



ISSUE
№57



EUROPEAN OPEN
SCIENCE SPACE

COLLECTION OF SCIENTIFIC PAPERS

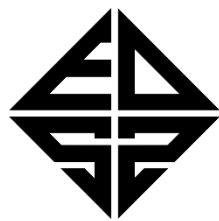


5TH INTERNATIONAL
SCIENTIFIC
AND PRACTICAL
CONFERENCE

MODERN PERSPECTIVES
ON GLOBAL SCIENTIFIC
SOLUTIONS

OCTOBER 13-15, 2025, BERGEN, NORWAY





**EUROPEAN OPEN
SCIENCE SPACE**

Proceedings of the 5th International Scientific
and Practical Conference
**"Modern Perspectives on Global Scientific
Solutions"**
October 13-15, 2025
Bergen, Norway

Collection of Scientific Papers

Bergen, 2025

UDC 01.1

Collection of Scientific Papers with the Proceedings of the 5th International Scientific and Practical Conference «Modern Perspectives on Global Scientific Solutions» (October 13-15, 2025, Bergen, Norway). European Open Science Space, 2025. 304 p.

ISBN 979-8-89704-959-2 (series)

DOI 10.70286/EOSS-13.10.2025



The conference is included in the Academic Research Index ReserchBib International catalog of scientific conferences.



The conference is registered in the database of scientific and technical events of UkrISTEI to be held on the territory of Ukraine (Certificate №556 dated 16.06.2025).



The materials of the conference are publicly available under the terms of the CC BY-NC 4.0 International license.

The materials of the collection are presented in the author's edition and printed in the original language. The authors of the published materials bear full responsibility for the authenticity of the given facts, proper names, geographical names, quotations, economic and statistical data, industry terminology, and other information.

ISBN 979-8-89704-959-2 (series)

CONTENT

Section: Accounting and Taxation

Брайко В.

ТРИ ВИМІРИ ПЕРЕШКОД НА ШЛЯХУ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ
ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В АУДИТОРСЬКУ ПРАКТИКУ..... 11

Пушкар І.В., Сімагутіна І.В.

ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ЯК ОСНОВА ВИЯВЛЕННЯ РЕЗЕРВІВ
ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ
ЗАСОБІВ..... 13

Section: Art History and Literature

Затинайко О.

ЦИФРОВІ ТА ІНТЕРАКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ПРОЦЕСІ
НАВЧАННЯ В ДИТЯЧІЙ МУЗИЧНІЙ ШКОЛІ..... 16

Німенська Ж.В.

ІНТОНАЦІЙНА ПРИРОДА ТЕАТРУ: НАВІЩО АКТОРОВІ ПІСНЯ.. 20

Васильєв О., Ус О.

ПОП-АРТ В ДИЗАЙНІ СУЧАСНИХ ПЛАКАТІВ..... 22

Section: Automation and Robotics

Суботін О., Новіков Д., Новікова Н.

АВТОМАТИЗАЦІЯ, КОМП'ЮТЕРИЗАЦІЯ ТА РОБОТИЗАЦІЯ
СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ..... 31

Ostrovskyy O.

ADVANCED BUSINESS PROCESS AUTOMATION
TECHNOLOGIES: TRENDS, CASE STUDIES, AND DEVELOPMENT
PROSPECTS..... 35

Section: Chemistry

Федина Л.О., Федина М.Ф.

ВИВЧЕННЯ СТРУКТУРНИХ ПАРАМЕТРІВ ТЕРНАРНОГО
ГЕРМАНІДУ DyCu_{1,25}Ge_{0,75}..... 40

У підсумку пісня в театрі постає як інтонаційно-семантична модель, у якій конвергують технічне, емоційне й духовне начала акторського мистецтва. Вона не є додатковим елементом сценічного арсеналу, а стає способом мислення і самовираження, засобом саморегуляції голосу, внутрішнього ритму та інтонаційного переживання тексту. Як доводять сучасні дослідження [1; 4], системна вокальна підготовка формує у актора не лише професійну витривалість, але й музикальність мовлення, інтонаційне нюансування, темброву експресивність і здатність до глибокого звукового проживання ролі. Таким чином, спів у театрі перетворюється на метафору самої дії – на музичний еквівалент драматичного жесту, що об'єднує слово, рух і сенс у єдиний художній організм.

