

УДК 76.012:[744.42:316.774-028.22]:316.342.2-021.23  
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/72-1-10>

**Андрій БУДНИК**,  
*orcid.org/0000-0002-0719-2231*  
кандидат мистецтвознавства,  
доцент кафедри графічного дизайну  
Київського національного університету культури і мистецтв  
(Київ, Україна) [budnik\\_andriy@ukr.net](mailto:budnik_andriy@ukr.net)

## ЗМІСТОВІ СКЛАДНИКИ І ПРИЙОМИ ІНФОГРАФІКИ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ГОМОГЕННОСТІ

*Характеристика основної теми. Матеріал цієї публікації зорієнтований на пропагування і досягнення сталої соціальної рівності шляхом забезпечення впливовості візуальних комунікацій на процеси просвітництва суспільства. Наукова проблема. В нинішні часи інформаційного перевантаження всі форми масових комунікацій потребують ефективних дизайнерських рішень, однак потреби результативного впливу соціальної інфографіки є найбільш нагальними, оскільки вона презентує дані, що потребують роздумів, поєднання емоційного та аналітичного сприйняття для засвоєння. При цьому суспільно значуща інформація не повинна викликати втому та бажання відсторонитись від неї. Мета. Метою цієї статті є наукове обґрунтування змістових складників та прийомів їх втілення, рекомендованих для впровадження у соціально орієнтовані інфографічні звернення, створені для донесення інформації широким верствам населення про переваги сталого майбутнього шляхом досягнення соціальної рівності. Узагальнені результати. В публікації висвітлено комплекс інформаційного контенту та прийомів, завдяки яким соціально орієнтована інфографіка стає дієвим інструментом, здатним забезпечувати синергію впливу змістового наповнення. До контенту належать: якість освіти та медичного обслуговування, вільне висловлювання та поширення інформації, екологічна безпека та екологічний добробут, культурний та символічний капітал, способи життя та моделі споживання. До ефективних прийомів представлення цього контенту в інфографіці віднесено: синтез графіків і діаграм з текстовими та зображувальними комунікативними елементами, що реалізується через такі композиційні типи як: порівняння, інформаційний список та часовий ланцюг. Встановлено, що найбільш результативними формами втілення інфографічних повідомлень є ті, в яких зображувальний ряд інтегрується з засобами візуалізації даних. Доведено, що поширення інфографіки в масових публічних комунікаціях здатне стимулювати когнітивну ефективність кожного окремого індивідуума, забезпечувати загальну доступність просоціальної інформації, створювати переконливі візуальні оповідання, відстоювати сталі інтереси суспільства, підвищувати обізнаність всіх верств населення щодо стану розвитку суспільства та сприяти глобальній співпраці. Всі наведені визначники роблять інфографічні повідомлення важливими складниками побудови більш гуманного та справедливого світу.*

*Ключові слова:* графічний дизайн, візуальні комунікації, інфографіка, суспільство, соціальні класи, соціальна рівність.

**Andriy BUDNYK**,  
*orcid.org/0000-0002-0719-2231*  
Ph.D,  
Associate Professor at the Graphic Design and Advertising Department  
Kyiv National University of Culture and Arts  
(Kyiv, Ukraine) [budnik\\_andriy@ukr.net](mailto:budnik_andriy@ukr.net)

## CONTENT COMPONENTS AND TECHNIQUES OF INFOGRAPHICS FOR ACHIEVING SUSTAINABLE SOCIAL HOMOGENEITY

*Characterization of the main topic. The material of this publication is oriented towards promoting and achieving sustainable social equality by ensuring the influence of visual communications on societal enlightenment processes. Scientific problem. In the current era of information overload, all forms of mass communication require effective design solutions. However, the needs for the impactful influence of social infographics are most urgent, as it presents data that requires reflection, combining emotional and analytical perception for assimilation. Importantly, socially significant information should not induce fatigue or a desire to disengage from it. Objective. The aim of this article is to scientifically justify the substantive components and techniques of their implementation recommended for integration into socially oriented infographic presentations. These are designed to convey information to the broader population about the benefits of a sustainable future through achieving social equality. Generalized results. The publication highlights the complex information content and techniques through which socially oriented infographics become an effective tool capable*

