

Міністерство освіти і науки України

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Факультет педагогічний
Кафедра образотворчого і декоративно-прикладного мистецтва та
реставрації творів мистецтва

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ Урсу Н. О.

«__» _____ 2019 р.

Дипломна робота
Магістра

з теми: **«ГРАФІЧНА МОВА РЕКЛАМНОЇ ПРОДУКЦІЇ»**

Виконала:
студентка 1 курсу,
ДРМ1-М18 групи
02 культура і мистецтво
123 образотворче мистецтво,
декоративне мистецтво,
реставрація
Корній Діана Віталіївна

Керівник: І. С. Підгурний,
кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри ОДПМ та РТМ

Рецензент: О. А. Кліщ,
кандидат мистецтвознавства,
старший викладач кафедри
ОДПМ та РТМ

Кам'янець-Подільський – 2019 рік

ЗМІСТ

| | |
|--|-----------|
| ВСТУП..... | 3 |
| РОЗДІЛ І. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОЇ ГРАФІКИ ЯК ГАЛУЗІ ЗНАНЬ | 6 |
| 1.1 Бібліографічний аналіз літературних та мистецьких джерел | 6 |
| 1.2 Методологія дослідження дизайну рекламної графіки | 12 |
| РОЗДІЛ 2 ТРАНСФОРМАЦІЯ СУЧАСНОЇ ГРАФІКИ..... | 17 |
| 2.1. Тенденції розвитку комп'ютерної графіки..... | 17 |
| 2.2. Авторський стиль у графічному дизайні..... | 32 |
| 2.3 Яскраві українські представники графічного дизайну | 40 |
| РОЗДІЛ 3. ПРИЗНАЧЕННЯ СУЧАСНОЇ ГРАФІКИ..... | 52 |
| 3.1 Графіка в рекламній індустрії..... | 52 |
| 3.2 Алгоритми роботи комп'ютерної графіки..... | 62 |
| 3.3 Алгоритм створення практичної частини | 77 |
| Висновки | 80 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 83 |
| ДОДАТКИ..... | 92 |

ВСТУП

Актуальність теми дослідження.

Упродовж останніх десятиріч відбувається інтенсивна інформатизація суспільства. Інформаційно-комп'ютерні технології проникають у всі сфери суспільного життя, у побут людей, стають невід'ємною частиною їх культури. На зміну індустріальному приходить інформаційне суспільство.

У теперішній час, завдяки грандіозному розвитку комп'ютерної техніки, деякі сторони нашого життя неможливо уявити без застосування комп'ютерних технологій, у тому числі без комп'ютерної графіки. Це:

- усі види поліграфічних процесів;
- майже вся рекламна індустрія;
- телебачення;
- моделювання нових видів одягу;
- проектно-конструкторські розробки тощо.

На базі засобів комп'ютерної графіки й інших прогресивних технологій останнім часом з'явилися зовсім нові, не схожі ні на що раніш відоме, напрямки виробництва, професії, навіть середовища та взаємостосунки. Найбільш актуальною є сфера реклами та формування її графічними засобами – графічним дизайном.

Мета дослідження: дослідити роль графіки як образної візуалізації ідей практичності та естетичності у рекламній індустрії.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати сучасні дослідження про комп'ютерну графіку.
2. Розглянути методологію дослідження.
3. Звернути увагу на тенденції в сфері комп'ютерної графіки.
4. Розглянути зразки стилів авторів.
5. Проаналізувати українських графіків.
6. Розглянути взаємозв'язок графіки і реклами.
7. Дослідити алгоритми роботи комп'ютерної графіки.

8. Описати взаємозв'язок практичної і теоретичної частин магістерської роботи

Об'єкт дослідження: технічні способи вираження рекламного повідомлення засобами комп'ютерної графіки.

Предмет дослідження: функції графічної символіки в мові реклами.

Хронологічні межі дослідження: історія графіки розпочинається з мистецтва «примітивних» знаків перших людей і є актуальним об'єктом вивчення сьогодення.

Методи дослідження. Для виконання завдань дослідження застосовано наступний методологічний діапазон з огляду на те, що рекламний дизайн має транссистемний (наскрізний) інтегративний характер, тобто виходить за межі певних соціально-економічних систем, а мультимодальний підхід (змішаний) виявляється найбільш доцільним і повним для розуміння сутності реклами. Це дозволяє максимально поєднувати й використовувати переваги кожного з обраних методів: системно-структурного, соціокультурного, аксіологічного, історикомистецтвознавчого, компаративного, синергетичного та семіотичного.