Список використаних джерел

1. Нечаєнко, Т.В. (2017). Музика як важливий елемент розкриття образної сфери сценічної словесної дії. *Культура і сучасність*, (1), 60-65.
2. Edwards, M. (2019, 5 жовтня). Pedagogical Musings: Evidence-Based Voice Pedagogy. <https://edwardsvoice.wordpress.com/2019/10/05/pedagogical-musings-evidence-based-voice-pedagogy/>
3. Leyns, C., Daelman, J., Meerschman, I., et al. (2020). Vocal quality after a performance in actors compared to dancers. *Journal of Voice*. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32499155/>
4. Livingstone, S. R., & Thompson, W. F. (2014). The influence of vocal training and acting experience on measures of voice quality and emotional genuineness. *Frontiers in Psychology*, 5, 156.
5. Tower, J. I., Acton, L., Wolf, J., Wilson, W., Young, N. M. (2019). Effects of Vocal Training on Students' Voices in a Professional Drama School. *OTO Open*, 2019. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6684147/>.

ПОП-АРТ В ДИЗАЙНІ СУЧАСНИХ ПЛАКАТІВ

Васильєв Олександр

доктор філософії

Ус Олександра

здобувач вищої освіти

Кафедра графічного дизайну

Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

Анотація. Дослідження присвячене аналізу особливостей використання стилю поп-арт у сучасному плакатному дизайні. Розглянуто візуальні та концептуальні характеристики поп-арту, його історичні витоки та адаптацію до потреб візуальної комунікації ХХІ століття. Основну увагу приділено стилістичним, композиційним, колірним та шрифтовим рішенням, які

притаманні для стилю поп-арт, а також їх адаптації у створенні графічної продукції – плакат. Аналіз проведено з позицій культурології, графічного дизайну та соціальної комунікації. Зроблено висновки щодо ефективності стилю як інструменту візуального впливу у рекламному, соціальному та культурному просторі.

Ключові слова: поп-арт, графічний дизайн, художній напрямок, плакат, колірні рішення, стиль 1950-1960 рр., сучасність.

Введення. У добу візуального перенасичення, коли за увагу глядача змагаються сотні повідомлень щодня, графічний дизайн постає як критично важливий інструмент інформаційного впливу. Одним з актуальних стилістичних рішень, що демонструє стабільну ефективність у створенні візуальних повідомлень, залишається поп-арт. Зародившись у середині ХХ ст. як реакція на комерціалізацію культури та стандартизацію візуального простору, поп-арт швидко перетворився з мистецької провокації на дієвий засіб масової комунікації [12].

У сучасному графічному дизайні стиль поп-арт займає особливе місце. Яскравий, емоційний і провокативний – він легко привертає увагу, що робить його ідеальним для створення плакатів, завдання яких комунікувати швидко, яскраво та ефектно. Витоки поп-арту лежать у культурі 1950–1960-х рр., але його візуальні прийоми залишаються актуальними й сьогодні.

Плакат є однією із основних форм візуальної передачі інформації в більш доступній для споживача формі. Також це є невід’ємною частиною декору сучасних приміщень, що особливо характерно для підлітків, в кімнатах яких часто присутні плакати з елементами поп-арту, що доповнюють простір своєю колірною гамою та композицією.

Мета та задачі дослідження. Метою роботи є аналіз і систематизація інформації про використання стилю поп-арт в дизайні сучасного плакату; визначення напрямків плакатного дизайну, для яких доцільне використання основних принципів і ознак стилю; визначення ключових візуальних характеристики та загальновживані елементи стилю поп-арт, які використовувати при створенні композиційних рішень плакатів, що забезпечують ефективні візуальні комунікації.

Результати дослідження і їх обговорення.

На першому етапі дослідження проведено аналіз сучасних літературних джерел стосовно обраної тематики. Історія розвитку графічного дизайну представлено рядом робіт українських та зарубіжних авторів. В роботах [10, 16] надано всебічний огляд та характеристику етапів розвитку графічного дизайну, ключових стилів та знакових митців періоду з 1900 по 2000 рр. Книга [16] являє собою детальний довідник, що охоплює біографії визначних дизайнерів, дати появи та розвитку художніх напрямків, опис важливих технологічних та художніх досягнення в області графічного дизайну тощо. «Історія графічного дизайну» Меггса [21] представляє вичерпну інформацію та візуально упорядкування знань з графічного дизайну. Текст включає класичні теми, а також появу, опис та

характеристику постмодерністського дизайну. Хронології представлено в ширшому історичному контексті, що допомагає краще зрозуміти еволюцію сучасного графічного дизайну. Робота Р. Лінди [18] є найбільш повним довідником з графічного дизайну для друку та екранних носіїв, в якому викладено принципи дизайну та їх застосування для різних графічних напрямків.

