovskoe ordena Trudovogo Krasnogo Znameni vysshee khudozhestvenno-promyshlennoe uchilishche [b. Stroganovskoe], 1989. (In Russian)
- XII. Sergeev, Aleksandr. "The Problem of 'Corporate Identity' (Historical, Artistic, Stylistic and Organizational Aspects)". Thesis of PhD diss., Vsesoiuznyi nauchno-issledovatel'skii institut tekhnicheskoi estetiki Gosudarstvennogo komiteta SSSR po nauke i tekhnike, 1991. (In Russian)
- XIII. Pavlova, Nadezhda. "Principles of Structuring Two-Dimensional Objects of Graphic Design". Thesis of PhD diss., Sankt-Peterburgskoe vysshee khudozhestvenno-promyshlennoe uchilishche im. V. I. Mukhinoi, 1994. (In Russian)
- XIV. Glinternik, Eleonora. "Historical Self-Determination of Graphic Design in the Project Culture of Russia (1880s — 1980s)". Thesis of DA diss., Sankt-Peterburgskaia gosudarstvennaia khudozhestvenno-promyshlennaia akademiia, 2001. (In Russian)
- XV. Laptev, Vladimir. "Design and Artistic Evolution of Russian Infographics (19th–20th Centuries): Origin, Formation, Development". Thesis of DA diss., Sankt-Peterburgskii politekhnicheskii universitet Petra Velikogo, 2018. (In Russian)
- XVI. Erokhhina, Iuliia. "Russian Film Poster as a Graphic Design Phenomenon (1890s–1940s)". Thesis of PhD diss., Sankt-Peterburgskii gosudarstvennyi universitet tekhnologii i dizaina, 2008. (In Russian)
- XVII. Korytov, Oleg. "Problems of Book Design and Trends in the Formation of a Design Concept in the Post-Soviet Period of the Late 20th — Early 21st Centuries." Thesis of PhD diss., Vserossiiskii nauchno-issledovatel'skii institut tekhnicheskoi estetiki, 2005. (In Russian)

- XVIII. Andreeva, Vera. "Design of Educational Books in Russia (Artistic and Technical Design of Alphabets and Primers: History and Modern Practice)". Thesis of PhD diss., Sankt-Peterburgskii gosudarstvennyi universitet tekhnologii i dizaina, 2006. (In Russian)
- XIX. Khomenko, Elena. "Structural-Compositional and Figurative Means of Graphic Design in the Newspaper". Thesis of PhD diss., Moskovskii gosudarstvennyi khudozhestvenno-promyshlennii universitet im. S. G. Stroganova, 2005. (In Russian)
- XX. Rozhnova, Ol'ga. "Genesis of the Magazine Form. The Style-Forming Role of the Publication Structure". Thesis of PhD diss., Moskovskii gosudarstvennyi khudozhestvenno-promyshlennii universitet im. S. G. Stroganova, 2007. (In Russian)
- XXI. Dergileva, Evdokiia. "Design of Advertising Leaflets and Booklets". Thesis of PhD diss., Rossiiskii gosudarstvennyi universitet im. A. N. Kosygina, 2016. (In Russian)
- XXII. Biriukova, Mariia. "Tradition and Modernity in Packaging Design (On the Example of Wine Packaging)". Thesis of PhD diss., Moskovskii gosudarstvennyi khudozhestvenno-promyshlennii universitet im. S. G. Stroganova, 2004. (In Russian)
- XXIII. Lemeshko, Tat'iana. "Graphic Design of Printing Packaging (History, Theory, Practice)". Thesis of PhD diss., Vserossiiskii nauchno-issledovatel'skii institut tekhnicheskoi estetiki, 2006. (In Russian)
- XXIV. Denisov, Denis. "Design of Labels and Tags for Textile and Light Industry Products". Thesis of PhD diss., Moskovskii gosudarstvennyi tekstil'nyi universitet im. A. N. Kosygina, 2010. (In Russian)
- XXV. Gerasimov, Nikita. "Ethno-Cultural Foundations in the Practice of Modern Regional Design Graphics (On the Example of the North-West of Russia)". Thesis of PhD diss., Sankt-Peterburgskaia gosudarstvennaia khudozhestvenno-promyshlennaia akademiia, 2005. (In Russian)
- XXVI. Akhmadullin, Mars. "Design of Printed Materials of the Arabic Alphabet of the Volga Region and the Urals (Late 19th — early 20th Century)". Thesis of PhD diss., Sankt-Peterburgskii gosudarstvennyi universitet tekhnologii i dizaina, 2011. (In Russian)
- XXVII. Gabrielian, Tigran. "Conceptual Model of Visual Brand Identity in Graphic Design". Thesis of PhD diss., Moskovskaia gosudarstvennaia khudozhestvenno-promyshlennaia akademiia im. S. G. Stroganova, 2016. (In Russian)
- XXVIII. Ostrikov, Sergei. "Design and Artistic Modeling of Infographics: Theoretical Foundations and Principles". Thesis of PhD diss., Moskovskaia gosudarstvennaia khudozhestvenno-promyshlennaia akademiia im. S. G. Stroganova, 2014. (In Russian)
- XXIX. Filippov, Maksim. "Computer Visual Media in Modern Graphic Culture. Screen Design: Evolution, Main Characteristics, Structure". Thesis of PhD diss., Sankt-Peterburgskaia gosudarstvennaia khudozhestvenno-promyshlennaia akademiia, 2003. (In Russian)
- XXX. Demidova, Mal'vina. "Creating a Visual and Sound Composition in Multimedia Design". Thesis of PhD diss., Sankt-Peterburgskaia gosudarstvennaia khudozhestvenno-promyshlennaia akademiia, 2006. (In Russian)
- XXXI. Zyrianova, Anna. "Composing a Multimedia Presentation". Thesis of PhD diss., Sankt-Peterburgskaia gosudarstvennaia khudozhestvenno-promyshlennaia akademiia im. A. L. Shtiglitsa, 2011. (In Russian)
- XXXII. Lavrent'eva, Ekaterina. "Text and Context in Graphic Design: Current Issues and Trends in Text Visualisation". Thesis of PhD diss., Moskovskii gosudarstvennyi khudozhestvenno-promyshlennii universitet im. S. G. Stroganova, 2008. (In Russian)

Received: July 13, 2021
Accepted: November 14, 2022

Author's information:

Eleonora M. Glinternik — Dr. Habil. in Arts, Professor; e.glinternik@spbu.ru