

История дизайна

АМЕРИКАНСКИЙ ДИЗАЙН ПОСЛЕ ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

Артур Пулос, один из ведущих историков дизайна, считает, что дизайн — неотъемлемая часть американского образа жизни. «Соединенные Штаты стали первой спроектированной нацией. Они явились на свет в результате последовательности действий людей, которые вычленяли проблему, а затем решали ее к общей выгоде. Америка не взялась неизвестно откуда — она была спроектирована».

- Идея «обтекаемости» в дизайне Америки предвоенных лет - эта наглядная метафора устремленности в будущее, стремительного прогресса - приобрела не столько утилитарное значение, сколько символический смысл.
- На Всемирной выставке в Нью-Йорке весной 1939 года Норман Бел Геддес, апостол обтекаемых форм, получил возможность дать простор своей фантазии, иллюстрируя экономические и социально-культурные планы Америки на будущее.

Вторая мировая война стала не только этапом завершения восстановления экономики - она позволила Америке превратиться в сверхдержаву

- Во второй половине 1940-х годов в США началась «реконверсия» - движение экономики от военной направленности к ее мирной ориентации.
- К 1947 году Америка обеспечила добрую половину мирового производства: 57% стали, 62% нефти, 43% электричества.
- Она обладала 75% всех автомобилей в мире, имела монополию на атомное оружие и средства его доставки. Произошел рывок и в производстве потребительских товаров.

Дизайн в автомобилестроении «Американская мечта» и автомобиль

- В американской цивилизации есть вещи культовые. Среди них — супермаркеты и автомобили. Автомобиль — постоянная тема для живописи, графики, фотографии, кино и дизайна. В 1950-х гг. оформилась «американская мечта»: стандартный набор предметов и благ, которые ассоциируются со счастливым, удачным образом жизни. Послевоенная Америка открыла для себя ценность мирной жизни. Гигантские расстояния можно преодолеть при помощи огромных и прожорливых автомобилей. Автомобиль превращается во второй дом, приспособленный для длительных путешествий.



Харли Дж. Эрл (1893-1969), крупнейший автомобилестроитель и дизайнер США, один из родоначальников **стайлинга. Воплощением американской мечты 1950-х годов стали автомобили Харли Эрла, создателя многих визуальных клише автомобилестроения США.**



Кадиллак –Ла

1927



Бьюик-Уай-Джоб,1938



Файрбёрд II,1956



Бьюик –Ле Сэрб,1951



Кадиллак – Циклон,1959

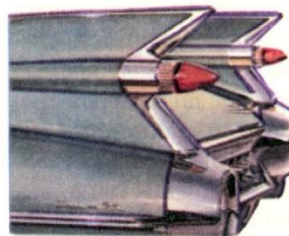
В 1948 году была выпущена первая модель «Кадиллака» с «килями» на крыльях. История килей началась во время войны, когда Эрл по приглашению друга, служившего в авиации, получил возможность осмотреть новые истребители.

Практика добавления поверхностных деталей к промышленным изделиям с целью повышения их привлекательности получила пренебрежительный термин - «Боракс».

Эти элементы до начала 1960-х годов становились все крупнее, но потом такая форма вышла из моды и сбыт автомобилей с «крылышками» резко упал.



a



б



в



Харли Эрл. Автомобиль «Кадиллак Эльдорато» (а). «Кили» над задними крыльями и «дюзы» заднего бампера автомобиля (б), США, 1959. Концепт-кар «Файрберд II», 1956 (в)б



Вирджил Экснер (1909-1973) начинал свою творческую деятельность с разработки рекламных а В 1934 году, пройдя собеседование у Харли Эрла, он был принят в отдел «Искусств и расцветок» фирмы «Дженерал моторс». К концу 1940-х годов Экснер, работая на «Крайслере» (с 1949), вошел в число ведущих автомобильных дизайнеров Америки. Стиль его больших красивых машин перенимали конкуренты. В конце жизни дизайнер создавал автомобили в неоклассическом стиле 1920-1930-х годов.



Крайслер-К-310 Гиа, 1951



Джордж Уильям Уолкер (1897-1993) добился признания как дизайнер в возрасте более 50-ти лет, став вице-президентом по стилю фирмы «Форд» (1955). За приверженность к обильному декорированию автомобильных кузовов хромом получил прозвище «Челлини-хром».



**Форд-
Тандерберд, 1949**



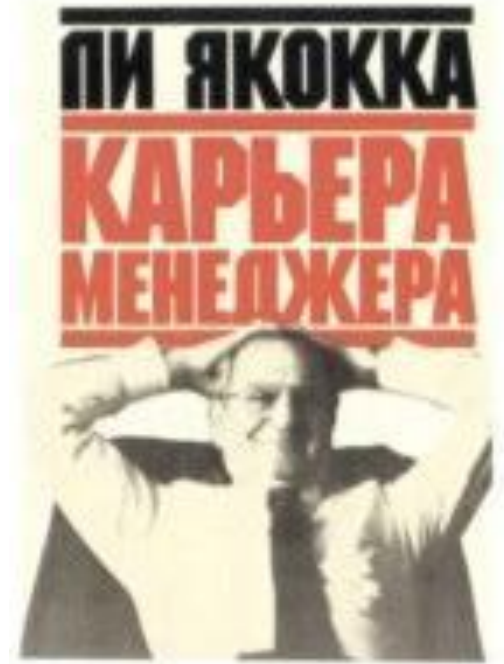
Ли (Лидо Энтони) Якокка (род. в 1924) талантливый управляющий и предприниматель. Занимал высшие руководящие посты в нескольких крупнейших корпорациях США. Благодаря его энергии появилась популярная эффектная модель «Мустанг» фирмы «Форд»



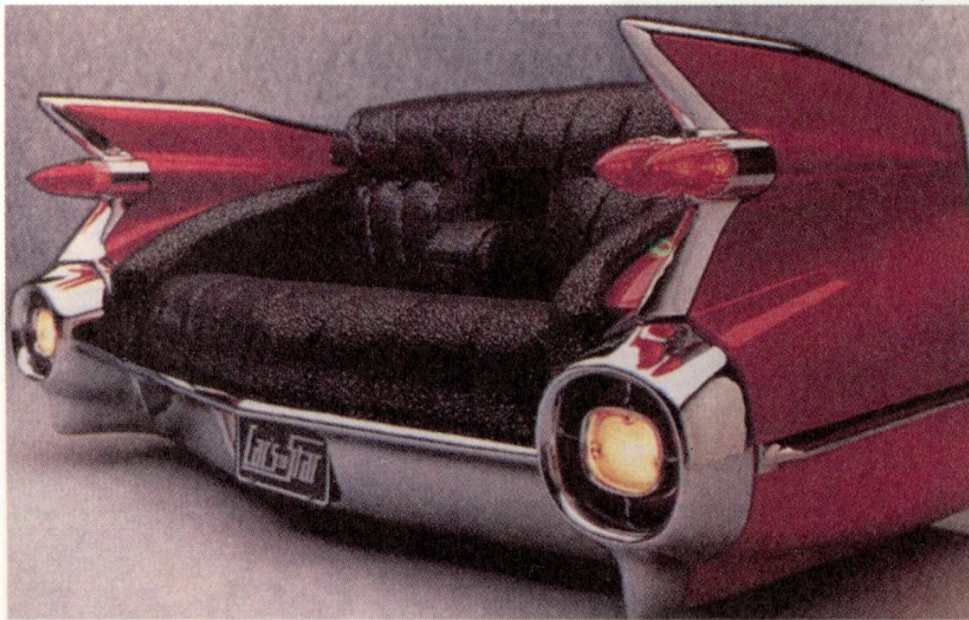
Линкольн-Континенталь Марк III, 1968



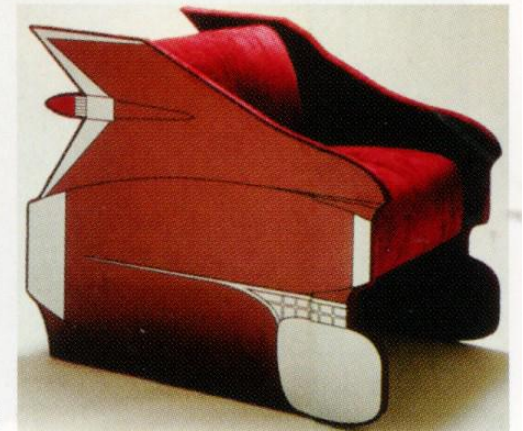
Крайслер-Ле-Барон, 1982



От автомобилестроения формообразующие принципы проникли в дизайн жилого интерьера, всей предметной среды. Американцы быстро привыкли к сидениям автомобилей; дизайнер Уолтер Д. Тиг писал в 1940 году: «Автопромышленники за несколько последних лет внесли большой вклад в искусство комфортабельно сидеть, чем создатели стульев за всю предшествующую историю»