Тематика поп-культури сьогодні широко представлена в науково-популярній та популярній літературі. Найвідомішими працями, що розкривають філософію «суспільства споживання», причини виникнення поп-арту, історію його розвитку в ХХ ст. та надають ґрунтовну характеристику його ознак і творчості відомих митців представлено в роботах Р. Леслі [19], К. Хоннефа [17], М. Лівінгстон [20], Т. Кроу [12], С. Хантера [15] тощо [22]. Так в книзі Р. Леслі [19] надано характеристику різноманітним творам, що підпадають під визначення поп, виявлено як їхні спільні теми, так і індивідуальні цінності. Такі образи включають як знайомі (Ліхтенштейн, Воргол), так і менш відомі (Артшвагер, Кац), що робить поп-арт актуальним для мистецтва сьогодні. К. Хоннефа [17] в своїй роботі визначає, що досягнувши піку популярності в 1960-х роках, поп-арт почався як бунт проти мейнстрімних підходів до мистецтва та культури з часом перетворився на повсюдне дослідження сучасного суспільства, споживчої культури, ролі художника та того, що являє собою витвір мистецтва. Зосереджуючись на питаннях матеріалізму, знаменитостей та медіа, поп-арт спирався на джерела масового ринку, від рекламних зображень до коміксів, від найвідоміших голлівудських облич до упаковки споживчих товарів (останню втілюють банки супу Campbell's Енді Воргола). Окрім того, що поп-арт кидав виклик істеблішменту, підносячи такі популярні, банальні та кітчеві зображення. Він також використовував методи масового виробництва, зменшуючи роль окремого художника за допомогою механізованих технік, наприклад таких як шовкодрук. М. Лівінгстон [20] досліджено міжнародний розвиток поп-арту від його витоків у 1950-х рр. до наших днів на основі аналізу творчості понад 130 художників. В роботі спростовано традиційні дихотомії між «високим» і «низьким» мистецтвом, поставлено під сумнів ідею про те, що репрезентація та абстракція неминуче суперечать одне одному. В роботі показано, як провідні митці поп-арту, зокрема Пітер Блейк, Річард Гамільтон, Ліхтенштейн, Ворхол та інші, зберігали винахідливість і оригінальність у своїй творчості. Дослідницею показано, як поп-арт надихнув до творчості молоде покоління митців, зокрема Харінга, Кунса, Опі та Салле.

Особливостям дизайну сучасного плакату присвячено ряд робіт українських [1, 2, 3, 4, 6, 7, 11] та закордонних авторів [13]. Цікавими для нашого дослідження є робота [3], в якій плакат розглянуто як засіб графічної комунікації. Авторкою досліджено історію його розвитку, проаналізовано поняття «плакат», «постер» та «афіша». Дослідницею встановлено, що плакат є важливим елементом контакту із суспільством, який за допомогою візуального донесення інформації викликає різні емоції у глядача та передає головну ідею графічної роботи. В статті [5]

показано, що у Великій Британії під час поп-артівського руху, завдяки популярності ідеї тиражування, з усіх галузей британського графічного дизайну найбільший розвиток спостерігався в сфері плакату та афіші, які набули статусу культового жанру та спричинили появу «плакатного буму».

За результатами аналізу літературних джерел визначено, що сучасний стан дослідження проблеми використання стилю поп-арт в дизайні сучасного плакату потребує подальшого поглибленого вивчення

Основна частина. У середині ХХ ст. з'явився новий стиль поп-арт, який змінив погляди та підходи у дизайні. Цей стиль характеризується яскравими кольорами, використанням ікон масової культури, коміксів та іронії. Це є ідеальний стиль для створення візуальних рішень, що привертають увагу. У сучасному світі, де йде боротьба за увагу, поп-арт не втрачає своїх позицій та вдосконалюється. Поєднання стилів, де поп-арт є домінуючим, також збагачується відображаючи сучасні теми, які згодом стають мемами та поширюються серед молоді. Поширенню стилю поп-арт також сприяють комікси та легендарні плакати з американською актрисою Мерлін, творцем який став основоположник стилю поп-арт Енді Уорхол. Саме з цим плакатам до сьогоднішнього дня у більшості людей пов'язані асоціації із даним стилем. На сьогодні поп-арт у створенні плакатів не лише відображає настрій часу, але й стає головним інструментом для митця, що забезпечує привернення уваги потенційного споживача до інформації та формує в нього нове бачення креативного.