Наукова новизна дослідження:

1. Простежено передумови виникнення та хронологію створення графічного мистецтва.
2. Виявлено особливості комп'ютерної графіки у дизайні.
3. Досліджено графічне мистецтво при створенні реклами.

Практичне значення дослідження. Дослідницькі результати можуть бути використані:

1. Для пізнання комп'ютерної графіки.
2. Для поглибленого вивчення графічних прийомів.
3. На вивчення інших тенденцій розвитку сучасного графічного дизайну в Україні й за кордоном.

Апробація результатів дослідження. Результати практичної частини магістерської роботи використані в створенні рекламної продукції Кам'янець-

Подільському університету імені Івана Огієнка до дня святкування 100-річчя; створення поліграфічної продукції, оформлення українськомовного та англкомовного сайту для факультета англійської філології та лінгвістичного центру; розробка афіш та оголошень.

Публікації.

1. Стаття на тему «Графічна роль рекламної продукції», Д. Корній, І. Підгурний, 24-та міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Гуманітарний простір науки: досвід і перспективи».
2. Стаття на тему «Формування авторського стилю в сучасному мистецтві комп'ютерної графіки», Д. Корній, І. Підгурний, «Фундаментальні та прикладні дослідження: сучасні науковопрактичні рішення та підходи», «Міждисциплінарні перспективи».

Структура й обсяг дипломної роботи. Текстова частина бакалаврської роботи складається зі вступу, 3-х розділів та 8-х підрозділів, висновка, списку використаної літератури, додатків (ілюстративної частини). Загальний обсяг бакалаврської роботи: 82 сторінки основного тексту, список використаних джерел кількістю 80 та додатки.

Висновки

Часто зустрічається думка, що дизайн реклами проста і зрозуміла річ. Судіть самі, неправильно підібраний розмір шрифту, перенасичене рекламне повідомлення й інші помилки непрофесіонала зроблять рекламу абсолютно неефективною. Немає нічого гірше креативної неефективної реклами, за який відповідає графічне оформлення. Останніми роками графічний дизайн неодноразово був об'єктом мистецтвознавчого аналізу. Велика кількість мистецтвознавців та науковців досліджували комп'ютерні технології, комп'ютерну графіку, як самостійний предмет та у симбіозі з дизайном, зокрема у рекламній сфері. Серед них: І. Павлов, А. Макарова, О. Квітки, В. Даниленка, К. Ньюарка, Е. Тумлоу, С. Прищенка, Ш. і П. Філь, Л. Чернюх та ін.

Під час дослідження даної теми магістерської роботи застосовано наступний методологічний діапазон з огляду на те, що рекламний дизайн має транссистемний (наскрізний) інтегративний характер, тобто виходить за межі певних соціально-економічних систем, а мультимодальний підхід (змішаний) виявляється найбільш доцільним і повним для розуміння сутності реклами. Це дозволяє максимально поєднувати й використовувати переваги кожного з обраних методів: системно-структурного, соціокультурного, аксіологічного, історикомистецтвознавчого, компаративного, синергетичного та семіотичного. Застосовані методи дослідження виявили, що рекламна графіка сформувалася значно раніше за дизайн у контексті його становлення та еволюції як професійного виду діяльності на засадах розвитку промисловості та виробництва.

Комп'ютерна графіка застосовуються при розробці мультимедійної, рекламно-поліграфічної продукції, а також у проектуванні WEB-ресурсів: сайтів, порталів, банерної реклами, пошукових систем, електронних видань, мобільних додатків (WEB-дизайн, який поступово відокремився в самостійну

галузь). Рекламний дизайн (або комунікативний) як різновид графічного дизайну є синтетичною та більш специфічною художньо-проектною діяльністю, де задіяні маркетинг, соціологія, психологія реклами, економіка і культурологія. Тенденції розвитку цієї сфери описуються словосполученням – активний розвиток, оскільки з кожним днем комп'ютерна графіка охоплює все більший контент.

Авторський стиль – це важлива та впливова рушійна сила, що допомагає вирізнитись авторам серед інших. Завдяки авторському стилю на ринку існує конкуренція та попит. Одним із завдань роботи митця є осмислення дизайну в контексті зміни наукових, культурних і проектних парадигм, що прояснюють його генезис і сутність. Після засвоєння цього автор, художник, митець стає дизайнером – людиною, що крокує у ногу із часом.