*of providing synergy in the impact of content. Content includes: the quality of education and healthcare, freedom of expression and information dissemination, environmental safety and ecological well-being, cultural and symbolic capital, lifestyles, and consumption patterns. Effective presentation techniques in infographics include: synthesis of graphics and diagrams with textual and visual communicative elements, realized through compositional types such as comparison, informational lists, and timelines. It is established that the most effective forms of infographics integration involve visual sequences integrated with data visualization tools. It is proven that the dissemination of infographics in mass public communication can stimulate cognitive efficiency for individuals, ensure general accessibility of prosocial information, create compelling visual narratives, advocate for societal interests, increase awareness across all population strata regarding societal development, and contribute to global cooperation. All these indicators make infographic messages essential components in constructing a more humane and just world.*

**Key words:** graphic design, visual communications, infographics, sociology, society, social classes, social equality.

**Постановка проблеми.** Актуальною проблемою в суспільних візуальних комунікаціях є максимізація ефективності та уніфікація графічного коду ключових повідомлень, що транслюються для різних груп населення.

**Аналіз досліджень.** В даному науковому дослідженні були використані класичні авторитетні праці світових авторів у галузі соціології: Е. Дюркгейм (1897), М. Вебер (1922), Е. Райт (1978), Х. Ганс (1971), П. Бордіо (1979), які всебічно висвітлювали розподіл суспільства на соціальні класи. П. Четті та ін. (2014), М. Дімер та С. Лі (2019), М. Мармот (2004), Е. Дінер та Р. Бісвас-Дінер (2022) комплексно дослідили вплив належності до певних соціальних класів на розподіл людських ресурсів.

General Assembly resolution 2200A (XXI), International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights, General Assembly resolution 2542 (XXIV), Declaration on Social Progress and Development, General Assembly resolution 41/128, Declaration on the Right to Development, General Assembly resolution Res/70/1, Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development, Universal Declaration of Human Rights – основоположні юридичні документи, прийняті на всесвітньому рівні, що констатують та наголошують на безумовній необхідності досягнення соціальної рівності. World inequality report (2022) – звіт, в якому зафіксовані дані щодо нерівності у світі по різноманітним визначникам.

А. Сен (1999), Р. Грегори (1997), С. Макклауд (1993), П. Маутон та Р. Мейер (2001), Д. Хайт (2012), М. Гладвелл (2006), Е. Тафті (2006), Е. Бакши та ін. (2012) розглядали дифузії інформації та процеси її засвоєння людиною на свідомому та підсвідомому рівнях, питання кодування та декодування інформаційних масивів.

Необхідність і результативність інформування суспільства щодо формування урядом складників соціального добробуту та здобутків у цій царині наочно і переконливо викладено і впроваджено О. Нейратом (Neurath, 1936).

В даній публікації також взято до уваги наступні наукові розвідки: О. Васильєвої та ін (2023), де окреслено особливості проектування анімованої інфографіки та виділено кілька прийомів її композиційної організації; О. Мельник та В. Штець (2022), в якій класифіковано загальні прийоми роботи з інфографічним контентом; публікацію О. Мельник та І. Селіванова (2022), де представлено типи інфографіки, класифіковані за композиційною структурою; та розвідку В. Олійник та О. Чуєвої (2023) з дослідженням таксономії інфографіки та виділенням її найбільш поширених жанрів.

Метою цієї статті є наукове обґрунтування прийомів інфографіки, рекомендованих для впровадження у соціально орієнтовані візуальні звернення, створені для донесення інформації широким верствам населення про переваги сталого майбутнього шляхом досягнення соціальної рівності.

**Мета статті.** Мета статті полягає у науковому обґрунтуванні змістового наповнення і тієї сукупності прийомів інфографіки, що є доцільними для привертання уваги та заохочення широких верств суспільства до участі у процесах сталого розвитку, усунення соціальної нерівності та донесення світовій спільноті переваг та перспектив досягнення гомогенного суспільства.

**Виклад основного матеріалу.** У сфері соціологічних наук заведено розділяти представників суспільства на класи. Так, за визначенням М. Вебера «Соціальні класи засновані не тільки на економічних факторах, але також на соціальному престижі та владі. Клас – це складна взаємодія економічних, соціальних та політичних вимірів» (Weber, 1922: 18). Е. Дюркгейм акцентує, що «соціальні класи відображають різні моральні цінності та норми, яких дотримуються люди у суспільстві. Ці цінності сприяють соціальній згуртованості та порядку» (Durkheim, 1893: 210). «Соціальні класи визначаються не тільки як економічні чинники, а й як культурний та символічний капітал. Габітус, набір схильностей, грає роль у підтримці соціаль-

них відмінностей» (Bourdieu, 1979: 313). «Соціальні класи структуровані відносинами до засобів виробництва» (Wright, 1978: 46). «Соціальні класи відрізняються не тільки економічними факторами, але також способом життя та моделями споживання» (Gans, 1971: 51).