Филипп Шредер. Диван «Кадиллак», 1989



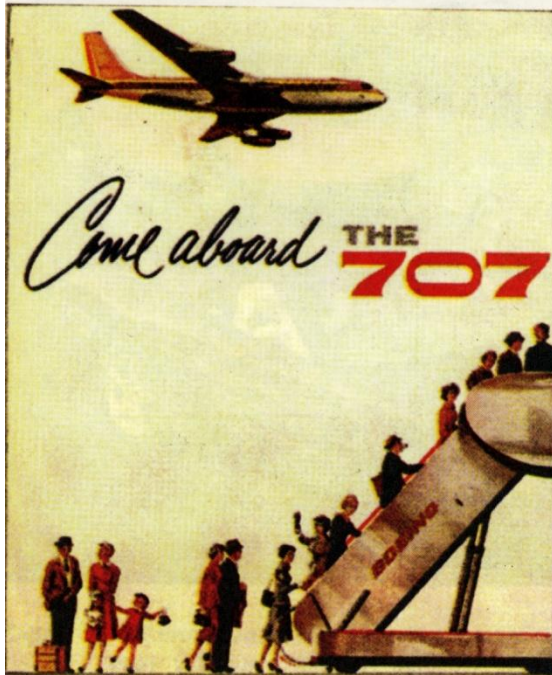
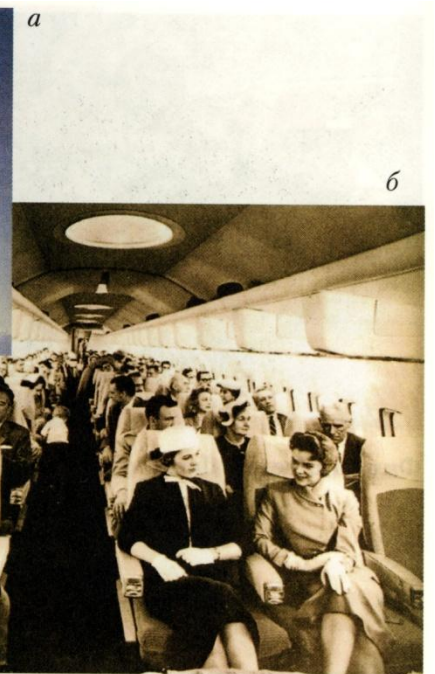
Кресло-автомобиль. 1980-е

Дж. Майс вводит такие новшества, как тонирование стекол в янтарный цвет, соединение достоинств лимузина и пикапа в одном автомобиле, богатые возможности трансформации внутреннего пространства.



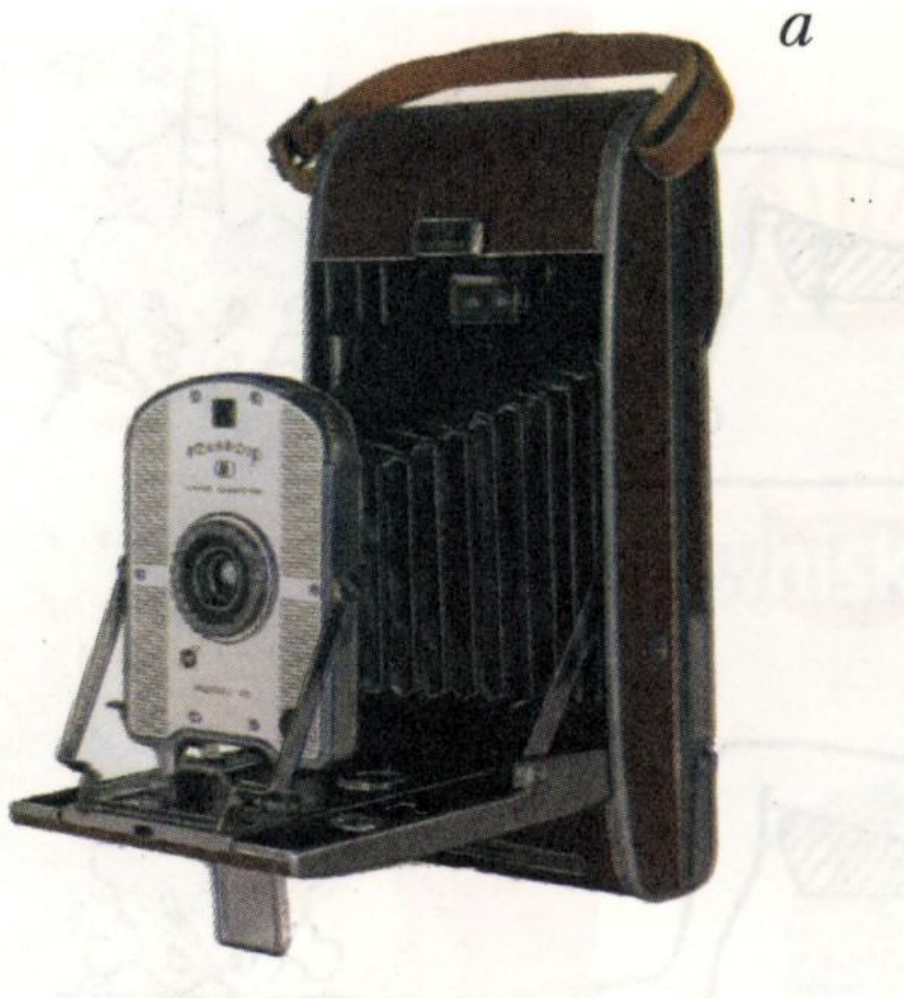
Автомобили компании «Форд» «Lincoln Blackwood» и «Mercury». 1999. «Янтарная» тонировка стекол введена главным дизайнером компании Дж. Майсом

Уолтер Дорвин Тиг разработал интерьер пассажирского самолета «Боинг-707» (1955-1957). На макете в натуральную величину проверялись новые компоновочные решения, система освещения, сигнализации. В ходе проектирования были выявлены нормы физического комфорта пассажиров, которые оставались практически неизменными до конца XX века, и построена модель пассажирского салона лайнера в натуральную величину

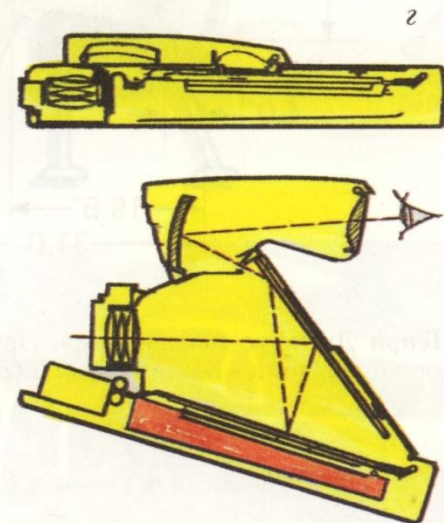


Пассажирский самолет «Боинг-707» (а) и его салон, разработанный Уолтером Дорвином Тигом, 1955–1957 (б)

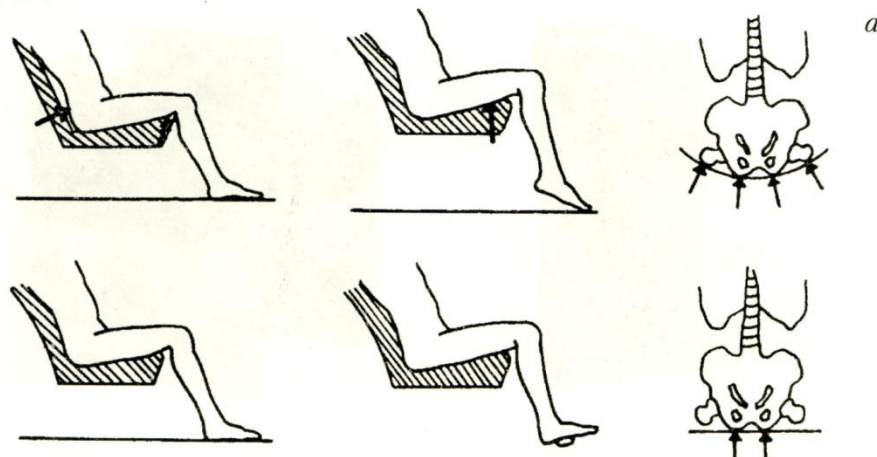
Тиг был дизайнером-консультантом новаторской разработки - первой экспрессфотокамеры «Полароид», публичная презентация которой в США состоялась 26 ноября 1948 года.



