

**Анатолій КОРОЛЬ,**  
orcid.org/0000-0003-0429-4002  
кандидат педагогічних наук,  
доцент кафедри образотворчого мистецтва  
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини  
(Умань, Україна) korol\_anatoliy@meta.ua

## ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ НАСТІННОГО ПЕРЕКИДНОГО КАЛЕНДАРЯ ЯК ОБ'ЄКТА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Виявлено характерні особливості проектування настінного перекидного календаря як об'єкта графічного дизайну, окреслено сфери застосувань друкованої календарної продукції. На основі аналізу теоретичних джерел з сучасного українського графічного дизайну, узагальнено аспекти трактувань понять «друкована реклама», «календарна продукція», «календар» та «проектування». Уточнено поняття «настінний календар», його основні види та форми за розташуванням в інтер'єрному середовищі. Подано основні формотворчі елементи настінного перекидного календаря. Проаналізовано процес створення закінченого функціонального та естетичного макету настінного перекидного календаря. Особливу увагу при проектуванні настінного перекидного календаря надано засобам графічного дизайну, а саме використанню фотографіки, типографіки, кольору та матеріалів, з яких він буде виготовлений. Наголошується на тому, що основні принципи проектування настінних перекидних календарів ґрунтуються на законах візуального сприйняття інформації. Дотримання цих принципів є дуже важливими у сучасному інформаційному суспільстві. Зазначені автором основні принципи проектування настінного перекидного календаря є узагальненням українського досвіду професіоналів у галузі дизайну календарної продукції. Наукова новизна полягає у розширенні розуміння суті сучасного настінного перекидного календаря як об'єкта графічного дизайну, його візуальних та формальних особливостей у контексті інформаційного суспільства, а також у комплексному аналізі основних етапів його формотворення. Підсумовано сучасні наукові визначення понять, які застосовуються на різних етапах проектування настінного перекидного календаря. Результати дослідження можуть бути використані у практиці викладання графічного дизайну та дизайну реклами у системі вищої мистецької освіти України.

**Ключові слова:** графічний дизайн, проектування, друкована реклама, календарна продукція, настінний перекидний календар.

**Anatoliy KOROL,**  
orcid.org/0000-0003-0429-4002  
Associate Professor at the Department of Fine Arts  
Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University  
(Uman, Ukraine) korol\_anatoliy@meta.ua

## PECULIARITIES OF PROJECTING WALL LOOSE-LEAF CALENDAR AS AN OBJECT OF GRAPHIC DESIGN

The characteristic features of projecting wall loose-leaf calendar as an object of graphic design are identified, application spheres of printed calendar outputs are defined. Based on the analysis of theoretical sources for modern Ukrainian graphic design, aspects of interpretations of concepts «print ad», «calendar outputs», «calendar» and «projecting» are summarized. Concepts of «wall calendar», its main types and forms according to the location in the interior environment are confirmed. Main forming elements of wall loose-leaf calendar are presented. The process of creating completed functional and aesthetic layout of wall loose-leaf calendar is analyzed. Special attention is paid to graphic design tools in projecting of wall loose-leaf calendar; namely applying photographs, typography, colors and materials from which it will be made. It is emphasized that basic principles of projecting wall loose-leaf calendars are based on laws of visual information perception. The implementation of those principles is very important in today's information society. Main principles of projecting wall loose-leaf calendar pointed out by the author are generalization of Ukrainian experience of professionals in the field of design of calendar outputs. Scientific novelty is in better understanding of the essence of modern wall loose-leaf calendar as an object of graphic design, its visual and formal particularities in the context of information society, as well as in complex analysis of main stages of its formation. The modern scientific definitions of concepts are summarized that apply at different stages of projecting wall loose-leaf calendar. The results of the study can be used in the practice of teaching graphic design and advertising design in the system of higher art education of Ukraine.