Перші асоціації із створенням графіки – це класичні техніки естампу, графічного рисунку (тушшю, графітом, аквареллю, пастеллю, кольоровими олівцями та лайнерами, акрилом, олією, змішаними техніками), а також аплікації чи колажу, які все ще затребувані у графічному дизайні. Проте сучасна комп'ютерна графіка, існуючи самостійно, здатна відмовитися від них і це, безумовно, надає їй більше можливостей та меншої затрати часу і матеріалів для створення високоякісних ілюстрацій. Основні види графіки – це растрова, векторна та фрактальна. Найбільш застосовується у рекламі – растрова, проте варто зважати на європейські тенденції і картину, що складається загалом.

Стилі сучасних авторів-графіків перегукуються із майстрами, що зароджували українську графіку. Існують є мінуси в українській рекламній графіці на сучасному ринку. Оновна причина того, що цільова аудиторія майже не звертає свою увагу на рекламні звернення полягає у перенасиченості комунікативного простору України такими ж повідомленнями. Тому для привернення уваги, активізування сприйняття потрібно створювати друковану рекламу, яка повністю виділяється серед інших видів реклами.

Графічний дизайн неодноразово був об'єктом мистецтвознавчого аналізу. Графічний дизайн, основним засобом якого є графічне зображення, малюнок. Завданням графічного дизайну є проектування таких різновидів графіки, як плакат, знак, упаковка, оформлення періодичних видань, дизайн книги та інші візуальні форми рекламної графіки. Хронологічно рекламна графіка, як прикладна ланка графічного мистецтва, сформувалася значно раніше за графічний дизайн. Цей термін вживають і в наукових та навчально-методичних працях колеги європейського простору. Синонім «комерційна графіка» більш характерний для американського та східного простору. В якості зображальних засобів, окрім малюнків, використовують фотографію, фотоколаж, типографіку, комп'ютерну графіку, їхню комбінацію. Галузь рекламного дизайну розглянуто як вид художньо-проектної культури, що інтегрує теоретичні і практичні аспекти графічного дизайну, реклами та маркетингу.

Вивчені матеріали теоретичної частини застосувались на практиці при створенні дизайну рекламної продукції та поліграфії. А також при малюванні пейзажів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ай-стопер. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://marketing.academic.ru>. – Назва з екрана. Ай-стопер.
1. Алгоритм растрової графіки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kgraph.narod.ru/lectures/2_1.htm. – Назва з екрана.
2. Алданькова Г. В. Комп'ютерна графіка в рекламі: лаборатор. практикум: навч. посіб. / Г. В. Алданькова. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 256 с.
3. Антонович Є. А., Васишин Я. В., Шпільчак В. А. Російсько-український словник-довідник з інженерної графіки, дизайну та архітектури: Навч. посібник. – Львів: Світ, 2001. – 240 с.
4. Антонович Є. А. Дизайн реклами: методологічні підходи / Є. А. Антонович, С. В. Прищенко // Духовність особистості: методологія, теорія і практика. – № 5 (52). – 2012. – С. 36-43.
5. Башта О. Т. Комп'ютерна графіка: Навчальний посібник / Укл.: О. Т. Башта, О. В. Джурик, В. І. Макаров. – К.: НАУ, 2001. – 88 с.
6. Бедрик-Білан Х. Георгій Нарбут (1886-1920) - графік, педагог /
7. Х. Бедрик-Білан., М.Гнатюк, Л. Громовенко та ін. // 100 найвідоміших українців / [та ін.]; під заг. ред. Ю. Павленка. – К.: ТОВ «Автограф», ТОВ «КД «Орфей», 2005. – 640 с.
8. Близнюк М. М. Метод творчих дослідницьких проєктів як основа формування інформаційної культури фахівців художньо-мистецьких спеціальностей // Комп'ютерно-орієнтовані системи навчання: Зб. наук. праць. Редкол. – К.: НПУ ім.М.П.Драгоманова. – Випуск 3. – 2001. – С. 95-101.
9. Божко Т. О. Креативність у структурі підготовки дизайнерів-графіків / Т. О. Божко // Київ-Чернівці: Видавничий дім "Родовід", 2009. – С. 211-213.