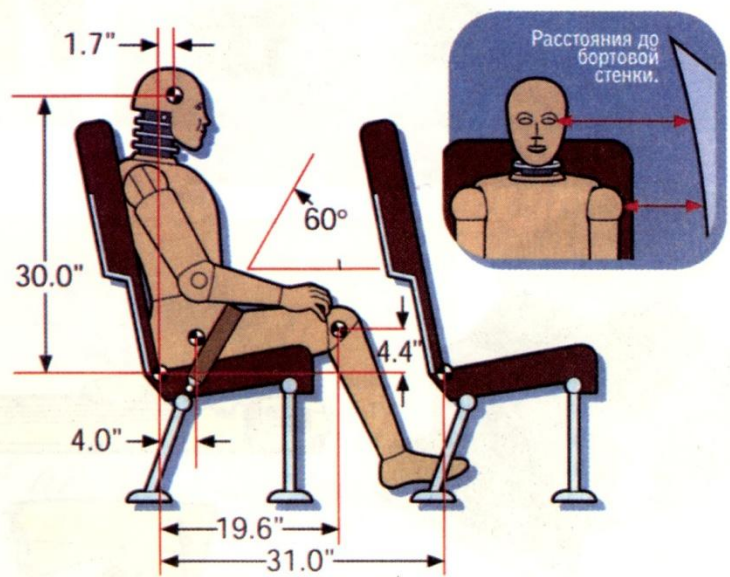
Сезон 1972-1973 годов ознаменовался появлением камеры «Полароид SX-70», имевшей новое конструктивное решение, в которой была применена новая технология. Практически мгновенно можно было получить цветной снимок и отпала необходимость отделять негатив от позитива, как это было прежде. Оригинальный дизайн камеры был создан **Генри Дрейфусом**



Значительным позитивным вкладом в американский (да и международный) дизайн явилось практическое использование эргономики - научной дисциплины по учету человеческих факторов. В конце 1960-начале 1970-х годов дизайнерское бюро «Генри Дрейфус Ассошиэйтс» выполнило несколько разработок общественного транспорта, в том числе для авиации.

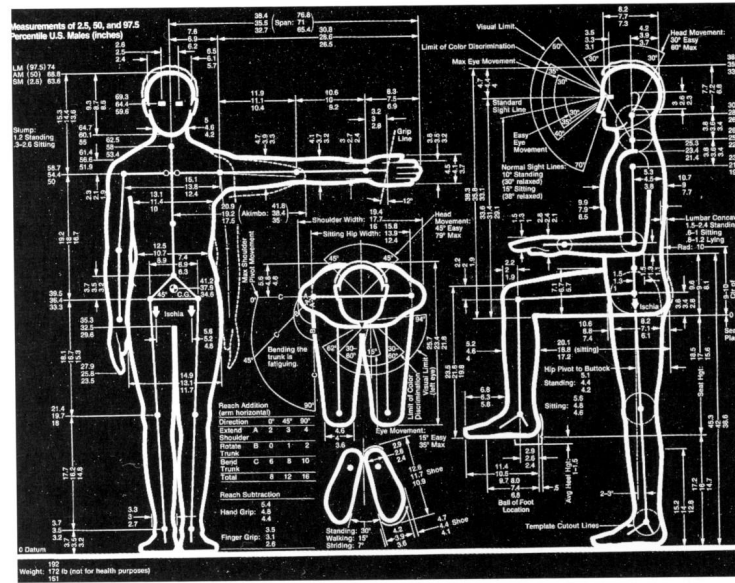


б

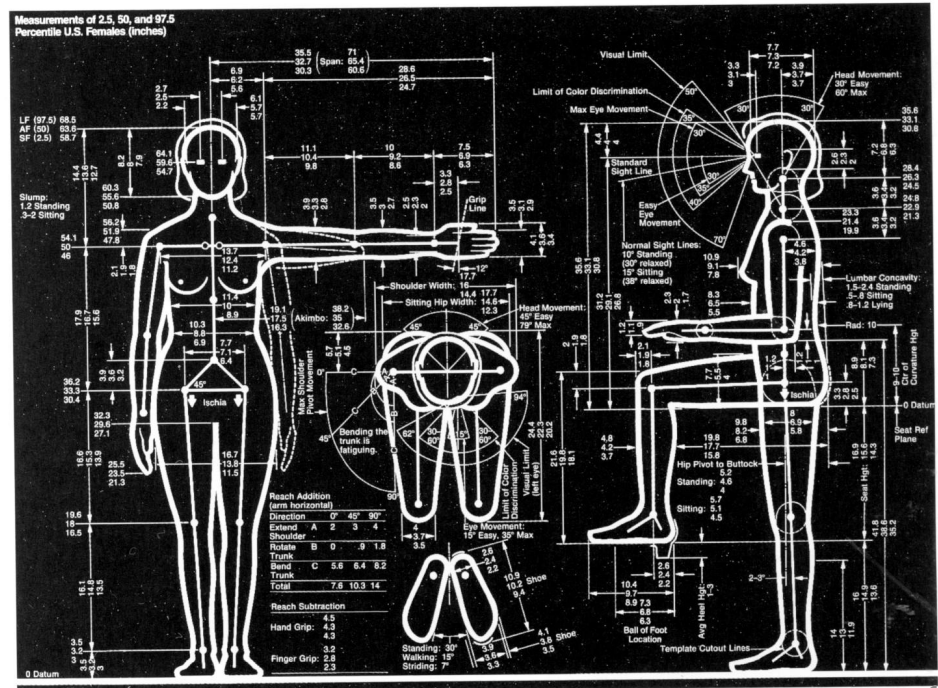


Бюро «Генри Дрейфус Ассошиэйтс». Эргономическая отработка кресел пассажирских самолетов корпорации «Боинг», 1960-е (а) и 2000-е (б)

Генри Дрейфус являлся одним из самых известных поборников антропометрии и тесно связанной с ней **эргономики**, как важных составляющих дизайна. В его книге *Проектирование для человека* (1955) помещены масштабные рисунки «мистера и миссис Средних» (Дрейфус назвал их «Джо» и «Джозефина»), на которых представлены данные замеров человеческого тела.

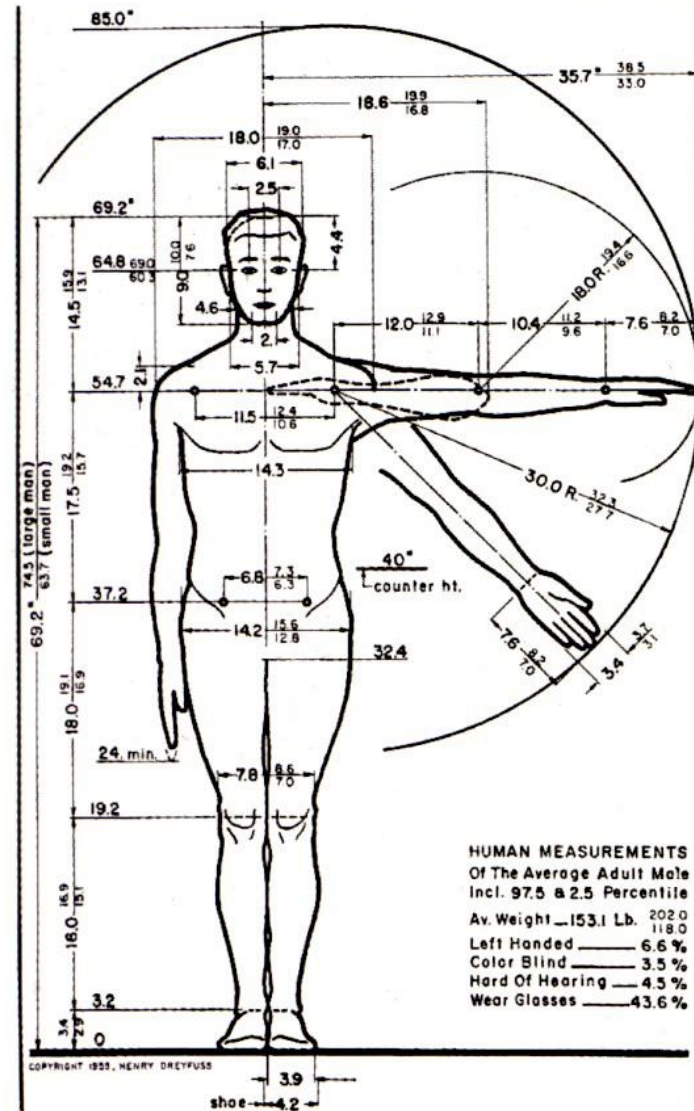


Графические изображения, демонстрирующие усредненные размеры мужчин и женщин в США. Из периодического издания Ассоциации Дрейфуса *Человеческая шкала*



Дрейфус подробно описал, как в своей работе он использовал манекены Джо и Джозефины для определения оптимальных параметров промышленных изделий - от тракторного сиденья до пульта оператора телефонной станции. Он детально разрабатывает свои антропометрические исследования в своей следующей книге **Антропометрия: Человеческий фактор в проектировании** (1960), которая помогла ввести практику применения антропометрических данных в работу дизайнеров.

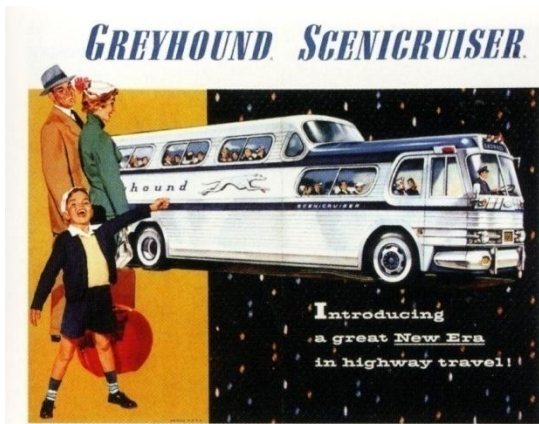
Средний мужчина
«Джо», из книги
Генри Дрейфуса *Ди-
зайн для людей*, 1955



В его бюро была создана самая удобная и популярная бытовая швейная машинка «Зингер».