**Key words:** graphic design, projecting, print ad, calendar outputs, wall loose-leaf calendar.

**Постановка проблеми.** У світовій практиці електронні та друковані різні види календарів (настінні, кишенькові, настільні, відривні та об'ємні 3D календарі) займають особливе місце у рекламуванні сувенірній продукції. Вони не вичерпують своєї функціональності протягом року, але при цьому легко доступні як на багатьох електронних носіях, так і у друкованому вигляді.

На відміну від інших об'єктів дизайну, календар дає можливість розмістити потрібну інформацію і зображення. Завдяки розвитку технологій функціональне навантаження календарів, а також методи та інструменти, які використовуються для їх створення, розширилися (Єжова, 2021: 42).

Календар як друковане видання, що обіймає перелік днів року з поділом на тижні й місяці допомагає керувати часом, планувати й організувати діяльність, є досить складним видом видання і одночасно об'єктом проектування графічного дизайнера (Борисова, 2021: 18).

Сучасний друкований календар з моменту появи досить швидко еволюціонував у складну візуальну мову, яка послуговується особливою системою графічних образів та засобів художньої виразності. Розробки послідовних рекомендацій щодо його проектування потребує сучасний стан друкованої календарної продукції, який на сьогодні набув значного розмаху, однак характеризується відсутністю професіоналізму, низькою дизайнерською якістю. Також потребує дизайнерського аналізу специфічна графічна мова друкованого настінного календаря, яка інколи виходить за межі його стандартних форматів.

**Аналіз досліджень.** Найчастіше календар розглядається не як об'єкт графічного дизайну, а з точки зору астрономії, метеорології, етнографії, історичного розвитку. І. Питель (Питель, 2014) першим у своїх працях на теренах нашої держави досліджував дизайн рекламних календарів (за принципами використання ігрового аспекту), а також роль та місце календаря в інтер'єрі. Автором запропоновано класифікацію календарів за місцем розташування в середовищі інтер'єру (настінні, настільні та кишенькові), що є досить важливим для нашого дослідження.

З поміж фахових статей, які стосуються проблем проектування календарної продукції, доцільно окремо охарактеризувати статтю О. Єжової «Сучасний дизайн календарної продукції» (Єжова, 2021), в якій розглянуто аспекти проектування та визначено методичну послідовність у розробці календаря, класифіковано календарну продукцію за призначенням, видами та тематикою. Важливим для нас є дослідження Б. Дурняка

«Розробка і дизайн рекламних видань» (Дурняк, 2006), в якому аналізуються особливості проектування рекламної сувенірної продукції, зокрема календарної. Окремі типологічні підгрупи календарної продукції стали об'єктами дослідження С. Борисової (Борисова, 2021) (адвент-календар), І. Питель (Питель, 2014) (календар в інтер'єрі).

Як показує дослідження наукових джерел, проектування календарної продукції не є об'єктом систематичного аналізу в українському дизайні. У навчально-методичній літературі дизайн календарної продукції також розглядається більш узагальнено, практично відсутня детальна типологізація цього виду друкованої реклами. Найчастіше досліджують художні аспекти таких видів друкованих видань, як каталоги, плакати, афіші, газети, журнали, візитки, буклети, листівки та ін.

Для візуального аналізу сучасної календарної продукції нами використано інтернет-ресурси, зокрема, матеріали професійних сайтів, які регулярно інформують про останні тенденції у галузі дизайну друкованої реклами. Деякі спроби виявити особливості дизайну настінних календарів можна простежити на різноманітних сайтах, але вся їхня інформація носить переважно рекламно-інформаційний характер, і її недоречно використовувати у наукових цілях. І хоча дані роботи засвідчують актуальність дизайну календарної продукції, всеж таки у інтернет джерелах дуже мало уваги присвячено особливостям проектування настінного перекидного календаря.

Отже, проблема проектування настінного перекидного календаря на сьогодні не висвітлена на доступному рівні, відсутнє його комплексне дослідження як об'єкта графічного дизайну. Разом із тим, що графічний дизайн знаходиться на стадії розвитку і сьогодні в Україні на комерційному рівні виникають нові приклади ефективного дизайнерського рішення настінних перекидних календарів, є потреба у подальших наукових розвідках із вказаної тематики.