10. Браїлов А. Ю. Інженерна комп'ютерна графіка / А. Ю. Браїлов. – К.: «Каравела», 2007. – 176 с.
11. Векторна графіка. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.edufuture.biz/index.php?title=Стаття_на_тему:_Векторна_графіка – Назва з екрана. Векторна графіка.
12. 4. Величко О. М. Видавничо-поліграфічна справа: Практикум з проектування і розрахунку технологічних і виробничих процесів [Текст]: навч. посіб. / О. М. Величко. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2009. – 520 с.
13. Виготовлення сувенірної продукції. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.awards-vs.com/making_of_souvenir_products_uk – Назва з екрана. Виготовлення сувенірної продукції.
14. Види комп'ютерної графіки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://stud.com.ua/43376/informatika/inshi_vidi_kompyuternoyi_grafiki – Назва з екрана. Растрова графіка.
15. В'юник А. Українська графіка XI – початку XX ст. / А. В'юник – К.: Мистецтво, 1994. – 328 с.
16. Графічний дизайн друкованої реклами в українських ЗМІ. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://naub.oa.edu.ua/2013/hrafichnyj-dyzajn-drukovanoji-reklamy-v-ukrajinskyh-zmi/> – Назва з екрана. Графічний дизайн.
17. Курс «Графічний дизайн та реклама». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://platfor.ma/mozhливosti/courses/kurs-grafichnii-dizain-ta-reklama-profesional/> – Назва з екрана. Графічний дизайн та реклама.
18. Греченко В. А. Історія світової та української культури: Підруч. для вищ. закл. Освіти / В. А. Греченко, І. В. Чорний, В. А. Кушнерук, В. А. Режко. – К.: Літера, 2009. – 464 с.
19. Гільоші. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://advertising_polygraphy.academic.ru/115/Гільоші – Назва з екрана. Реклама і поліграфія.

20. Гладун О. Д. Формування національної моделі товарного знаку / О. Д. Гладун // Вісник ХДАДМ. – Харків, 2002. – №3. – С. 308-310.
21. Даниленко В. Майбутнє європейського дизайну: Чехія, Польща, Україна / В. Я. Даниленко. – Харків: Колорит, 2007. – 197 с.
22. Даниленко В. Дизайн центрально-східної Європи: Монографія / В. Я. Даниленко. – Харків: ХДАДМ, 2009. – 172 с.
23. Даниленко В. Дизайн: термінологічний аспект // Українська академія мистецтва: дослідницькі та наук.-методичні праці. 2005. Вип.12. С. 221-227.
24. Даниленко В. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури / Віктор Даниленко. – Х.: ХДАДМ – «Колорит», 2005. – 243 с.
25. Дизайн поліграфічної продукції. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://leosvit.com/srv/design/polides> – Назва з екрана. Дизайн поліграфічної продукції.
26. Дмитрієва В. В. Рекламне повідомлення як носій візуальної комунікації [Електронний ресурс] / В. В. Дмитрієва – Режим доступу до ресурсу: <http://masters.donntu.org/2012/fknt/dymchak/library/article5.htm>.
27. Дунець Р. Б. Аналіз та синтез топологій комп'ютерних видавничо-поліграфічних систем. Українська академія друкарства. / Р. Б. Дунець – Л. : НВФ "Українські технології", 2003. – 192 с.
28. Дурняк Б. В. Видавнича справа та поліграфічна діяльність в Україні [Текст]: моногр. / Б. В. Дурняк, А. М. Штангрет, О. В. Мельников, Я. М. Угрин ; М-во освіти і науки України. Укр. акад. друкарства ; рец.: М. І. Сенченко, О. М. Величко, Є. М. Палига. – Львів : Українська академія друкарства, 2009. – 150 с.
29. Дмитрієва В. В. Рекламне повідомлення як носій візуальної комунікації [Електронний ресурс] / В. В. Дмитрієва – Режим доступу до ресурсу: <http://masters.donntu.org/2012/fknt/dymchak/library/article5.htm>.