Керуючись всіма вище наведеними визначеннями, маємо надалі встановити ті змістові складники, що є найбільш впливовими на досягнення гомогенного суспільства і мають бути актуалізовані через інфографічні повідомлення. А також розглянути ті прийоми інфографіки, за допомогою яких ці змістові складники мають бути представлені найбільш наочно і переконливо.

Дослідження кореляції належності до певного соціального класу та рівня добробуту П. Четті та ін. (2014) показало наступний результат: особи, що належать до вищих соціально-економічних класів, зазвичай мають кращий доступ до освітніх ресурсів та можливостей отримання послуг з охорони здоров'я (Chetty et al., 2014).

Доступ до якісної освіти є ключовим фактором соціальної мобільності та добробуту. Наукове дослідження М. Дімера та С. Лі (Diemer & Li, 2019) показало, що діти, які перебувають у «нижчому» соціально-економічному становищі, можуть зіткнутися з труднощами при доступі до освітніх ресурсів, що може вплинути на їх професійні досягнення та загальний добробут (Diemer & Li, 2019).

Соціально-професійний клас пов'язаний із станом здоров'я. Соціальні детермінанти здоров'я, включаючи умови праці та стрес, сприяють нерівності у стані здоров'я між різними соціально-професійними класами. Люди, які володіють професіями з «вищим» статусом, як правило, мають краще здоров'я та добробут і навпаки (Marmot, 2004).

Хоча дохід та соціальний клас можуть сприяти різним аспектам добробуту, взаємозв'язок із суб'єктивним показником щастя є складним. Дослідження Е. Дінер і Р. Бісвас-Дінер показало, що за межами певного порога додатковий дохід може мати віддачу від щастя, що зменшується. Такі фактори, як соціальні відносини та особиста реалізація, відіграють важливу роль у загальному добробуті (Diener & Biswas-Diener, 2002).

Вивчивши приклади вищевказаних наукових досліджень, доцільно зробити висновки, що численні групи населення, які не належать до привілейованих елітарних класів, ущемлені у праві доступу до життєво необхідних ресурсів, отже, на сьогодні йдеться про фактичну глобальну соціальну нерівність.

На сьогодні існує низка всесвітніх легітимних документів, що закріплюють загальне право на рівність у всіх соціальних інтеракціях:

1. Загальна декларація прав людини, прийнята 1948 року, є основним документом, що підкреслює рівність і права всіх громадян світу. Стаття 1 цього документа свідчить: «Всі люди народжуються вільними та рівними у своїй гідності та правах» (United Nations General Assembly, United Nations, 1948: 4).

2. Міжнародний пакт про економічні, соціальні та культурні права, прийнятий у 1966 році, визнає право на працю, право на освіту та право на достатній рівень життя. Він наголошує на важливості соціальних та економічних прав як на частину невід'ємних прав людини (General Assembly resolution 2200A (XXI), United Nations, 1966).

3. Декларація соціального прогресу та розвитку, прийнята 1969 року, у якій офіційно закріплюється важливість соціального прогресу та розвитку. Цей документ оголошує необхідність рівних можливостей та справедливого розподілу благ (General Assembly resolution 2542 (XXIV), United Nations, 1969).

4. Декларація про право на розвиток, прийнята у 1986 році, визнає право на розвиток як універсальне та невід'ємне право. Він висвітлює необхідність соціальної справедливості та справедливого розподілу благ (General Assembly resolution 41/128, United Nations, 1986).

5. Порядок денний у сфері сталого розвитку на період до 2030 року, прийнятий у 2015 році, включає 17 цілей сталого розвитку, до складу яких входить скорочення нерівності всередині країн та між ними; досягнення соціальної, економічної та політичної інклюзивності (General Assembly resolution Res/70/1, United Nations, 2015).

Гуманізм, з його основним упором на людську гідність, права та добробут (Sen, 1999), впливає на досягнення й реалізацію Цілей сталого розвитку. Ставлячи людей у центр зусиль з розвитку, гуманізм сприяє більш етичній, справедливій та стійкій реалізації стратегії, що закріплена вищезазначеним документом.