**Мета статті.** Виявлення характерних особливостей проектування настінного перекидного календаря як об'єкта графічного дизайну, визначення основних етапів створення електронного макета та правил розташування всіх його формоворчих елементів (ілюстрацій, текстів) для найкращого сприйняття інформації користувачами, а також окреслення сфери застосувань друкованої календарної продукції у сучасному інформаційному суспільстві.

**Виклад основного матеріалу.** Однією із найбільш розповсюджених друкованих рекламних носіїв є календар, який є невід'ємним атрибутом

практично будь-якого робочого столу або інтер'єру. Він дозволяє спланувати своє життя відповідно до певних дат. Крім того, друкований календар – це естетично вирашений, приємний аксесуар будь-якого інтер'єру.

Сьогодні, зважаючи на своєрідність та багатоманітність календарної продукції, можна виділити *основні види друкованих календарів* (Жадько, 2012: 117): *за матеріальною конструкцією* розрізняють такі види календарів – книжкового типу, відривні, перекидні й аркушеві (табелі-календарі, календарі-буклети); *за періодичністю* календар може бути щорічним, щоквартальним, щомісячним. Така класифікація друкованих календарів є досить умовною.

Незважаючи на широкі можливості використання електронних календарів, наразі друковані календарі користуються попитом через низку їхніх переваг. Привабливий зовнішній вигляд, який дозволяє стати елементом декору кімнати або офісу. Окремі види календарної продукції, на зразок календаря-плакату, можна використовувати, щоб прикрасити інтер'єр і при цьому він буде виконувати не тільки естетичну функцію, але мати практичну користь. Широкий асортимент різноманітних стилів дає можливість замовити персональний дизайн. Велика різноманітність видів календарів, що дозволяє використовувати їх для будинку, роботи або навіть в поїздках. Доступна вартість. Продукція доступна за ціною навіть в разі виготовлення за індивідуальним замовленням. Рекламний хід. За допомогою календарної продукції можна зробити приємно людині і ненав'язливо прорекламувати своє підприємство, адже календар є одночасно декоративним і функціональним предметом (Єжова, 2021: 42–43).

Серед *настінних календарів* виділяють:

1. Настінний перекидний календар. Його перевага полягає в тому, що на кожен місяць відводиться окремий аркуш. Такий тип календаря дуже популярний, здатний вмістити багато інформації. Його часто використовують як подарунок або сувенір, він стає прикрасою інтер'єру. У бізнес-середовищі настінний перекидний календар дарують важливим партнерам і клієнтам. Зручно, що на кожному аркуші можна розмістити різноманітну інформацію. Настінний перекидний календар є відмінним подарунком і прикрасою. Аркуші такого календаря збираються між собою за допомогою металевої пружини, а кріпиться до стіни – ригелем.

2. Настінний кварталний календар. Даний вид календаря комфортний у використанні завдяки тому, що людина бачить три місяці – минулий, поточний і майбутній. Це допомагає в складанні планів. До того

ж, на такому календарі розміщується спеціальна прозора стрічка з пересувним курсором, завдяки чому можна відзначити важливу дату.

3. Настінний календар-плакат (постер). Найпростіший тип календаря, який представляє собою будь-яке зображення у верхній частині, а в нижній – календарну сітку. Він більше підходить для особистого використання, так як для рекламних цілей неадекватний.

Настінний календар є найбільш популярним і поширеним видом календарів. До нього належать такі типи: календар картка, календар-плакат, календар-порадник, календар-розпис, календар-панно, календар-шпалери. Популярність таких календарів (настінних) пояснюється зручністю у використанні, а також великим діапазоном виконуваних функцій. Настінні календарі є стильною прикрасою інтер'єру як удома, так і в офісі. Усі календарі, що розташовуються в просторі на будь-якій горизонтальній поверхні піднятій від землі належать до групи настінних календарів (календар-картка, календар-інсталяція, календар-етикетка) (Питель, 2012: 53).