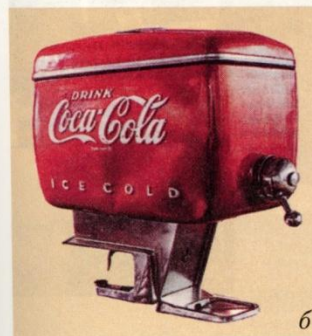
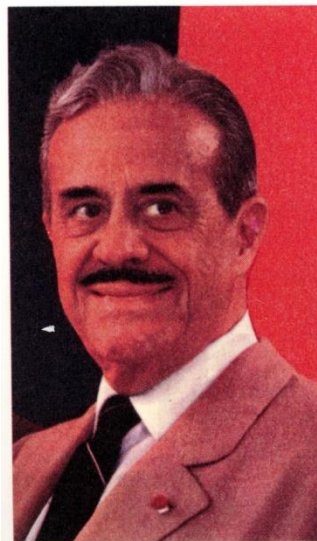


**Швейная машинка фирмы ЗИНГЕР.
1967 год.**



Р. Лоуи. Реклама междугородних перевозок. Междугородний автобус. 1954

С именем **Реймонда Лоуи** связаны понятие феномена универсальности и суждение, распространенное в 1960-е годы: «Дизайнер проектирует все - от иголки до самолета». Американская пресса в 1950-1960-е годы писала, что 75% жителей страны ежедневно так или иначе соприкасаются с изделиями, в создании которых участвовал Лоуи.



На его счету проекты бытовой техники, локомотивов, автомобилей, космических аппаратов, фирменные стили крупнейших производителей, в том числе «Кока-Колы», и многие другие проекты.



Боинг 707 раскраска предложена Р. Лоуи

Р. Лоуи на фоне спроектированного им локомотива, 1938



Рэймонд Лоуи, обновленный дизайн бутылки и разливное устройство для компании «Coca-Cola», ок. 1948



Лоуи создавал **имидж** американского образа жизни. И одновременно — имидж дизайнера как специалиста, которому подвластны красота и удобство всех вещей, окружающих человека.

В 1934 г. в музее «Метрополитен» (Нью-Йорк) на выставке «Современное промышленное искусство»

демонстрировался фрагмент идеального дизайнерского бюро



Р. Лоуи. Сигареты «Lucky Strike». 1942

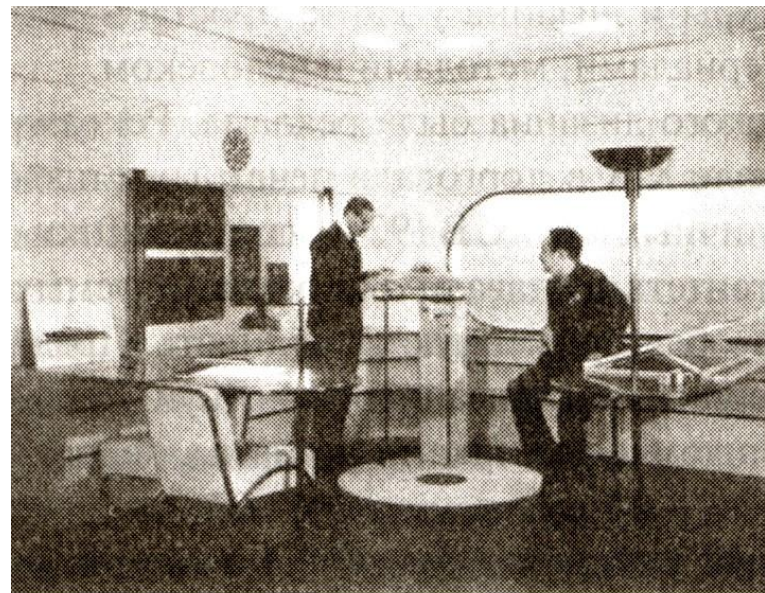


Рис. 54

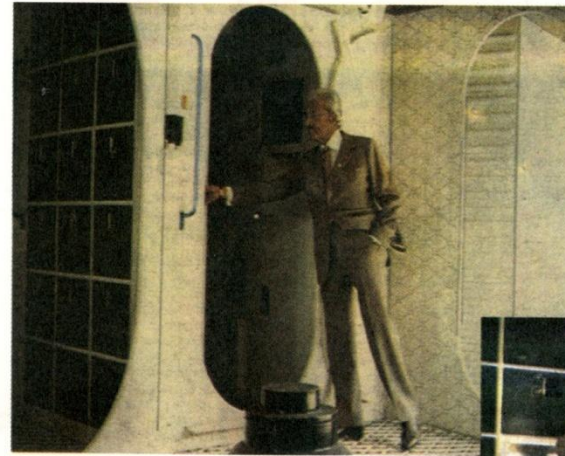
Р. Лоуи в дизайн-бюро. Имитация дизайн-бюро была выстроена в качестве действующего экспоната на выставке современного промышленного искусства в музее «Метрополитен». 1934



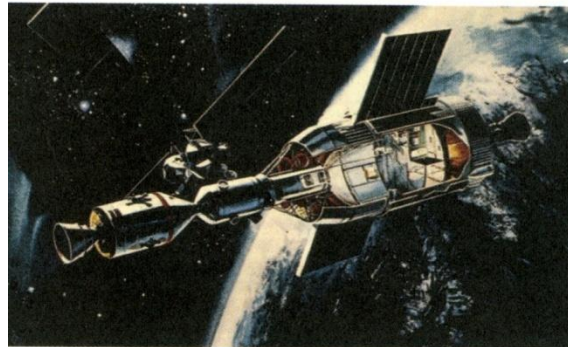
Проигрыватель, очки и автомобиль, 1962

Плодотворными
приобретшим
сенсационность
оказалось сотрудничество
Р. Лоуи с

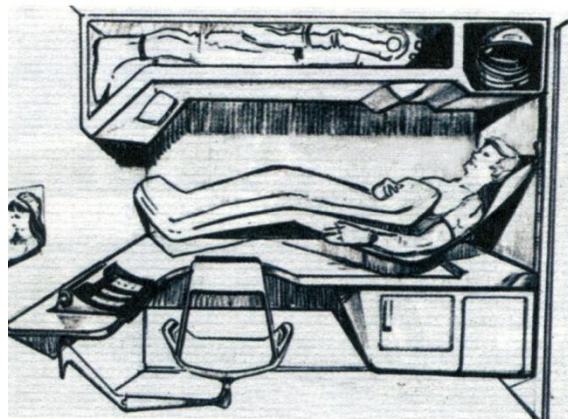
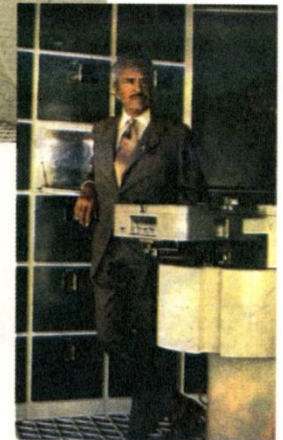
НАСА (Национальным
управлением по
аэронавтике и
исследованию
космического
пространства США):
работа над жилыми
отсеками космических
аппаратов «Аполлон» и
«Скайлаб», фирменным
стилем Управления,
включая форменную
одежду.



з



е



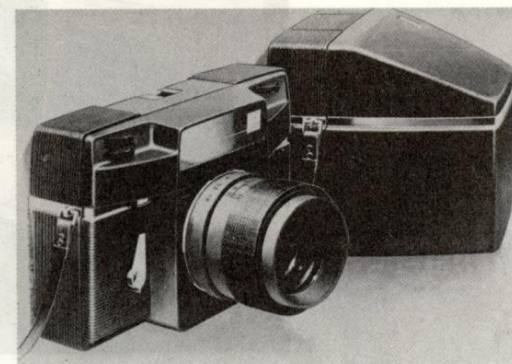
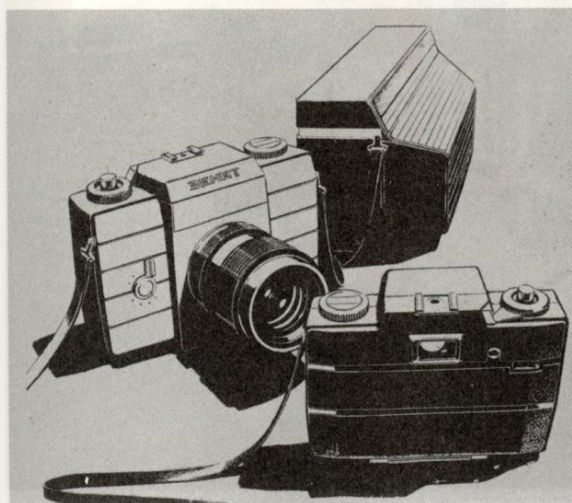
ж

Орби-
тальная космическая станция (е). Ри-
сунок отсека станции (ж). **Р. Лоуи** в
макете станции «Скайлаб» (з)

В 1953 году, когда Франция была центром Общего рынка Лоуи совместно с Э. Эндтом основал в Париже фирму «КЭЭ Р. Лоуи».

В начале 1970-х годов по инициативе эта фирма выполнила заказ и для Советского Союза.