Соціальна рівність відіграє ключову роль у досягненні цілей сталого розвитку, спрямованих на вирішення соціальних, економічних та екологічних проблем до 2030 року. Досягнення сталого розвитку потребує як економічного зростання, так й інклюзивного і справедливого розподілу ресурсів, можливостей та переваг. Умови досягнення соціальної гомогенності також потребують цілеспрямованих зусиль для боротьби з бідністю, забезпечення справедливого доступу до освіти,

охорони здоров'я та економічних можливостей. Коли маргіналізовані групи мають рівний доступ до ресурсів, рівень бідності знижується, сприяючи створенню більш інклюзивних суспільств.

Нерівність у показниках здоров'я тісно пов'язана із соціальною нерівністю. Сприяння соціальній рівності за допомогою загальної охорони здоров'я, освіти та ініціатив зі скорочення бідності позитивно впливає на загальний стан здоров'я та добробут, сприяючи досягненню суспільного благополуччя.

Соціальна рівність в освіті, можливості отримання якісної освіти та заохочення можливості навчання впродовж усього життя для всіх, є основоположною умовою для забезпечення суспільного добробуту. Усуваючи нерівність у доступі до освіти, особливо для ущемлених груп, суспільство може гарантувати, що кожен буде мати можливість набувати знань та навичок, необхідних для сталого розвитку.

Соціальна рівність нерозривно пов'язана з гендерною рівністю. Розширення прав та можливостей жінок за допомогою рівних можливостей в освіті, працевлаштуванні та процесах прийняття рішень має важливе значення для досягнення сталого розвитку. Забезпечення гендерної рівності, розширення прав і можливостей усіх жінок та дівчаток є дієвою умовою цілісному розвитку суспільства.

Скорочення нерівності як всередині кожної з країн, так і між ними є основою для досягнення гомогенної світової спільноти, вимагаючи політики, спрямованої на усунення нерівності у доходах, соціальній інтеграції та справедливого розподілу ресурсів.

Досягнення соціальної рівності нерозривно пов'язано з екологічною справедливістю. Вразливі спільноти часто несуть на собі основний тягар наслідків зміни клімату. Забезпечення соціальної рівності має вирішальне значення для ефективних дій у боротьбі зі зміною клімату, оскільки маргіналізовані групи (етнічні меншини, низько оплачувана робоча сила, бездомні, люди з інвалідністю, внутрішні переселенці) повинні брати активну участь у стійких екологічних практиках та отримувати від них вигоду.

Соціальна рівність у правах на публічне висловлення інформації зміцнює партнерські відносини, як між соціальними угрупованнями всередині кожної з країн, так і між країнами в світі. Інклюзивні суспільства, в яких право публічного висвітлення інформації мають усі категорії населення, сприяють співпраці та спільній відповідальності, створюючи основу

для успішної реалізації ініціатив у сфері сталого розвитку.

Наразі доречно підсумувати змістові складники, що є найбільш впливовими на досягнення гомогенного суспільства і мають бути актуалізовані через інфографічні повідомлення. До таких складників належать: якісна освіта та медичне обслуговування, вільне висловлювання та поширення інформації, екологічна безпека та екологічний добробут, соціальний престиж, культурний та символічний капітал, гендерна рівність, способи життя та моделі споживання, аномалії яких варто урегулювати та згладити для набуття суспільної однорідності.

Можна дійти висновку, що загально поширена, синхронна та юридично зафіксована й фактично реалізована рівність людей на глобальному рівні з високою ймовірністю сприятиме сталому розвитку у світі.

Наразі все ще існує необхідність просвітлення суспільства щодо соціальної рівності. Візуальні комунікації стали динамічним інструментом модерації громадської думки, вони мають здатність формувати суспільні наративи, викликати колективні емоційні реакції та впливати на соціальні перспективи. Наукові роботи, такі як публікації Р. Грегорі (Gregory, 1997) і С. Макклауд (McCloud, 1993), сприяють визнанню впливовості інформаційних стимулів в цілому і їх візуальних складників зокрема. Проте маємо розуміти, що інформаційний контент може бути як автентично відповідний дійсності, так і маніпуляційним, що не зменшує його впливовості на громадську думку. Звідси маємо акцентувати на необхідності створення і поширення контенту, що спонукає до синтезу його емоційного та критичного сприйняття, сприяє медіаграмотності та етичності у інформаційному ландшафті, що можливо за рахунок все більшої його візуалізації та удосконалення структурної організації.