У статті буде розглянуто особливості проектування друкованого настінного перекидного календаря. Дизайнерське рішення такого календаря залежить від багатьох факторів: функціональних, естетичних, ергономічних, технічних та ін.

Крім того, варто відзначити макетні та художні особливості календарної продукції, котрі, перш за все, зумовлені поліграфічними відмінностями (наявність титульної сторінки, невелика кількість аркушів, або односторінкові календарі, видавничі стандарти, тематика календаря тощо). Так, календар, на відміну від іншої друкованої рекламної продукції, має більш широкі можливості в дизайні: відрізняється креативним підходом композиційної побудови, графічним і шрифтовим рішеннями, прийомами подачі інформації, великим асортиментом візуального контенту, структурними особливостями та їхнім оформленням в цілому.

Настінні перекидні календарі вважаються найбільш ефективними, тому що в них є можливість представити більше інформації, ніж в інших видах календарної продукції. Інформація змінюється кожен місяць, а значить не набридає. При проектуванні настінного перекидного календаря економити не варто, тому що він є частиною інтер'єрного середовища.

За результатами візуального та формального аналізу об'єктів календарної продукції і залежно від контенту, призначення, сьогодні в Україні проектується доволі стандартизоване або зовсім нестандартне дизайн-рішення календарної

продукції. Наприклад, дизайн більшості настінних календарів мають чітке підпорядкування шаблону, композиційно стриману та структуровано логічну верстку, мізерне використання художньо-графічних прийомів. Противагою таким стандартизованим поліграфічним продуктам є календарі дизайнерського спрямування, які без перешкод презентують вільну реалізацію проектних ідей, креативне рішення. Завдяки особливому, нестандартному вигляду настінного перекидного календаря, шрифтового та ілюстративного вирішення, користувач може швидко виділити, запам'ятати та ідентифікувати дизайнерський календар серед подібної друкованої продукції. Водночас, варто зауважити, що на даний момент такі календарі ще не мають чіткого відокремленого жанрового визначення, оскільки одні дослідники вважають їх засобом реклами, а інші – професійним дизайнерським виробом, орієнтованим на певну категорію користувачів.

Професійний дизайн календаря дозволяє максимально підлаштуватися під переваги та очікування цільової аудиторії та розробити кінцевий поліграфічний продукт. Дизайн настінного перекидного календаря з ефективним концептуальним задумом може привертати увагу, запам'ятовуватися. Чим креативніший, унікальніший, оригінальніший дизайн календаря, тим ефективніше він буде візуально сприйматися.

О. Єжова виділяє чотири аспекти розробки дизайну календаря (Єжова, 2021: 44–45):

1. Вибір загального стилю і кольорового рішення.
2. Оригінальний плакат або шапка є головним великим зображенням, яке займає більшу частину лицьової сторони календаря.
3. Зручна календарна сітка.
4. Додаткові елементи дизайну, макета графіки. Додаткові елементи можуть бути такими як художній фон, різні прикраси, рамки, стилізовані іконки, невеликі зображення, оригінальні написи і так далі.

У дизайні настінного перекидного календаря потрібно чітко дотримуватися принципів оформлення друкованої продукції (пропорційність, контрастність, підпорядкованість змісту, єдність стилю тощо) та вільно володіти шрифтовим, інформаційним дизайном та сучасними комп'ютерними технологіями.

Макет (від французької «модель, ескіз») – це прообраз майбутнього друкованого видання. Він включає всі елементи, які будуть необхідні для реалізації майбутнього проекту настінного перекидного календаря. У графічному дизайні маке-

тування є одним з методів художньої проектної діяльності. Макетуванням настінного перекидного календаря – це створенням авторської друкованої роботи-оригіналу, призначеної для презентації, виставок та безпосереднього використання у інтер'єрі. Кінцева мета його створення полягає в тому, що макет настінного перекидного календаря повинен бути створений у точній відповідності до вимог остаточного вигляду запланованого. Якщо він виконаний непрофесійно, якщо в ньому не дотримані художні та технічні особливості, то всі ці недоліки помітні в остаточному варіанті.