Министерство внешней торговли СССР специально отобрало десяток изделий, представлявших потенциальный интерес для внешнего рынка. Среди отобранных изделий были автомобиль «Москвич», интерьер самолета «ТУ», фотоаппарат «Зенит», холодильник завода ЗИЛ, речной катер и др.

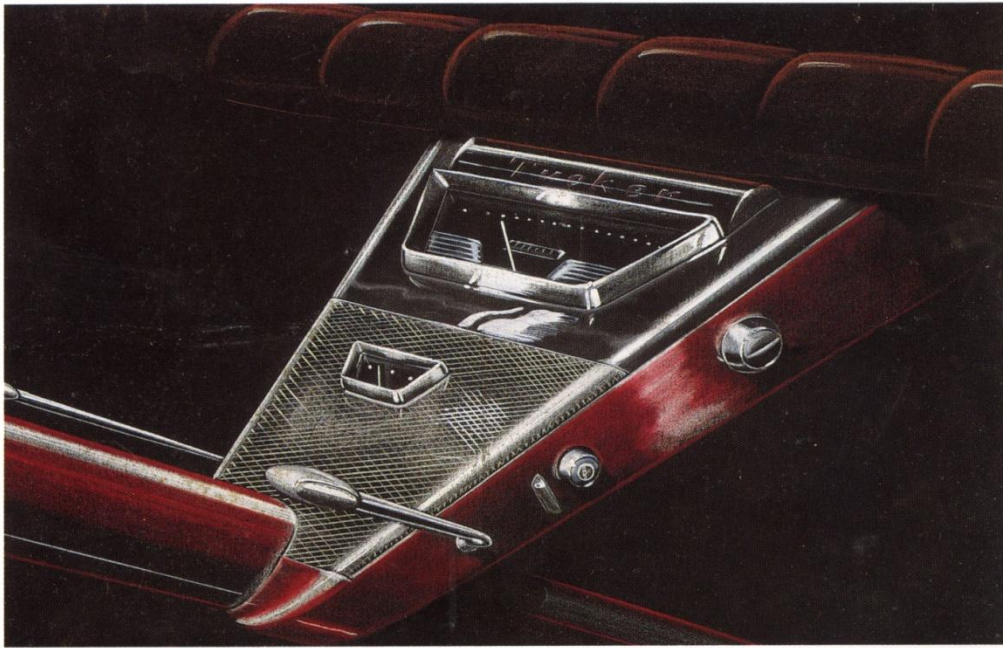


Проекты, созданные под руководством Р. Лоуи для советских предприятий, нач. 1970-х: автомобиль «Москвич» (а); зеркальный фотоаппарат «Зенит» – рисунок (б) и макет (в)

Стайлинг — особый тип формально-эстетической модернизации, при которой изменению подвергается исключительно внешний вид изделия, не связанный со сменой функции и не касающийся улучшения его технических или эксплуатационных качеств.

- Стайлинг ориентируется, прежде всего, на формирование коммерчески выгодного внешнего облика изделий, получение максимальной прибыли при их реализации.
- Стайлинг неразрывно связан с модой и с изменением предпочтений, как следствие этого, его находки недолговечны.

Стайлинг несет в себе программу возможных изменений формы, свободу выбора по отношению к одной и той же функции. В некоторых отраслях промышленности без стайлинга вообще трудно обойтись — при изготовлении часов, радиоприемников, при создании систем аттракционов, игровых автоматов и т.д.



Престон Такер и Гарри Миллер, проект автомобильной приборной панели для компании «Tucker of Chicago», 1946–1948

Наиболее впечатляющим образом эта тенденция выразилась в **хромированных** украшениях кузовов американских автомобилей 1950-х годов, и что более тревожно – в фактическом пренебрежении их безопасностью ради требований **стайлинга**.

Радиоприемник KNR, середина 1950-х



Радиоприемник, середина 1950-х

Основной тезис книги Лоуи «*Не останавливайся на хорошем*» («*Never Leave Well Enough Alone*») с подзаголовком «Личный опыт промышленного дизайнера от губной помады до локомотива» — **уродливое не продается**. Суть коммерческого дизайна в сочетании реальных и выдуманных удобств, понимании психологии покупателя, который с радостью примет новые, еще не испытанные функции и приятные для глаза формы.

Рэймонд Лоуи, измененный дизайн торгового автомата «Coca Cola»: до (слева) и после (справа), 1940-е



Большое влияние на стилистику американских автомобилей оказали проекты для компании «Студебекер», в частности, «Старлайнер» (1953), экспериментальная «Аванти» (1962) и др., ставшие новым словом в формообразовании. Американский стайлинг в те годы подвергался значительной критике со стороны ряда ведущих дизайнеров

«Студебекер» «Аванти»
(1962)





Завершающим этапом автомобильного дизайна явилась компания по созданию первого Экспериментального Безопасного Автомобиля **Experimental Safety Vehicle (ESV)**. Каждая компания шла своим путем к созданию автомобиля, в котором были применены большее, чем когда-либо количество технологий по улучшению его безопасности.

ESVW A practical, good-looking approach to crashworthiness, the ESV is designed to give accident survival answers within a framework of reasonable cost.




Restraint system front (above) and rear (below) has knee belt (hidden behind white tear-away seam) and shoulder belt. Shoulder belts move into stand-by position when car starts. All belts activate automatically in impacts over 15 mph.

Self-restoring rear bumper absorbs 5-mph impact with no damage. Massive trunk lid helps cushion blow in high-speed collisions.

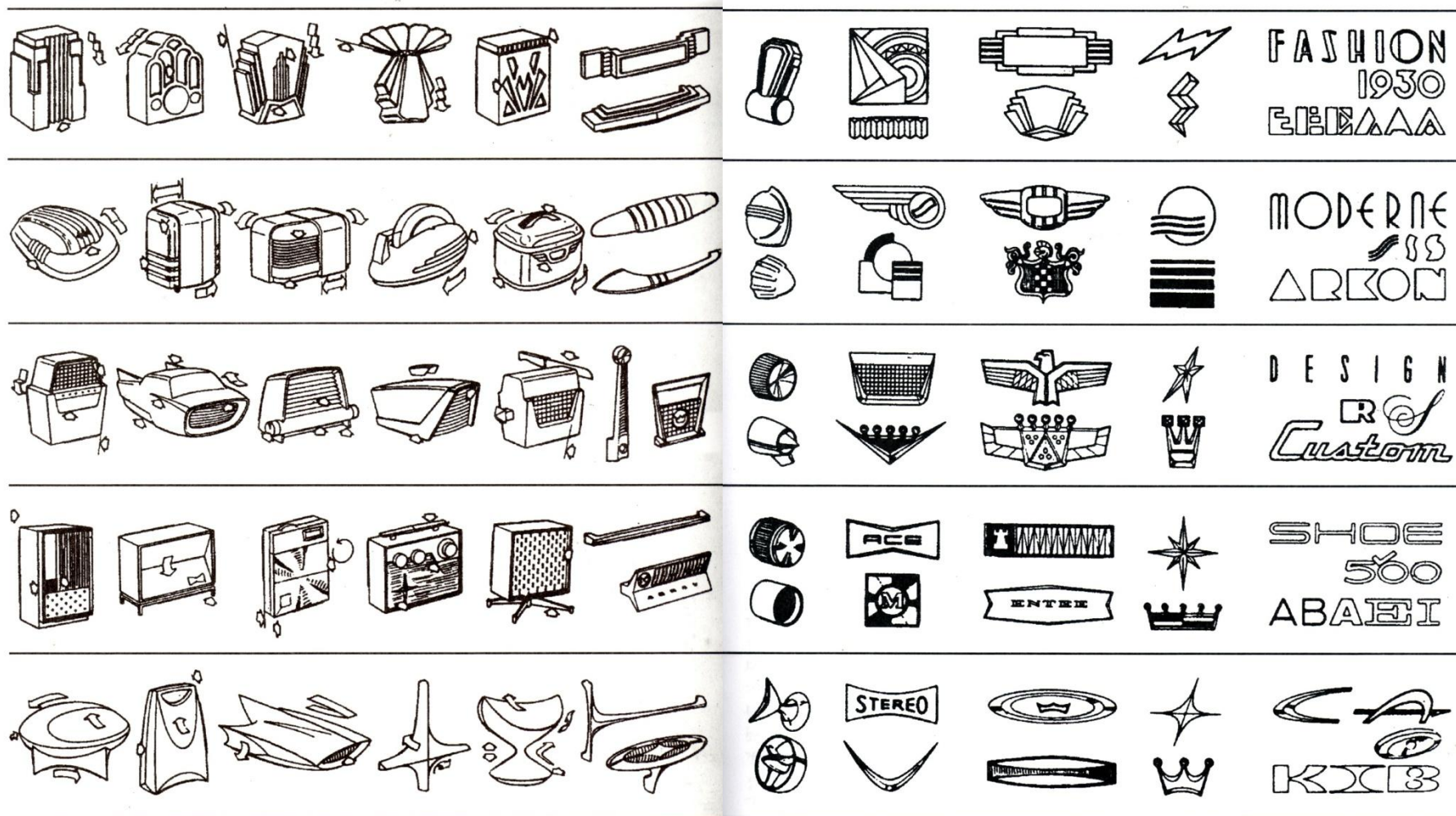


Front console separates occupants, houses control for automatic transmission and windows. Energy-absorbing wheel adjusts to fit any size driver.