Інфографіка, завдяки своїй когнітивній ефективності, здатностям розповідати оповідання, чіткій інформаційній ієрархії, розширеному розумінню та сумісності з потребами диверсифікованих цільових груп реципієнтів, є потужним рішенням для переконання громадськості в аспекті сприйняття інформації у візуальному модусі. Як науково обґрунтований та доказово результативний інструмент комунікації, інфографіка пропонує універсальні та ефективні опції передачі інформації, що робить її важливим компонентом сучасних стратегій суспільної візуальної комунікації.

Інфографіка, завдяки своїй здатності перетворювати складну інформацію на візуально

доступні формати, виступає потужним інструментом просвітлення суспільства з соціально важливих тем, включаючи проблеми соціальної (класової) нерівності.

У публікації В. Олійник та О. Чуєвої (2023) пропонується класифікувати інфографічні повідомлення за наступними жанрами: журналістський, навчальний і науковий, що можуть бути представлені як виокремлено, так і у симбіотичному поєднанні. З огляду на потребу якнайширшого поінформування всіх верств населення щодо умов досягнення гомогенного суспільства, вважаємо, що найбільш результативним є апелювання до журналістського та навчального жанрів. Вважаємо, що саме вони роблять інфографіку ефективним інструментом підвищення обізнаності, сприяють розумінню та просуванню змістового контенту, суспільному обговоренню найважливіших соціальних проблем.

Наукові дослідження, у тому числі робота П. Маутон та Р. Мейера (Mautone & Mayer, 2001) про мультимедійне навчання, показують, що включення візуальних елементів у стимулюючі матеріали (як журналістського, так і навчального жанрів) покращує когнітивну обробку та допомагає їх розумінню. Інфографіка використовує цей принцип, представляючи інформацію у візуально організованій формі, що підходить для різних стилів навчання, тим самим роблячи соціально важливі теми доступнішими для більш широкої аудиторії.

Розглянемо такі можливості інфографіки, як утримання та залучення уваги. Збалансоване управління увагою, описане Е. Тафті (2006), підкреслює дефіцит здатності утримувати увагу в інформаційний вік. Інфографіка завдяки своєму візуально атрактивному дизайну захоплює та утримує увагу більш ефективно, ніж сам текст. Ця невід’ємна властивість гарантує, що соціально значущі повідомлення реципієнти не тільки декодують, а й запам’ятають.

Інфографіка сприяє грамотності щодо декодування інформації та масивів даних, підвищує засвоєння комплексних даних в інформаційно-орієнтованому суспільстві та виступає як освітній інструмент. Е. Тафті наголошує на важливості ясного представлення візуальних доказів (Tufte, 2006) та стимулюванні інтерпретації й критичного оцінювання багаторівневої інформації та складних даних, що сприяє формуванню гомогенного суспільства.

Наступні можливості інфографіки можна охарактеризувати як здатність до розповіді та встановлення емоційного зв’язку. Як дове-

дено Д. Хайдтом, (Haidt, 2012), поєднуючи зображувальні інформаційні масиви з переконливим оповіданням, інфографіка створює емоційний зв’язок, посилює соціальний вплив повідомлення, що передається.

Інфографіка, у тому числі, активно здійснює демократизацію інформації. Досліджуючи концепцію переломних моментів поширення інформації М. Гладвелл доводить, що саме інфографіка з її коротким та візуально привабливим змістом є каталізатором переломних моментів, спрощуючи складні теми та сприяючи всебічному поширенню інформації (Gladwell, 2000).

Розширення соціальних мереж у соціологічному розумінні також є прерогативою інфографічного дизайну: інфографіка відповідає тенденціям розвитку платформ соціальних мереж, як це стверджується в публікації І. Бакши та ін. (Bakshy et al., 2010), соціальні мережі з результативним поширенням інформації сприяють посиленню уваги до соціально значущих тем, представлених у вигляді інфографіки, створюючи мультиплікативний ефект підвищення обізнаності суспільства.

Інфографіка, сформована на науково обґрунтованих засадах пізнання, інтеграції уваги та емоцій, є винятковим інструментом просвітлення суспільства з соціально важливих тем. Її здатність робити складну інформацію доступною, привабливою та достатньо легко засвоєною наділяє інфографіку ключовим аспектом комунікацій, уподібнює її потужному рупору щодо найважливіших соціальних проблем, сприяє формуванню більш поінформованої та освіченої громадськості.