Створюючи макет настінного перекидного календаря, потрібно дотримуватися певних правил. Підготовка макету настінного перекидного календаря – складний і тривалий процес. Макет та його створення передбачають початок роботи з ескізу, який приблизно відображає остаточний вид документа. Зміни можна вносити на будь-якій стадії створення макета. Сучасні комп'ютерні графічні редактори на даний час забезпечують значну кількість варіантів макетування настінного перекидного календаря. До того ж процес виготовлення макета будь-якого сучасного календаря є електронним. На етапі підготовки календаря до друку потрібно врахувати ті особливості створення макета, які в подальшому впливатимуть на його технологічне виконання, а отже, необхідно заздалегідь чітко уявити кінцевий результат електронної версії. Серед численних програмних продуктів для макетування настінного перекидного календаря можна відзначити такі, як QuarkXPress, PageMaker, InDesign, але вибір їх залежить від поставлених завдань при підготовці макета. Процес оформлення електронного макета настінного перекидного календаря складається з послідовних етапів: організаційно-підготовчого етапу; етапу редагування тексту, фотоматеріалів та кольорового рішення; завершального етапу (друк та додрукарська підготовка).

Прискорити макетування дозволяє модульна сітка – система вертикальних і горизонтальних ліній, своєрідний каркас, який визначає внутрішню структуру всіх аркушів настінного перекидного календаря. Вибір модульної сітки залежить від формату сторінки, стилю оформлення, особливостей розташування всього змістового і формального наповнення календаря.

*Проектування настінного перекидного календаря* – це складний, тривалий художньо-технічний процес, спрямований на створення нового друкованого продукту, який має враховувати ряд дизайнерських принципів і складається із послідовних взаємозалежних етапів, а саме:

- підбір тематики та ідеї календаря;
- створення дизайн-концепції (єдність стилю);
- розробка загальної форми та конструкції календаря. Перекидний настінний календар повинен містити в своїй конструкції 6, 12 або 13 аркушів;
- фотозйомка, оцінка, обробка та підготовка фотоматеріалів – фотографій, ілюстрацій, рисунків, репродукцій;
- редагування, коригування текстів та календарної сітки;
- виведення електронного макета на друк та додрукарська підготовка (ламінування, тиснення);
- зшивка всіх аркушів календаря.

Отже, під час проектування настінного перекидного календаря необхідно узгодити тематику, структуру, форму, стиль, вибір яких залежить від мети та поставлених завдань. У дизайні настінного перекидного календаря значну роль відіграють візуальні елементи. Вдалі ілюстрації, фотографії або рисунки можуть містити значно більше інформації, ніж чисто текстове оформлення. Вони привертають увагу користувача, закликаючи ознайомитися з текстом, і є наглядним супроводом ілюстративних матеріалів. Колір також має особливе значення у проектуванні календаря. Завдяки здатності впливати на користувачів колір може оживляти, дратувати, спонукати до співпереживання, викликати асоціації з пропонованим образом тощо.

Досягнути ефективних результатів при проектуванні настінного календаря можна двома способами. Перший спосіб – це зробити акцент на фотографіях. Для цього необхідно провести професійну фотосесію, обробку і ретуш фотографій. Другий спосіб – зробити акцент саме на дизайні типографського набору шрифтів для календаря.

**Висновки.** Результати проведеного дослідження показали, що процес проектування настінного перекидного календаря як об'єкта графічного дизайну є досить актуальним у сучасному інформаційному суспільстві. Він несе в собі естетику сприйняття навколишньої дійсності, прикрашає інтер'єрне середовище і може стати ефективним видом друкованої рекламної продукції.