Поняття поп-арту (від англ. popular art – «популярне мистецтво») вперше з'являється у творчих колах Британії у 1950-х рр., однак справжнє визнання стиль здобуває у США завдяки творчості таких митців, як Енді Воргол, Рой Ліхтенштейн та Річард Гамільтон [20]. Поп-арт запозичує образи масової культури такі як реклами, кіно, коміксів, серіальної продукції, голлівудських зірок, брендів та повсякденних предметів і використовує їх у художньому контексті, часто з елементами іронії та критики.

Ключовими візуальними характеристиками стилю поп-арт є:

- яскраві, контрастні кольори;
- чіткі контури та графічна простота;
- колажність;
- використання повторів та серійності;
- звернення до архетипів масової культури [23].

Виходячи з результатів аналізу літературних джерел визначено, що поп-арт виник в 1950-х рр. та мав значний успіх у післявоєнний час, коли виробництво супроводжувалося агресивно-пропагандистськими технологіями, які мали вплинути на підсвідомість людей. Витвори поп-арту не завжди однозначні. Однак більшість робіт поп-арту виділяють кілька загальних елементів:

- тематика: зображення знаменитостей, реклами, каталогів по магазинах подібні до коміксів;

- технології виробництва масових матеріалів;
- надмірне повторення;
- відтворення зображень із заміненними кольорами [9].

Також визначено, що митці поп-арту використовували поетику етикеток і рекламних плакатів: поєднували ілюзорне й реальне, гіперболізували предмети чи їх окремі властивості, розфарбовували все у яскраві контрастні кольори. Елементи масової культури вони експлуатували по-різному: вводили цитати, використовували в колажах часто із застосуванням кустарних фотографій, вживані речі та картон, з якого роблять упаковку, вирізки з газет і журналів тощо, фотографували, експериментували з диспропорціями, дефектами, у зміненому масштабі чи в незвичному матеріалі. Митці поп-арту робили все, щоб вихідний образ втратив своє початкове значення і натомість відкрилися його приховані сторони [8]. Експерименти основоположників поп-арту у 1960-х рр. звучали як виклик, а їх творчість вважали антимистецтвом і зневажанням мистецтва. Проте вкінці 1980-х рр. пережив переродження завдяки таким художникам як: Джефф Кунс, Такасі Муракамі, Дем'єн Герст. Якщо говорити про актуальність експериментів митців в дизайні плакатах сьогодні, то можна стверджувати, що все що ми звикли вважати сучасним мистецтвом бере свій початок із принципів, що закладені основоположниками стилю поп-арту. На сьогодні оновлений стиль поп-арт зумів об'єднати комерційне і привабливе мистецтво, він стер кордони між «великим» та «низьким».

У ХХІ ст. поп-арт активно використовується у рекламних, культурних, соціальних та музичних плакатах. Його візуальні засоби дозволяють швидко передати ідею, викликати емоцію та залишити враження, що запам'ятовуються. У сучасному контексті поп-арт трансформувався з авангардного напрямку на ефективний дизайнерський інструмент, здатний швидко комунікувати ідею в умовах обмеженого часу сприйняття [16]. Його застосування у плакатному дизайні спирається на кілька візуальних стратегій, що охарактеризовані нижче..

1. Використання колірної експресії та кольору як інструмент впливу. Сучасний плакат у стилі поп-арт практично не буває монохромним. Яскраві червоні, сині, жовті, рожеві кольори одразу привертають погляд. Часто використовується ефект психоделії або коміксного фарбування. Яскраві, кислотні кольори створюють миттєву візуальну акцентуацію, дозволяючи плакату вирізнятися серед інформаційного шуму. Така колірна палітра не лише приваблює увагу, а й активізує емоційне сприйняття [18].

2. Використання естетики коміксів. Рисунки з характерними чорними контурами, стилізація під друковану растрову графіку (Ben-Day dots), типові «бульбашки» з текстами – все це створює візуальний настрій легкої іронії та поп-культурного відлуння.

3. Використання візуальних кодів масової культури. Зображення відомих персонажів, брендів або предметів споживання зчитуються миттєво завдяки вже наявному в глядача візуальному досвіду, що значно підвищує ефективність

комунікації. Образи знаменитостей, упізнаваних персонажів, продуктів (наприклад, банок супу Campbell's або кока-коли) – це посил до споживача на підсвідомому рівні.