30. Дорошенко Ю. О. Комп'ютерна графіка: розкриємо секрети програмної реалізації візуальних спецефектів статичних зображень // Комп'ютер у школі та сім'ї/ Ю. О. Дорошенко – 1998. – №1. – С. 43-47.
31. Дизайн // Великий тлумачний словник сучасної української мови: Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – Ірпінь: ВТФ Перун, 2009. – 294 с.
32. Дурняк Б. В. Розробка і дизайн рекламних видань: навч. посібник / Б. В. Дурняк, А. Є. Батюк. – Львів: Українська акад. друкарства, 2016. – 315 с.
33. Духанин К. П., Егоров Ф., Лукинов Б. П., Седов К. М., Чарнецький Я. Я. Види изобразительного искусства. – Ленинград: Учпедгиз, 1959. – 272 с.
34. Затиначий Я. П. Українське мистецтво першої половини ХІХ ст. – К.: Мистецтво, 2009. – 100 с.
35. Історія виникнення та розвитку комп'ютерної графіки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://phm.cuspu.edu.ua/nauka/naukovo-populiarni-publikatsii/891-istoriya-vynuknennya-ta-rozvytku-komp-yuternoyi-hrafiky.html> – Назва з екрана. Історія виникнення та розвитку комп'ютерної графіки.
36. Кордон М. В. Українська та зарубіжна культура: Курс лекцій. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 584 с.
37. Косів В. Національні моделі і глобалізація графічного дизайну другої половини ХХ ст. / В. Косів – Львів: ЛАМ, 2003. – 397 с.
38. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну/М. Я. Куленко// Підручник. – К.: Кондор, 2006. – 492с.
39. Куценко М. Я. Основи графічного дизайну / М. Я. Куценко. – Вид. 2-е, доп. і випр. – К.: Кондор, 2007. – 492 с.
40. Лагутенко О. Нариси з історії української графіки ХХ століття [Текст] / О. Лагутенко. – К.: Грані-Т, 2007. – 168 с.
41. Матвієнко О. Інтернет як технологія підтримки інформаційної діяльності в галузі мистецтва // Мистецтво і освіта. – 1999. – №4. – С. 49-52

42. Мигаль С. П., Дида І. А., Казанцева Т. Є. Біоніка в дизайні просторово-предметного середовища//Навчальне видання. Видавництво Львівської політехніки, Львів 2014. – С. 16-17.
43. Мигаль С. П. Теоретичні основи біодизайну просторовопредметного середовища/С. П. Мигаль, Т. Є. Казанцева // Сучасні проблеми архітектури і містобудування: нау-техн. зб. / відпр. ред. М. М. Дьомін. – К., КНУБА, 2012. – С. 143-156.
44. Микитюк І. М. Графічні засоби як носії прагматичного значення у тексті [Електронний ресурс] / І. М. Микитюк – Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/SND/Philologia/7_mikitjuk.doc.htm.
45. Моргунов Є. Б. Людські фактори в комп'ютерних системах. М.: Тривола, 1994. – 272 с.
46. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe – Назва з екрана. Рекламний дизайн.
47. Ратнічин В. М. Перспектива. – К.: Вища школа, 1977. – 135 с.
48. Удріс Н. Дизайн рекламної комунікації: етнічний аспект / Н. Удріс // Молодь і ринок. – 2010. – № 11. – С. 73-78. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mir_2010_11_17.
49. Пасічний А. М. Образотворче мистецтво. Словник-довідник / А. М. Пасічний. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2003. – 216 с.
50. Переваги векторного способу опису графіки над растровим. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://stud.com.ua/43371/informatika/perevagi_vektornogo_sposobu_opisu_grafiki_gastrovim – Назва з екрана. Переваги векторного способу опису графіки над растровим.
51. Попова, А. В., Принцип ребрендинга айдентики для УО "Витебский государственный технологический университет / И. Л. Кириллова, М. А. Скурчаева; И. Л. Кириллова, М. А. Скурчаева // Материалы докладов 51-ой Международной научно-технической конференции преподавателей и

студентов, Витебск, 2018 г. / УО "ВГТУ". – Витебск, 2018. – С. 41-43. – Библиогр.: с. 137

52. Прищенко С. В. Художньо-естетичні аспекти реклами / С. В. Прищенко // Мистецтвознавство України: збірник наук. праць Академії мистецтв України. – К.: СПД "Пугачов", 2007. – Вип. 8. – С. 111–118.

53. Програмні засоби для роботи з зображеннями. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://stud.com.ua/43382/informatika/programni_zasobi_roboti_zobrazhennyami – Назва з екрана. Програмні засоби для роботи з зображеннями.

54. Сувенірна продукція – багатофункціональний предмет реклами. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://leosvit.com/art/suvenirna_produkcia – Назва з екрана. Сувенірна продукція.