У результаті дослідження нами виокремлено три основні види настінних календарів: настін-

ний перекидний календар, настінний квартальний календар та настінний календар-плакат (постер). Настінний перекидний календар – це друкований поліграфічний продукт, у якому на кожен місяць відводиться окрема сторінка, на якій може бути розміщено фотографії, ілюстрації, репродукції, або інша графічна інформація, і є досить популярним як подарунок або сувенір. Зазвичай трохи нижче зображення розташовується календарна сітка на один місяць.

Макетування настінного перекидного календаря містить такі етапи: організаційно-підготовчий етап; етап редагування тексту, фотоматеріалів та кольорового рішення; завершальний етап (друк та додрукарська підготовка).

У процесі проектування настінного перекидного календаря важливе значення має дотримання умов вдалого дизайну: робота над композиційним, колірним і графічним рішеннями. При проектуванні настінного перекидного календаря потрібно дотримуватися поєднання таких принципів: функціональності (зручності) та естетичності (краси).

За результатами проведеного аналізу, можна зазначити, що вдало спроектований настінний перекидний календар може яскраво виділятися на тлі відповідної друкованої календарної продукції. Дотримуючись особливостей проектування можна створити оригінальний арт-продукт настінного перекидного календаря, візуальні можливості якого постійно розширюються і стилістично змінюються. Тобто у сенсі дизайнерського оформлення ця група календарної продукції може цілком аргументовано претендувати на окреме класифікаційне визначення як арт-календар.

Порушені у статті проблеми можуть бути основою для низки досліджень, пов'язаних із необхідністю конкретизації шляхів розвитку дизайну друкованої календарної продукції як складової частини типографіки. Перспективою використання результатів дослідження є включення запропонованих особливостей проектування настінного перекидного календаря до процесу навчання майбутніх графічних дизайнерів, які займаються проблемами дизайну друкованої рекламної продукції, а також створення оригінал-макетів календарів для цифрових носіїв.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Борисова С. Особливості проектування адвент-календаря як об'єкта дизайну. *Актуальні проблеми сучасного дизайну* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 22 квіт. 2021 р.). Київ : КНУТД, 2021. С. 18–21.
2. Борисова С. Характеристика сучасних українських адвент-календарів як об'єкта проектування. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип. 36. Т. 1. С. 9–16.
3. Булах Т. Д. Реклама у видавничій справі : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів. Харків, 2011. 224 с.
4. ДСТУ 3017:2015. Видання. Основні види. Терміни та визначення [Чинний від 2016-07-01]. Вид. офіц. Київ : УкрНДНЦ, 2016. 38 с.

5. Дурняк Б. В., Батюк А. С. Розробка і дизайн рекламних видань : навч. посіб. Львів : Українська академія друкарства, 2006. 315 с.
6. Єжова О., Болдирева О., Басова Ю. Сучасний дизайн календарної продукції. *Актуальні проблеми сучасного дизайну* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 22 квіт. 2021 р.). Київ : КНУТД, 2021. С. 42–45.
7. Книгознавство. Термінологічний словник (редакційно-видавнича справа, журналістика, поліграфія, видавничий бізнес, інформаційно-бібліотечна діяльність) / за заг. ред. В. О. Жадька. Київ : Експрес-Поліграф, 2012. 304 с.
8. Питель І. В. Дизайн рекламних календарів, ігровий аспект. *Вісник ХДАДМ*. Харків, 2014. №2. С. 29–32.
9. Питель І. В. Календар в інтер'єрі. *Вісник ХДАДМ*. Харків, 2012. №14. С. 50–53.
10. Саприкіна Л. В. Проектна діяльність у процесі підготовки майбутніх дизайнерів. *Дизайн-освіта як галузь креативних індустрій*: матер. Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 18–19 квіт. 2019 р.). Київ : КНУКіМ, 2019. 275 с.
11. Тишкевич К. І., Кузьмінець М. П. Графічна організація тексту друкованих рекламних видань. *Культура і сучасність* : альманах. 2020. №2. С. 128–133.
12. Шалінський І. Макетування як мистецтво оформлення тексту: функціональні особливості. *Мистецтвознавство України*. 2019. №19. С. 237–242.