Ключова роль інфографіки у формуванні уявлень про соціальну рівність та сталий суспільний розвиток стверджується її унікальними властивостями транслювати складні інформаційні блоки, синтезуючи зображення та конвенційний текст. У подальших наукових дослідженнях є сенс заглибитись у когнітивні, комунікативні та мотиваційні аспекти інфографіки, пояснити їх багаторівневий вплив на суспільну свідомість та дії.

Сучасні інфографічні принципи розробки все ще значною мірою базуються на протоінфографічних теоретичних та практичних здобутках О. Нейрата (Neurath, 1936), який вважав, що зображувальна статистика повинна бути не лише інформативною, а й естетично привабливою. Він запропонував ряд принципів, яких фахівці-дизайнери повинні дотримуватися при створенні зображувальної статистики, зокрема:

1. Відповідність зображень змістовому наповненню інформації, яку вони репрезентують;

2. Проста форма зображень, що повинні бути достатньо схематизованими і зрозумілим для глядачів;

3. Оригінальність зображень, що посилює образний вплив від їх сприйняття.

Проте вимогу щодо оригінальності зображень О. Нейрат вважав обов'язковою лише для комерційної графіки, мріючи про створення універсального довідника графічних символів, прийнятних для суспільних комунікацій у всіх країнах. А формою представлення таких даних визнавав тільки фігурні кількісні діаграми (Neurath, 1936).

Натомість сучасний етап розвитку інфографіки виявляє можливості і результативність застосування значно більшого спектру структурно-композиційних типів інфографіки. Зокрема, у публікації О. Мельник та І. Селіванова (2022: 124) виділено наступні типи: змішана інфографіка; інформаційний список; часовий ланцюг; інструкція; процес; порівняння; локалізація; ієрархічна інфографіка; одична діаграма; візуалізація чисел, анатомія; резюме.

У публікації О. Васильєвої та ін. (2023: 54) знаходимо доповнення цього переліку, проте у цих авторів структурно-композиційний тип ідентифікується як прийом представлення інформації, і виділено наступні типи: інфографіка-довідник; інфографіка-конструктор; інфографіка-порівняння.

Зважаючи на наявність заглибленого висвітлення відмінностей кожного з типів у вище наведених публікаціях, вважаємо недоцільним вдаватися тут до їх деталізації. Натомість відмітимо, що не всі наведені типи сприяють результативному унаочненню встановлених вище змістових складників соціально-орієнтованої інфографіки. Серед представленого варіативного спектру структурно-композиційних типів інфографіки виділимо: порівняння, інформаційний список, часовий ланцюг та довідник, як такі, що є найбільш відповідними до потреб і переконливого донесення виділених змістових аспектів досягнення гомогенного суспільства.

Зауважимо, що порівняння може бути як дуалістичним, так і багатовимірним. Збільшення складників для порівняння поступово наближає цей тип інфографіки до інформаційного списку, який також може бути представлений варіативно; від уподібнення до лінійних графіків і діаграм до секторного розподілу даних. Часовий ланцюг найбільш наочно демонструє динаміку змін протягом певного періоду, а довідник дозволяє отримати і порівняти дані, що змінювались як в часі,

так і за географічними параметрами, в тому числі і в різних країнах.

Зосереджуючись на безпосередньо прийомах представлення комунікативних складників в інфографіці, звернемось до матеріалів наукової роботи О. Мельник та В. Штець (2022), де було виділено наступні прийоми:

«1. Композиційні (використання динамічної чи статичної композиції, ритм та акцентування).

2. Художньо-образні прийоми формування ілюстративних зображень (реалістичне відтворення, спрощення, стилізація, умовність зображення).

3. Технічні особливості роботи з зображеннями (дво-чи тривимірна графіка, лінійна графіка, кольоро-текстурне вирішення).

4. Стилістичні прийоми (стилізація під певний історичний стиль; авторська пластична стилізація).

5. Робота з типографікою (гарнітура, накреслення, композиційні прийоми)» (Мельник & Штець, 2022: 125).

Вважаємо, що наведені тут прийоми окреслюють загальні можливості упорядкування комунікативних складників інфографіки, проте не акцентують уваги на головній властивості результативних і впливових інфографічних повідомлень. Цією властивістю вважаємо синтез графіків і діаграм з зображеннями (фотографічними, графічно-реалістичними або стилізованими чи схематизованими), що реалізується через їх композиційне злиття та підкріплюється текстовими і цифровими викладами. Ще однією вагомою умовою створення результативних комунікацій, вважаємо доповнення інфографічних повідомлень інтерактивними кьюар-кодами, що надають доступ до розширеної інформації, або до повторного відтворення інфографічних повідомлень та їх співставлення з статистичними даними минулих років або даними з інших країн.