55. Тенденції розвитку сучасного графічного дизайну: повернення до рукотворності. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.visnik.org/pdf/v2015-04-09-sbitneva.pdf> – Назва з екрана. Теорія мистецтва.

56. Теорія та історія мистецтв. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://philosophy.karazin.ua/ua/kafedra/nmk_tkfn/alforova_program_teoriya_ta_istoriya_mystectva.pdf – Назва з екрана. Теорія та історія мистецтв.

57. Хмельовський О. Графіка й основи графічного мистецтва. / О. Хмельовський, С. Костукевич – Кн. – Луцьк: ЛДТУ, 2003. – 348 с.

58. Цифрова обробка зображень. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://stud.com.ua/43378/informatika/tsifrova_obrobka_zobrazhen – Назва з екрана. Цифрова обробка зображень.

59. Чернюх Л. Д. Функції графічного символу в мові реклами / Л. Д. Чернюх // Актуальні проблеми слов'янської філології. Серія: лінгвістика і літературознавство: міжвуз. зб. наук. ст. / гол. ред. В. А. Зарва. – Бердянськ: БДПУ, 2011. – Вип. XXIV. – Ч. 1. – 556 с.

60. Шевченко, В. Я. Композиція плаката [Текст]: навч. посіб. / В. Я. Шевченко. – Х.: Колорит, 2004. – 123 с.
61. Яковлев М. І. Геометричні принципи художнього формотворення / М. І. Яковлев; Дис. докт. техн. наук.: 05.01.02. – К., 1999. – 415с.
62. Алексеева Т. В. Владимир Лукич Боровиковський и русская культура на рубеже 18-19 веков / Т. В. Алексеева. – М.: Искусство, 2005. – 422с.
63. Амшинская А. М. Василий Андреевич Тропинин (1776-1857). / А. М. Амшинская– М.: Искусство, 2007. – 244 с.
64. Владимирська А. Реклама [Текст]: навч. посіб. / А. Владимирська, П. Владимирський. – К.: Кондор, 2006. – 334 с.
65. Герчук Ю. Я. История графики и искусства книги. / Ю. Я. Герчук – М.: Аспект Пресс, 2000. – 412 с.
66. Лазарев Е. Н. Бионика и художественное конструирование. – Л.: ЛДНТП, 1971. – 32 с.
67. Лазарев Е. Н. Дизайн машин. – Л.: Машиностроение, 1988. – 256 с.
68. Лаврентьева Е. Текст и контекст в графическом дизайне / Е. А. Лаврентьева. – М.: МГХПУ им. С. Г. Строганова, 2008. – 323 с.
69. Нестеренко О. И. Краткая энциклопедия дизайна. – М.: Молодая гвардия, 1994. – 315 с.
70. Иванова К. А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов [Текст] / К. А. Иванова. – СПб.: Питер, 2005. – 144 с.
71. Кафтанджиев Х. Гармония в рекламной коммуникации / Х. Кафтанджиев. – М.: Эксмо, 2005. – 368 с.
72. Кнабе Г. А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции. Профес-сиональная работа / Г. А. Кнабе – М.: Изд. дом "Вильямс", 2006. – 736 с.
73. Колпинський Ю. Д. Всеобщая история искусств /Под ред. Ю. Д. Колпинського и Е. И. Ротенберта. – Т. IV. – М.: Искусство, 2013. – 478 с.

74. Курушин, В. Д. Дизайн и реклама [Текст] / В. Д. Курушин. – М.: ДМК Пресс, 2006. – 272 с.
75. Сомов Ю. С. Композиция в технике. – М.: Машиностроение, 1977. – 272 с.
76. Сапего И. Г. Предмет и форма. – М.: Советский художник, 1984. – 304 с.
77. Ньюарк К. Что такое графический дизайн? / Квентин Ньюарк; пер. с англ. – М.: АСТ: Астрель, 2005. – 255 с.
78. Туэмлоу Э. Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи / Элис Туэмлоу; пер. с англ. – М.: ООО «Издательство Астрель», 2006. – 256 с.
79. Филь Ш. Графический дизайн XXI века / Шарлотта Филь, Петер Филь; пер. с англ. – М.: Астрель, 2008. – 191 с.
80. Шпара П. Е., Шпара И. П. Техническая эстетика и основы художественного конструирования. – Киев, 1989. – 247 с.