#### REFERENCES

1. Borysova S. Osoblyvosti proiektuvannia advent-kalendaria yak obiekta dyzainu. [Features of designing the Advent calendar as a design object]. *Aktualni problemy suchasnoho dyzainu* : materialy Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (m. Kyiv, 22 kvit. 2021 r.). Kyiv : KNUTD, 2021. S. 18–21. [In Ukrainian].
2. Borysova S. Kharakterystyka suchasnykh ukrainskykh advent-kalendariv yak obiekta proiektuvannia. [Characteristics of modern Ukrainian Advent calendars as an object of design]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*. 2021. Vyp. 36. T. 1. S. 9–16. [In Ukrainian].
3. Bulakh T. D. Reklama u vydavnychii spravi : navch. posib. dlia stud. vyshch. navch. zakladiv. [Advertising in publishing: textbook. way. for students. higher textbook institutions]. Kharkiv, 2011. 224 s. [In Ukrainian].
4. DSTU 3017:2015. Vydannia. Osnovni vydy. Terminy ta vyznachennia. [Edition. The main types. Terms and definitions]. [Chynnyi vid 2016-07-01]. Vyd. ofits. Kyiv : UkrNDNTs, 2016. 38 s. [In Ukrainian].
5. Durniak B. V., Batiuk A. Ye. Rozrobka i dyzain reklamnykh vydan : navch. posib. [Development and design of advertising publications: textbook. way.]. Lviv : Ukrainska akademiia drukarstva, 2006. 315 s. [In Ukrainian].
6. Yezhova O., Boldyreva O., Basova Yu. Suchasnyi dyzai kalendarnoi produktsii. [Modern design of calendar products]. *Aktualni problemy suchasnoho dyzainu* : materialy Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (m. Kyiv, 22 kvit. 2021 r.). Kyiv : KNUTD, 2021. S. 42–45. [In Ukrainian].
7. Knyhoznavstvo. Terminolohichni slovnyk (redaktsiino-vydavnycha sprava, zhurnalistyka, polihrafiia, vydavnychiy biznes, informatsiino-bibliotечna diialnist). [Bibliography. Glossary of terms (editorial and publishing, journalism, printing, publishing, information and library activities)]. / za zah. red. V. O. Zhadka. Kyiv : Ekspres-Polihraf, 2012. 304 s. [In Ukrainian].
8. Pytel I. V. Dyizain reklamnykh kalendariv, ihrovyi aspekt. [Design of advertising calendars, game aspect]. *Visnyk KhDADM*. Kharkiv, 2014. №2. S. 29–32. [In Ukrainian].
9. Pytel I. V. Kalendar v interieri. [Calendar in the interior]. *Visnyk KhDADM*. Kharkiv, 2012. №14. S. 50–53. [In Ukrainian].
10. Saprykina L. V. Proiektna diialnist u protsesi pidhotovky maibutnykh dyzaineriv. [Project activities in the process of training future designers]. *Dyzain-osvita yak haluz kreatyvnykh industrii*: mater. Vseukr. nauk.-prakt. konf. (m. Kyiv, 18–19 kvit. 2019 r.). Kyiv : KNUKіM, 2019. 275 s. [In Ukrainian].
11. Tyshkevych K. I., Kuzminets M. P. Hrafichna orhanizatsiia tekstu drukovanykh reklamnykh vydan. [Graphic organization of the text of printed advertising publications]. *Kultura i suchasnist* : almanakh. 2020. №2. S. 128–133. [In Ukrainian].
12. Shalinskyi I. Maketuvannia yak mystetstvo oformlennia tekstu: funktsionalni osoblyvosti. [Layout as the art of text design: functional features]. *Mystetstvoznnavstvo Ukrainy*. 2019. №19. S. 237–242. [In Ukrainian].