**Висновки.** Інфографіка володіє високим потенціалом для вирішення актуальних глобальних проблем соціальної нерівності та досягнення позитивної суспільної гомогенності завдяки унікальним симбіотичним властивостям інтеракції зображень та конвенційного тексту, що набуває форми ефективного графічного стимульного матеріалу для різних цільових груп. Завдяки здатності кодування багатовимірної інформації інфографіка усуває бар'єри інтелектуальних та культурних відмінностей, а також диверсифікованих лімітувальних факторів у рівні освіти реципієнтів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Васильєва О., Слітюк О., Васильєв О. Визначення особливостей проектування анімованої інфографіки. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2023. Вип. 68, том 1, С. 51–56.
2. Мельник О. Я., Штець В. О. Проектно-художній інструментарій дизайну хронологічної інфографіки. *Культура і сучасність : альманах*. 2022. № 1. С. 122–126.
3. Мельник О., Селіванов І. Особливості розробки інфографіки для вебсередовища. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2022. Вип. 50, С. 121–127.
4. Олійник В.А., Чуєва О.В. Exploring the taxonomy and creative dynamics of infographics: a comprehensive classification and analysis. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2023. Вип. 67, том 1. С. 188–194.
5. Bakshy E., Rosenn I., Marlow C., Adamic L. The role of social networks in information diffusion. *Proceedings of the 21st international conference on World Wide Web*. 2012. P. 519-528. DOI: 10.1145/2187836.2187907
6. Bourdieu P. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press. 1979. 613 p.
7. Chancel L., Piketty T., Saez E., Zucman G. *World inequality report 2022*. Cambridge: Harvard University Press. 2022. 236 p.
8. Chetty R., Stepner M., Abraham S. The Association Between Income and Life Expectancy in the United States, 2001-2014. *JAMA*, 2016. 315(16). P. 1750–1776. DOI: 10.1001/jama.2016.4226
9. Diemer M. A., Li C. H. Pathways to occupational attainment among children of lower socioeconomic status: A focus on early achievement, self-concept, and perceived social support. *Developmental Psychology*, 2019. 55(2). DOI:10.1177/0011000007309858
10. Diener E., Biswas-Diener R. Will money increase subjective well-being? A literature review and guide to needed research. *Social Indicators Research*, 57(2). 2002.
11. Durkheim E. *Suicide: A Study in Sociology*. Oxfordshire: Routledge. 1897. 432 p.
12. Gans H. J. *The Urban Villagers: Group and Class in the Life of Italian-Americans*. New York: The Free Press. 1971. 443 p.
13. General Assembly resolution 2200A (XXI), United Nations. *International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights*. 1966. 8 p.
14. General Assembly resolution 2542 (XXIV), United Nations. *Declaration on Social Progress and Development*. 1969. 9 p.
15. General Assembly resolution 41/128, United Nations. *Declaration on the Right to Development*. 1986. 3 p.
16. General Assembly resolution Res/70/1, United Nations. *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. 2015. 41 p.
17. Gladwell M. *The tipping point: How little things can make a big difference*. New York: Little, Brown. 2006. 280 p.
18. Gregory R. L. *Eye and Brain: The Psychology of Seeing*. Princeton: Princeton University Press. 1997. 277 p.
19. Haidt J. *The righteous mind: Why good people are divided by politics and religion*. New York: Vintage. 2012. 528 p.
20. Marmot M. *The Status Syndrome: How Social Standing Affects Our Health and Longevity*. New York: Henry Holt and Company. 2004. 336 p.
21. Mautone P. D., Mayer R. E. Signaling as a cognitive guide in multimedia learning. *Journal of educational Psychology*, 2001. 93(2), P. 377–389.
22. McCloud S. *Understanding Comics: The Invisible Art*. New York: William Morrow Paperbacks. 1993. 224 p.
23. Neurath, O. *International Picture Language, The first Rules of Isotype*. London: Kegan Paul, Trench, Trubner & Co. 1936. 117 p.
24. Sen A. *Development as Freedom*. Oxford: Oxford University Press. 1999. 384 p.
25. Tufte E. R. *Beautiful evidence* (Vol. 1). Cheshire, CT: Graphics Press. 2006. 213 p.
26. United Nations General Assembly, United Nations. *Universal Declaration of Human Rights*. 1948. 72 p.
27. Weber M. *Economy and Society*. Berlin: Springer. 1922. 504 p.
28. Wright E. O. *Class, Crisis, and the State*. London: Verso Books. 1978. 220 p.