4. Використання тексту як графічного елементу. У поп-арті шрифти відіграють важливу роль, стаючи не лише носієм інформації, а й повноцінним візуальним елементом, який діє на рівні з графічними та стає їх частиною. Вони не просто інформують, а стають частиною композиції. Шрифти в стилі поп-арт часто великі, декоративні, схожі на заголовки з журналів чи обкладинки вінілових платівок. Найчастіше використовуються прості, великі та контрастні шрифти без зарубок (гротески), які легко читаються здалеку та гармонійно поєднуються з яскравими площинами кольору. Часто використовують шрифти, стилізовані під журнальні заголовки або комікси, інтегруються в загальну композицію як частина візуального меседжу, а не просто як носій текстової інформації [21]. Переважно шрифт на плакатах в стилі поп-арт має таке саме яскраве забарвлення, що й графічні елементи, тим самим підкреслюючи унікальність цього стилю і виокремлюючи його серед інших. Текст у поп-арті зазвичай короткий, виразний і може виконувати декоративну функцію, підсилюючи загальний ритм композиції.

5. Композиція в поп-арті зазвичай базується на повторюваності, симетрії та використанні контрастів (частіше протилежних пар кольорів). Часто застосовується поділ площини на квадрати або прямокутники, де одне й те саме зображення подається в різній кольоровій гамі. Така побудова створює відчуття динаміки та ритму, а також дозволяє кольору та формі взаємодіяти між собою, створюючи цілісну й впізнавану структуру.

Отже, поп-арт працює з візуальними архетипами, гіперболізує буденне, трансформуючи повсякденні об'єкти на мистецькі символи. У плакатному дизайні це дозволяє створювати високо асоціативні зображення, що апелюють до масової свідомості. Такий підхід влучно описує С. Голл [14]: «Поп-культура – це місце, де ідеологія візуалізується». За результатами проведеного аналізу виявлено, що сучасні дизайнери часто використовують стиль через імітацію класичних творів поп-арту. Це не тільки найпростіший підхід, а він й чудово вписується в ідеологію поп-арту прямого привласнення та пародії.

Визначено, що основними перевагами поп-арту, що забезпечують його актуальність в дизайні сучасних плакатів є:

- швидке сприйняття (стиль дозволяє «зачепити» глядача буквально за секунди);
- емоційність (яскраві образи викликають сильну емоційну реакцію); гумор і іронія (плакат у стилі поп-арт легко переносить серйозні теми у легший для сприйняття контекст);
- гнучкість (елементи стилю можна адаптувати до будь-якої теми чи продукту).

За результатами дослідження виявлено, що поп-арт у плакатному мистецтві

зберігає свою актуальність завдяки своєму незвичному вигляду, подачі та композиції. Яскраві, часто контрастні кольори змушують звернути увагу, коміксовий стиль, повторювані мотиви та поп-культурні референси – забезпечують високий рівень візуальної привабливості та широку доступність для різноманітної аудиторії. Плакати в стилі поп-арт активно використовуються і різноманітних форматах, від класичних і до публікацій в соціальних мережах. Визначено, що сьогодні плакати в стилі поп-арт використовують у декоративних цілях з метою додання яскравості в просторі та створення позитивного настрою. а також в рекламних цілях для привернення уваги, використовуючи зображення з популярної культури 60-х рр. XX ст. Сьогодні поп-арт активно використовується у таких напрямках плакатного дизайну:

- культурні заходи (фестивалі, виставки, театральні події) – стиль створює образ святковості, драйву, молодіжної естетики, передає енергію, драйв і дух епохи 60-х рр.;

- соціальна реклама – елементи іронії допомагають говорити на складні теми у доступній формі та зробити важливе повідомлення більш доступним для молоді (наприклад, кампанії з теми здоров'я чи екології);

- комерційна реклама – бренди активно експлуатують «ретро» естетику поп-арту для викликання ностальгії та створення унікального візуального стилю.