Copyright © by Volkswagen of America, 1972. Printed in USA.

Дж. Джексон,, 1959. Схема формирования пяти ведущих стилей
 промышленной продукции в США 1930-1950-х годов:
**трапецевидный, аэродинамический, конусный, ящичный и
 скульптурный**

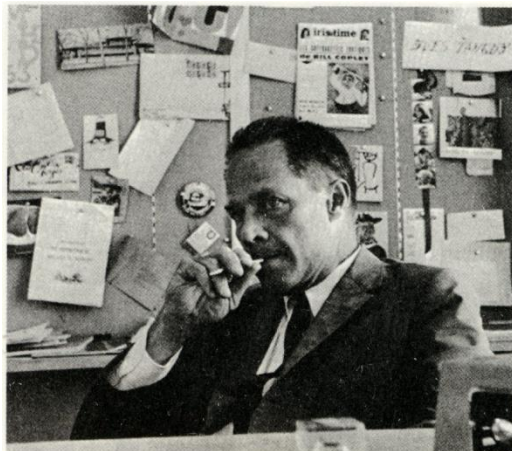


1950-е годы: «золотой век» дизайна США

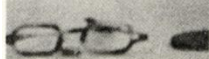
Лидеры второго поколения американских дизайнеров

- **Дж. Нельсон,**
- **Чарлз Имз,**
- **Элиот Нойес**
- **Ээро Сааринен и др.,**

В отличие от первого поколения, в основном, художников-декораторов и художников рекламы, дизайнеры второго поколения были архитекторами.



Элиот Фетт Нойес
(1910-1977),
известный
американский
архитектор и
дизайнер



a

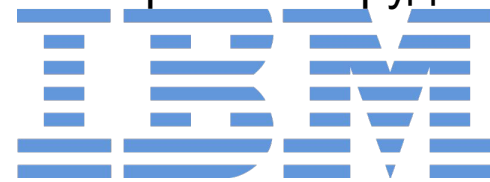
б



Элиот Фетт Нойес (1910–1977) – известный американский архитектор и дизайнер. Пишущая машинка «Селектрик», 1961 (а), и вычислительная машина «Система-360», 1964 (б), фирмы *IBM*

Э. Нойес учился у В. Гропиуса в Школе архитектуры Гарвардского университета (окончил в 1938), работал в Музее современного искусства в Нью-Йорке (1940-1945), где организовал ряд выставок под названием «Органический дизайн».

В 1947 году открыл собственную фирму. Создатель фирменного стиля компании **IBM**, разработчик дизайна первого поколения компьютерного оборудования.



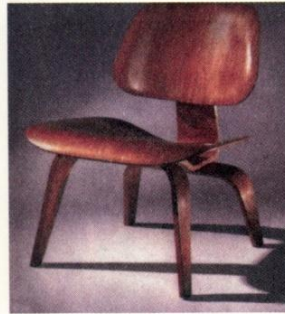
Логотип фирмы *IBM* - буквы рубленого шрифта, напоминающие развертку телевизионного экрана - был создан графиком Полом Рэндом

Чарльз Имз

(1907-1978), известный американский дизайнер, архитектор и педагог и Рэй Имз

(1912-1988);

Большинство дизайнерских проектов было создано ими совместно.



Чарльз Имз (1907–1978) – известный американский дизайнер, архитектор и педагог. Стул *LCV*, 1942–1946 (*a*). Кресло *PAV*, 1950 (*b*). Кресло-шезлонг с оттоманкой (модель «670»), 1956 (*в*), и алюминиевые кресла *PAC-1*, 1950–1953, с алюминиевыми обеденными столами, 1958 (*г*), фирмы «Герман Мюллер»

Имзы первыми применили в проектировании стульев пластик, усиленный стекловолокном (1951) и в дальнейшем продолжали поиски новых формообразующих возможностей этих материалов. В результате их мебель постепенно становилась все более обтекаемой, более скульптурной



Стул из гнутой клееной фанеры, 1946



Стул из пластика, усиленного стекловолокном, 1948
Первый пластиковый стул, выпущенный в массовое производство



Стул "La Chaise", пластик, усиленный стекловолокном, 1948



Стул из коллекции, созданной для выставки "Органический дизайн жилой среды", 1940



Кресло-шезлонг с оттоманкой, 1955

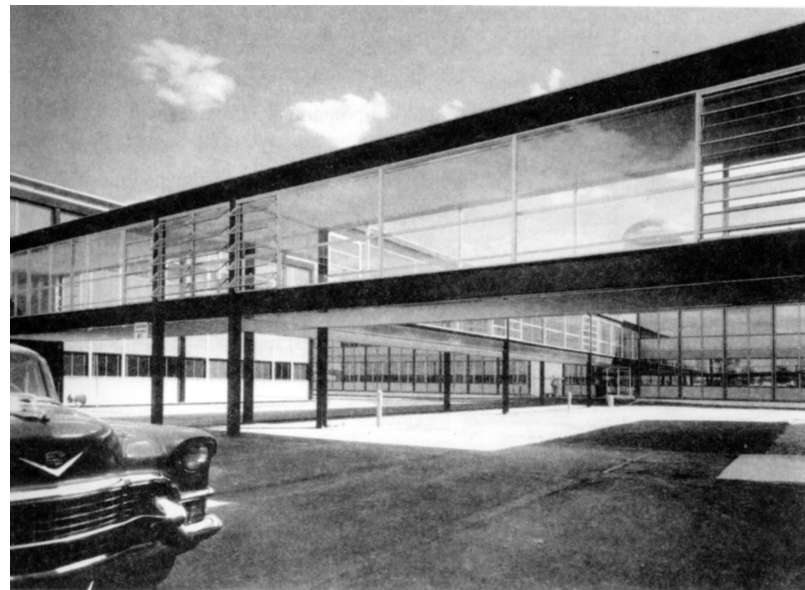
«Органический дизайн»

- Основой органического дизайна была концепция органической архитектуры, впервые сформулированная Ллойдом Райтом и Чарльзом Ренни Макинтошем в конце XIX века. Ее суть состояла в том, что отдельные элементы окружающей среды (начиная с вещей и мебели) должны визуальное и функционально вписываться в интерьер помещения, общую концепцию здания, которое само должно быть вписано в окружающую местность.

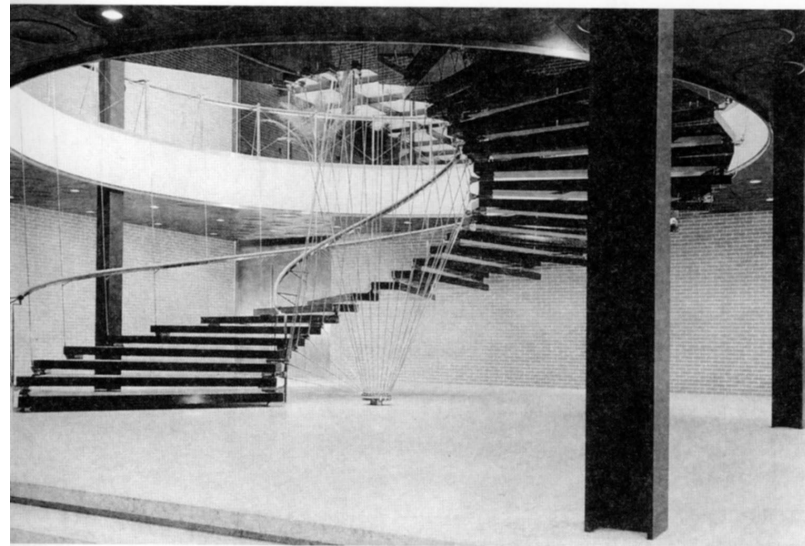
Ээро Сааринен (1910-1961),
известный американский
архитектор и дизайнер, оказал
заметное влияние на
американскую и мировую
архитектуру.



Технический центр «Дженерал Моторс».
1951-1955



*Технический центр компании «Дженерал Моторс» в Детройте,
1951 – 1955, арх. Э. Сааринен*



*Технический центр компании «Дженерал Моторс» в Детройте, интерьер,
1951 – 1955, арх. Э. Сааринен*



a



b

В начале 50-х годов **Э. Сааринен** разработал дизайн для Технологического Центра «General Motors», который стал первым в серии его блестящих проектов. Каждый новый заказ был для него чем-то вроде вызова его творческим способностям, и каждый раз Сааринен находил для их воплощения новые функциональные модели и формальное выражение.

Технологический центр компании «Дженерал моторс корпорейшн», США (a), и рекламные материалы компании (b), 1960-е

В качестве своеобразного «морального кодекса» современной архитектуры

Э. Сааринен выдвинул следующие положения:

- 1) Каждая эпоха должна создавать свою собственную архитектуру, исходя из собственной техники, и эта архитектура должна отражать дух своего времени.
- 2) Функциональная целостность.
- 3) Принцип конструктивности.
- 4) Признание пространства как важнейшего элемента архитектуры; новое восприятие пространства становится более важным, чем восприятие массы.