## REFERENCES

1. Vasyliєva O., Sliutiuk O., Vasyliєv O. (2023). Vyznachennia osoblyvosti proektuvannia animovanoi infohrafiky yak napriamku multymediinoho dyzainu. [Determining the features of designing animated infographics as a direction of multimedia design] *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk. - Topical issues of the humanities*, 68, Vol. 1, 51–56. [in Ukrainian].
2. Mel'nyk O., Shtets V. (2022). Proiektno-khudozhnii instrumentarii dyzainu khronolohichnoi infohrafiky. [Artistic and project tools in the chronological infographics design] *Kultura i suchasnist : almanakh. – Culture and Modernity: Almanac*, 1, 122–126. [in Ukrainian].
3. Mel'nyk O., Selivanov I. (2022). Osoblyvosti rozrobky infohrafiky dlia vebseredovyscha. [Peculiarities infographic development for website] *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk. – Topical issues of the humanities*, 50, 121–127. [in Ukrainian].
4. Oliinyk V.A., Chuieva O.V. (2023). Exploring the taxonomy and creative dynamics of infographics: a comprehensive classification and analysis. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk. – Topical issues of the humanities*, 67, Vol. 1, 188–194.
5. Bakshy, E., Rosenn, I., Marlow, C., & Adamic, L. (2012). The role of social networks in information diffusion. In *Proceedings of the 21st international conference on World Wide Web* (pp. 519–528).

6. Bourdieu, P. (1979). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press. 613 p.
7. Chancel, L., Piketty, T., Saez, E., & Zucman, G. (2022). *World inequality report 2022*. Harvard University Press. 236 p.
8. Chetty, R., Stepner, M., Abraham, S. (2014). The Association Between Income and Life Expectancy in the United States, 2001-2014. *JAMA*, 315(16).
9. Diemer, M. A., & Li, C. H. (2019). Pathways to occupational attainment among children of lower socioeconomic status: A focus on early achievement, self-concept, and perceived social support. *Developmental Psychology*, 55(2).
10. Diener, E., & Biswas-Diener, R. (2002). Will money increase subjective well-being? A literature review and guide to needed research. *Social Indicators Research*, 57(2).
11. Durkheim, E. (1897). *Suicide: A Study in Sociology*. Routledge. 432 p.
12. Gans, H. J. (1971). *The Urban Villagers: Group and Class in the Life of Italian-Americans*. The Free Press. 443 p.
13. General Assembly resolution 2200A (XXI), United Nations (1966). *International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights*. 8 p.
14. General Assembly resolution 2542 (XXIV), United Nations (1969). *Declaration on Social Progress and Development*. 9 p.
15. General Assembly resolution 41/128, United Nations (1986). *Declaration on the Right to Development*. 3 p.
16. General Assembly resolution Res/70/1, United Nations. (2015).
17. Gladwell, M. (2006). *The tipping point: How little things can make a big difference*. Little, Brown. 280 p.
18. Gregory, R. L. (1997). *Eye and Brain: The Psychology of Seeing*. Princeton University Press. 277 p.
19. Haidt, J. (2012). *The righteous mind: Why good people are divided by politics and religion*. Vintage. 528 p.
20. Marmot, M. (2004). *The Status Syndrome: How Social Standing Affects Our Health and Longevity*. Henry Holt and Company. 336 p.
21. Mautone, P. D., & Mayer, R. E. (2001). Signaling as a cognitive guide in multimedia learning. *Journal of educational Psychology*, 93(2), 377.
22. McCloud, S. (1993). *Understanding Comics: The Invisible Art*. William Morrow Paperbacks. 224 p.
23. Neurath, O. (1936). *International Picture Language, The first Rules of Isotype*. London: Kegan Paul, Trench, Trubner & Co. 117 p.
24. Sen, A. (1999). *Development as Freedom*. Oxford University Press. 384 p.
25. Tufte, E. R. (2006). *Beautiful evidence* (Vol. 1). Cheshire, CT: Graphics Press. 213 p.
26. United Nations General Assembly, United Nations (1948). *Universal Declaration of Human Rights*. 72 p.
27. Weber, M. (1922). *Economy and Society*. Springer. 504 p.
28. Wright, E. O. (1978). *Class, Crisis, and the State*. Verso Books. 220 p.