Висновок. На основі результатів проведених досліджень визначено та охарактеризовано ключові візуальні характеристики та загальновживані елементи стилю поп-арт в графічному дизайні. Надано характеристику візуальним стратегіям його застосування у плакатному дизайні. Виокремлено та охарактеризовано напрямки плакатного дизайну, для яких доцільне використання основних принципів і ознак стилю. Показано, що поп-арт у сучасному дизайні плакату виконує функції не лише естетичного оформлення, а й критичного осмислення реальності, візуального брендингу, актуалізації меседжів через знайомі культурні коди. Його здатність поєднувати емоційність, впізнаваність та іронічну дистанцію робить стиль надзвичайно ефективним у сучасній візуальній комунікації та дизайні сучасного плакату. Проведене дослідження підтвердило, що поп-арт – це не лише данина моді чи ретро-естетиці, а потужний інструмент комунікації в руках сучасного дизайнера. Його використання у плакатному мистецтві дозволяє виділитися, поєднавши емоційність, інформативність і візуальний шарм, що особливо актуально у сучасному світі, де боротьба за увагу відбувається щосекунди.

Список використаних джерел

1. Адаптивна роль плакату в контексті розвитку сучасного мистецтва : моногр. / під наук. ред. М. В. Колосніченко. Київ: КНУТД, 2023. 220 с.
2. Андрейканіч А. І. Плакат: його види та жанри. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Рівне, 2013. № 19(1). С. 121-126.

3. Воробчук М. С., Терещук С., Пашкевич К. Плакат як засіб графічної комунікації: історія розвитку. Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів VI Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 25 квітня 2024 року. Київ : КНУТД, 2024. Т. 2. С. 232-235.
4. Гладун О. Український плакат: етапи розвитку візуально-пластичної мови. Збірник наукових праць Сучасне мистецтво. 2018. №14. С. 115–122. DOI:10.31500/2309-8813.13.2018.152212.
5. Даниленко Л. Психоделічний плакат як прояв поп-артівського руху в британському графічному дизайні 1960-х років. Збірник наукових праць Сучасне мистецтво. 2019. №15. С. 121–130. <https://doi.org/10.31500/2309-8813.15.2019.185927>.
6. Залевська О. Ю. Проектно-художні засоби українського плаката доби постмодернізму : автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.07 / ХДАДМ. Харків, 2019. 23 с.
7. Калашнікова О. А. Зображальний аспект візуальної мови графічного дизайну (на матеріалі плакату) : автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.07 / ХДАДМ.. Харків, 2011. 23 с.
8. ПОП-АРТ URL: <https://joseartgallery.com/uk/articles/pop-art?srsId=AfmBOopTxjX9Hs4TkUpj-gqc3Z9q6Ad8gYdQq95Q4ORAYr5K3ZpsPY-m> (дата звернення 29.09.2025).
9. Поп-арт в мистецтві та моді URL: https://modoslav.blogspot.com/2014/01/blog-post_14.html (дата звернення 29.09.2025).
10. Хеллер С., Чваст С. Еволюція графічних стилів: від вікторіанців до хіпстерів. Київ : ArtHuss, 2019. 296 с.
11. Шевченко В. Композиція плаката: навч. посібник. Харків: Колорит, 2004. 123 с.
12. Crow T. (2004). The Rise of the Sixties: American and European Art in the Era of Dissent. Yale University Press. 200.p.
13. Flood C. British Posters Advertising, art and activism. London: V&A Publishing, Victoria and Albert Museum, 2012. 128 p.: ill.
14. Hall S. Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. Sage Publications. 1997.78 p.
15. Hanter S., Jacobus J., Wheeler D. Modern Art, Revised and Updated. London: Pearson, 2004, 480p.
16. Heller, S., Vienne, V. Graphic Design Time Line: A Century of Design Milestones. Allworth Press. 2001. 272 p.
17. Honnef K. Pop Art. Taschen. 2015. 96 p.
18. Landa, R. Graphic Design Solutions. 6- th edition. Cengage Learning. 2018. 480 p.
19. Leslie R. Pop Art; A New Generation of Style. New Line Books, 2006. 128 p.
20. Livingstone, M. Pop Art: A Continuing History. Thames and Hudson Ltd. 2000. 272 p.

-
21. Meggs P. B., Purvis A. W. Meggs' History of Graphic Design. 6th Edition. Wiley, 2016. 704 p.
 22. Pop Art дизайн: художня контркультура 1960-х років URL: <https://creativity.ua/creativity-and-design/pop-art-dyzain-khudozhnia-kontrkultura-1960-kh-rokiv/#> (дата звернення 29.09.2025).
 23. Strinati D. An Introduction to Theories of Popular Culture. 2nd Edition. Routledge, 2004. 304 p.