Его аэропорты сравнивали с летящими птицами, стадионы — с восточными храмами. В поисках нового экспрессионизма **Э. Сааринен** провозгласил, что «в нашей деятельности за всякой логической целью кроется эмоциональная первопричина»



Терминал TWA в аэропорту Кеннеди в Нью-Йорке, 1962



Аэропорт Даллес



Аэропорт имени Кеннеди. Интерьер зала

Параллельно с архитектурной деятельностью **Э. Сааринен** совместно с **Ч. Имзом** проектировал мебель, в которой он «спас» искусственный пластик как материал. В середине 1950-х годов Сааринен создал **коллекцию мебели «Пьедестал»**, в которую вошли круглые столы, стулья и кресла из белого пластика на центральной металлической опоре круглой формы. Эта необычно легкая мебель изящных очертаний (**производитель фирма «Кнолл»**) стала широко известной во всем мире.



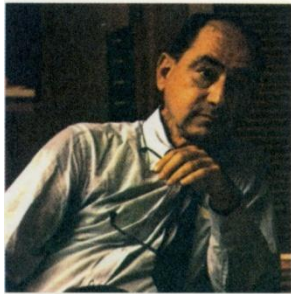
"Tulip chair"
Знаменитый стул
"Тюльпан" - на все
времена.



Ээро Сааринен. Кресло и стул из коллекции мебели «Пьедестал», 1950-е



Ээро Сааринен (для фирмы **KNOLL INTERNATIONAL**) в 1956 году создал свой знаменитый стул "Тюльпан" из коллекции "Пьедестал".



Джордж Нельсон
(1908-1986), архитектор,
критик, практик и теоретик
дизайна

a

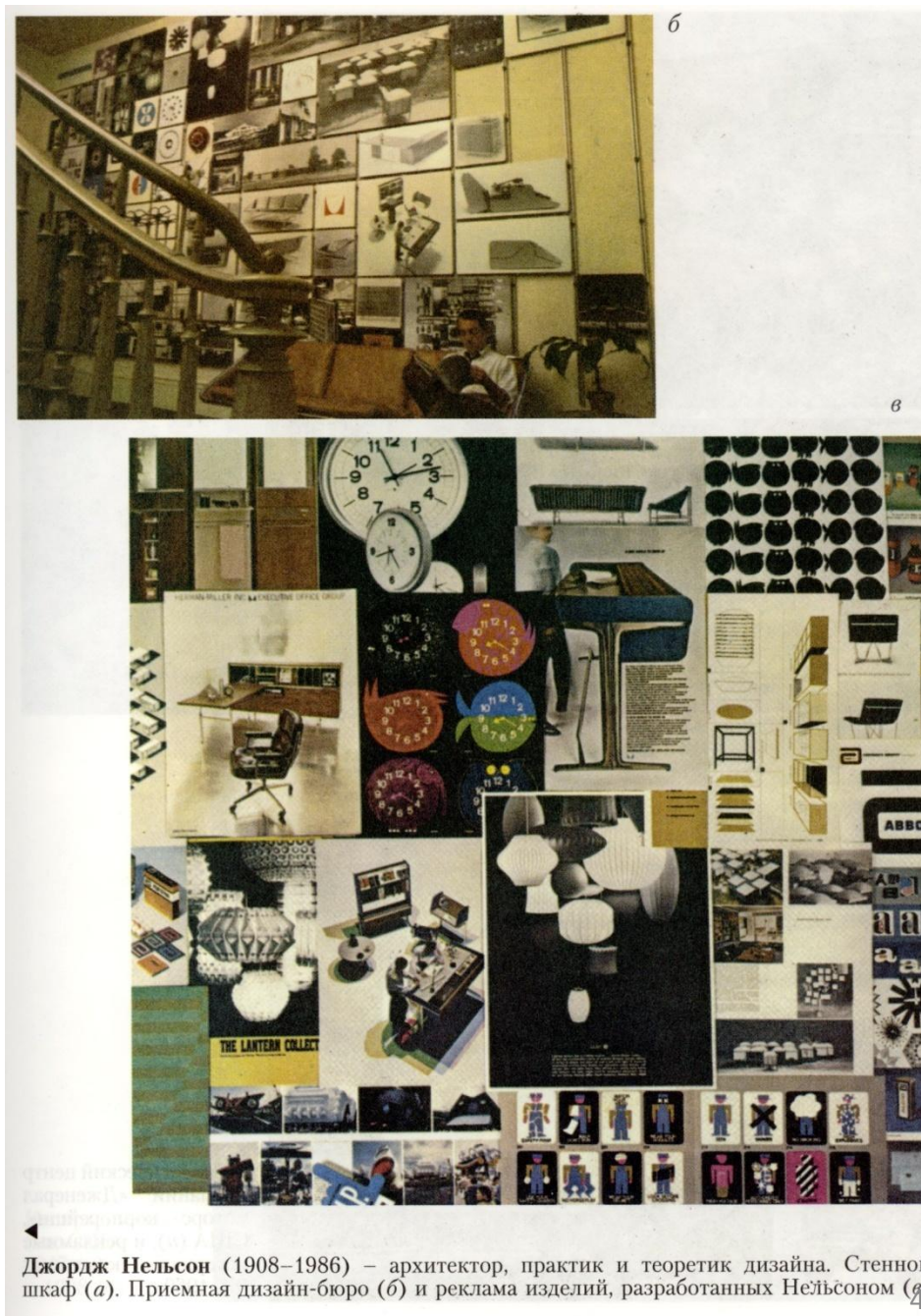


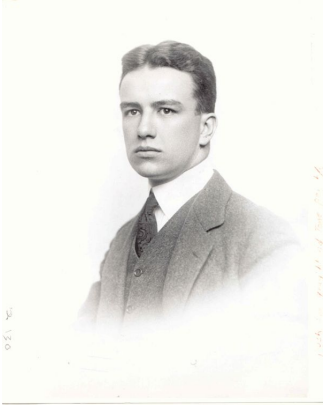
в 1945 году, после публикации в журнале «Лайф» сконструированной им «стены-стеллажа», был приглашен директором отдела в мебельную фирму «Герман Миллер».

Деятельность открытого Нельсоном в 1947 году бюро охватывала самые разнообразные отрасли: конструирование изделий и упаковок для них, унификацию промышленной продукции и архитектурных объектов.

Такой тип организации дизайнерской деятельности, получивший название «**consultancy**» — проектно-консультационного бюро, на рубеже XX—XXI вв. стал наиболее распространенным.

Д. Нельсон считал, что дизайнер - это, в сущности, художник, хотя орудия его труда несколько отличаются от орудий его предшественников. Важнейшим дизайнерским свойством формы изделия Нельсон считал «правдивость отражения его внутренней сущности», т.е. культурно-ценностной функции изделия. Дизайн, по **Нельсону**, наделен служебной ролью. Перед дизайнером стоят несколько задач: первая, сложившаяся исторически, состоит в том, чтобы придавать изделиям более привлекательный вид, чем и способствовать их сбыту



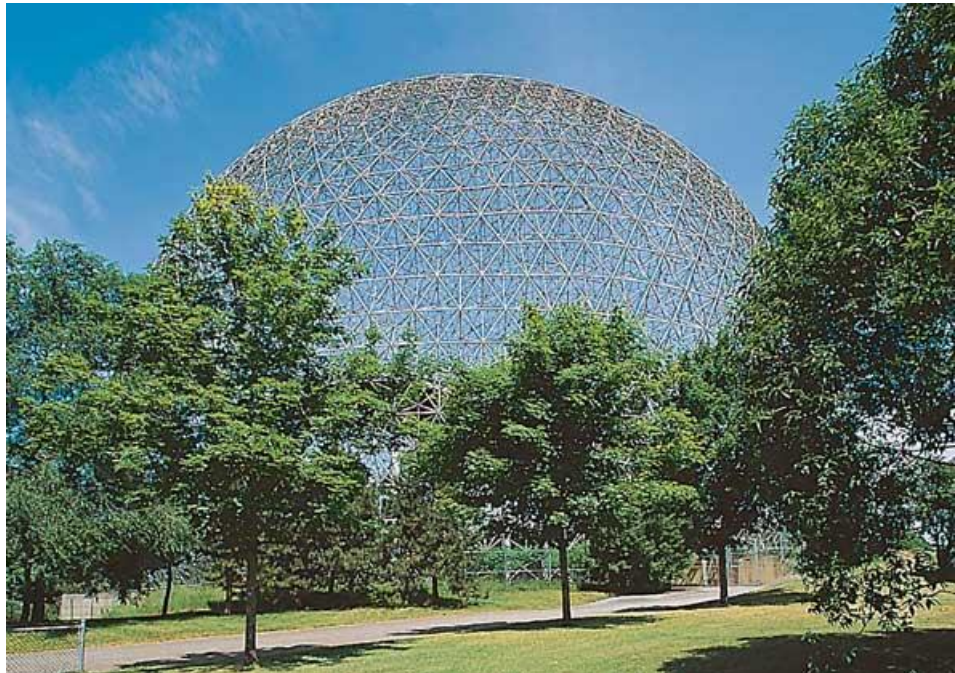


Ричард Бакминстер Фуллер (1895-1983), известный американский архитектор, дизайнер, инженер и педагог.

С 1947 он разрабатывал пространственную конструкцию «геодезического купола» (полусферы, собранной из тетраэдров), которая стала одной из крупнейших конструктивных новаций 20 в.



**Геодезический купол.
Архитектор Ричард
Бакминстер Фуллер.**





Павильон США на выставке в Монреале, 1967

1950-начало 1960-х годов связано со все большим вниманием к исследованию рынка - маркетингу.

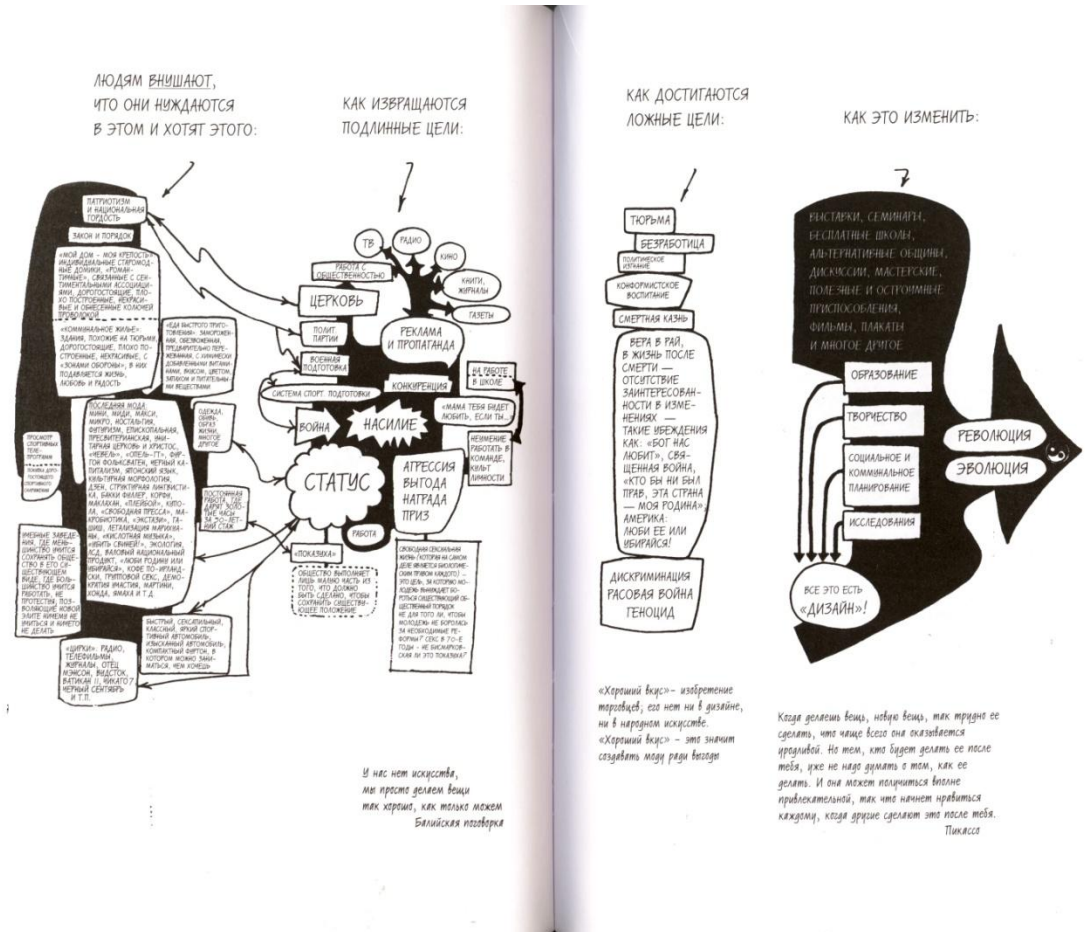
- В Америке 1950-х годов не было проблем с производством, трудности начинались в потреблении, которое не должно было отставать от производства. Большинство дизайнеров «старой» школы приводило в бешенство радостное одобрение «кратного срока годности».
- Была усовершенствована «техника выращивания потребителя для продукции». Все больше выпускается «вещей разового потребления»: посуды, одежды и даже мебели. Это, в свою очередь, послужило основой экологической проблемы: накапливались горы мусора.

Виктор Папанек
Дизайн
для
реального
мира



Виктор Папанек (1925-1998) был американцем в первом поколении. Основу мировоззрения Папанека заложили идеи Франка Ллойда Райта («Органическая архитектура»).

Дизайнер-практик, педагог, доктор философии, он написал и издал книгу «Дизайн для реального мира» (1971), переизданную более чем на двадцати языках мира, которая перевернула привычные представления о дизайне и принесла автору мировую известность.



Страница из книги В. Папанека «Дизайн для реального мира»

Считая, что с развитием массового производства, автоматизации и средств массовой коммуникации значение дизайна будет расти, он указывал на шесть наиболее важных с его точки зрения направлений развития американского дизайна:

- проектирование медицинского оборудования,
- научных приборов,
- обучающих машин,
- оборудования для нетрудоспособных людей, страдающих каким-либо физическим недостатком,
- систем для сохранения человеческой жизни в критических условиях,
- новых изделий для развивающихся стран и наиболее отсталых в экономическом отношении районов земного шара.



Алексей Бродович (1898 -1971) - дизайнер-график в корне изменил облик иллюстрированных изданий и особенно журналов моды.

Являлся арт-директором журнала «Harper's Bazaar» и работал в дизайнерском журнале «Portfolio», посвященном графическому дизайну и всему, что с ним связано.



В послевоенные годы дизайн в США получил широчайшее распространение, выступая своеобразным посредником между искусством, промышленностью и потребителем. Развитие дизайна было связано, в основном, с университетами, общественными организациями, местными дизайнерскими центрами. В 1970-е годы действовали более 1500 дизайнерских фирм

- в 1938 году был основан Институт дизайна, который, не ставя своей целью извлечение прибыли, объединял людей, чья профессия так или иначе связана с дизайном.
- В 1944 году Р. Лоуи, У.Д. Тиг, Г. Дрейфус выступили инициаторами создания американского Общества промышленных дизайнеров.
- В 1965 году Институт дизайна и общество объединились в Общество дизайнеров Америки (*IDS*A), которое в конце 1960-х годов насчитывало 650 действительных членов.

В США также
функционировали
Национальное общество
дизайнеров по интерьеру,
Американский институт
дизайнеров по интерьеру,
Совет по упаковке и
целый ряд других
организаций

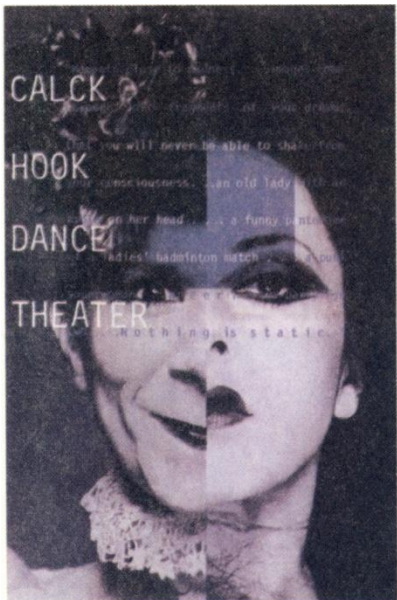


Американская кухня.
1950-е

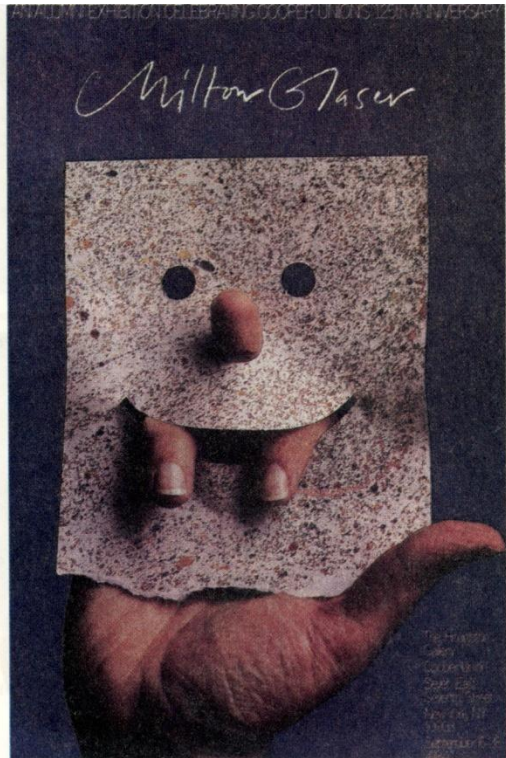


Интерьеры офи-
сов, США:
1947 (а)
и 1998 (б)





Джейн Кострин и Дейвид Стерлинг. Брошюра танцевального театра «Калк хук», 1980-е



Милтон Глейзер. Плакат для выставки «Купер юнион алумни», 1984



Пол Рэнд. Эмблема компьютера «Некст»

Плакат выставки «Графика США», 1963



Графический дизайн обложек американских журналов, 1980-е