

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**

Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти
сертифікована на відповідність ДСТУ ISO9001:2015 / ISO 9001:2015

Кафедра журналістики та реклами

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою ДТЕУ

(пост. п. 6 від 11 2025р.)

Ректор

Анатолій МАЗАРАКІ



**ІНФОГРАФІКА/
INFOGRAPHIC**

**ПРОГРАМА/
COURSE SUMMARY**

КИЇВ 2025

Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу ДТЕУ заборонено

Автори: Діана ФАЙВІШЕНКО, доктор економічних наук, професор
Олександр ЛЄЖНЄВ, кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри
журналістики та реклами
Ірина ОНОФРІЙЧУК, доктор економічних наук, професор

Програму обговорено і схвалено на засіданні кафедри журналістики та реклами
3 листопада 2025 р., протокол № 6.

Рецензенти:

Галина АЛДАНЬКОВА, кандидат економічних наук, доцент кафедри
журналістики та реклами
Леонід ГУБСЬКИЙ, графічний дизайнер, ТОВ ПБП «ПРОГРЕС»
Руслана БЕЗУГЛА, доктор мистецтвознавства, доцент, зав. кафедри дизайну

ІНФОГРАФІКА /
INFOGRAPHICS

ПРОГРАМА /
COURSE SUMMARY

ВСТУП

Програму навчальної дисципліни «Інфографіка» підготовлено відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю 022 «Дизайн» для другого (магістерського) рівня вищої освіти (наказ МОН України від 21.12.2018 № 1433) та освітньо-професійної програми «Графічний дизайн». Програма призначена для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти ДТЕУ усіх форм навчання, галузі знань В «Культура, мистецтво та гуманітарні науки», спеціальності В2 «Дизайн», освітньої програми «Графічний дизайн».

Програма складається з таких розділів:

1. Мета, завдання та предмет дисципліни.
2. Передумови вивчення дисципліни.
3. Результати вивчення дисципліни.
4. Зміст дисципліни.
5. Список рекомендованих джерел.

1. МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ПРЕДМЕТ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення дисципліни «Інфографіка» є формування у студентів сучасного концептуального, фундаментального мислення та системи спеціальних знань у галузі інфографіки й практичних навичок візуалізації інформації в процесі обробки результатів досліджень та розроблення різних видів інфографіки.

Завданням вивчення дисципліни «Інфографіка» є набуття студентами ґрунтовних теоретичних знань та практичних навичок щодо сучасних тенденцій інфографіки; ролі інфографіки як ключового засобу візуалізації інформації; основних принципів візуалізації даних, інформації та знань; проєктного аналізу та формування авторської концепції інфографічного продукту; взаємодії з фахівцями інших галузей у міжнародному контексті; соціально відповідального подання інформації та захисту інтелектуальної власності; створення інфографіки за допомогою графічних редакторів, спеціалізованих програм і AI-інструментів.

Предметом вивчення дисципліни є теоретичні та практичні аспекти аналізу існуючих і розроблення авторських проєктів інфографіки як продукту візуальної комунікації.

2. ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами вивчення дисципліни «Інфографіка» є засвоєння змісту освітніх компонентів «Сучасні стилі в мистецтві та дизайні», «Інноваційні технології в дизайні», «Презентація та брендингові практики в дизайні», «Концептуальне проєктування в графічному дизайні».

знання:

- сутності інфографіки, її функцій, місця в системі інформаційного та графічного дизайну; етапів еволюції інфографіки від протонаукових схем до цифрових та інтерактивних форм; класифікації інфографіки (статична, інтерактивна, motion, data art); принципів візуального сторітелінгу та побудови інформаційного наративу; принципів композиції, візуальної ієрархії, модульних сіток і UX-підходу;
- ролі шрифту в передачі інформації, читабельності та ієрархії;

- видів графіків і діаграм, їхніх можливостей і обмежень;
- джерел даних (відкриті бази, міжнародна статистика, API), принципів data-етики; колірних моделей, принципів колірного кодування та доступності;
- особливостей інтерактивних і мультимедійних форматів;

вміння:

- ідентифікувати інфографіку серед інших візуальних форматів, визначати її комунікаційну мету; аналізувати історичні приклади та застосовувати ретроспективний досвід у сучасних проєктах; добирати формат інфографіки відповідно до контенту та платформи; структурувати дані у вигляді логічної візуальної історії; проєктувати композицію інфографіки з керуванням увагою користувача; застосовувати типографіку як смисловий і навігаційний інструмент;
- створювати піктограми та знакові системи з урахуванням міжкультурних аспектів;
- коректно візуалізувати кількісні та якісні дані, збирати, очищати, структурувати та інтерпретувати дані для візуалізації; використовувати колір як інструмент смислової навігації й акцентування;
- проєктувати інфографіку з урахуванням взаємодії користувача.

3. РЕЗУЛЬТАТИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Інфографіка» як вибіркова освітня компонента забезпечує оволодіння здобувачами загальними та фаховими компетентностями і досягнення ними програмних результатів навчання за освітньо-професійною програмою «Графічний дизайн» (ОС магістр):

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
Загальні компетентності за освітньою програмою		
1	Здатність генерувати нові ідеї (креативність).	1–3, 5
2	Вміння виявляти, ставити та розв'язувати проблеми.	1–12
3	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності).	9
4	Здатність працювати в міжнародному контексті.	9
5	Здатність розробляти та керувати проєктами.	4, 11
6	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.	1–12
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності за освітньою програмою		
1	Здатність здійснювати концептуальне проєктування об'єктів дизайну з урахуванням функціональних, технічних, технологічних, екологічних та естетичних вимог (за спеціалізацією).	1–12

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
2	Здатність проведення проєктного аналізу усіх впливових чинників і складових проєктування та формування авторської концепції проєкту.	1–11
4	Здатність забезпечити захист інтелектуальної власності твори образотворчого мистецтва та дизайну.	1–11
6	Здатність застосовувати у практиці дизайну виражальні художньо-пластичні можливості різних видів матеріалів, інноваційних методів і технологій.	1–12
7	Здатність застосовувати засоби спеціального рисунка та живопису (за спеціалізаціями), а також методики використання апаратних і програмних засобів комп'ютерних технологій.	1–12
9	Здатність створювати затребуваний на ринку та суспільно відповідальний продукт дизайну (товари і послуги).	11
10	Вміння переконливо демонструвати споживачу привабливу культурну цінність та економічну вартість створеного креативного продукту.	3, 5, 11
Програмні результати навчання за освітньою програмою		
1	Генерувати ідеї для вироблення креативних дизайн-пропозицій, вибудовувати якісну та розгалужену систему комунікацій, застосовувати основні концепції візуальної комунікації у мистецькій та культурній сферах.	1–12
3	Обирати певну модель поведінки при спілкуванні з представниками інших професійних груп різного рівня	1–12
5	Розробляти, формувати та контролювати основні етапи виконання проєкту.	1
6	Формувати проєктні складові у межах проєктних концепцій; володіти художніми та мистецькими формами соціальної відповідальності.	1–12
7	Критично осмислювати теорії, принципи, методи та поняття з різних предметних галузей для розв'язання завдань і проблем у галузі дизайну.	1–3
8	Здійснювати передпроєктний аналіз із урахуванням	3, 12

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
	усіх вагомих чинників, що впливають на об'єкт проектування; формувати авторську концепцію проекту.	
9	Застосовувати методику концептуального проектування та здійснювати процес проектування з урахуванням сучасних технологій і конструктивних вирішень, а також функціональних та естетичних вимог до об'єкта дизайну.	8, 10
10	Критично опрацьовувати художньо-проектний доробок українських і зарубіжних фахівців, застосовувати сучасні методики та технології наукового аналізу для формування авторської концепції, пошуку українського національного стилю.	4, 11
11	Визначати естетичні проблеми дизайнерських шкіл та напрямів з урахуванням генезису сучасного художнього процесу в дизайні; мати синтетичне уявлення щодо історії формування сучасної візуальної культури.	2
12	Володіти базовими методиками захисту інтелектуальної власності; застосовувати правила оформлення прав інтелектуальної власності.	1
14	Застосовувати інноваційні методи і технології роботи з матеріалом (за спеціалізаціями).	1–12
15	Представляти концептуальне вирішення об'єктів дизайну засобами новітніх технологій, застосовувати прийоми графічної подачі при розв'язанні художньо-проектних завдань (за спеціалізаціями).	3, 4, 11
17	Управляти процесом вироблення продукту дизайну (товарів і послуг) на різних етапах брендингу та ребрендингу (за спеціалізаціями).	11

4. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Інфографіка як галузь графічного дизайну

Поняття інфографіки. Об'єкт, предмет, мета й завдання дисципліни. Функції інфографіки. Інфографіка як новий ключовий метод інформаційного середовища, що керується соціальними й психологічними змінами. Інфографіка як інструмент структурування складної інформації. Види інфографіки: статична, динамічна, інтерактивна, мультимедійна, дата-візуалізація. Інфографіка як реакція на соціальні, психологічні та когнітивні зміни сучасного суспільства. Інфографіка в системі візуальної комунікації, освіти та культури. Інформаційний дизайн і user-centered design. Базові методики захисту інтелектуальної власності; застосування правил оформлення прав інтелектуальної власності.

Прикладна інфографіка для представлення наукових фактів та теорій у вигляді ілюстрацій та графіків.

Інфографіка як проєкт: основні етапи розроблення та контроль їх виконання; проєктний аналіз чинників і формування авторської концепції інфографічного продукту з урахуванням функціональних, технологічних та естетичних вимог. Взаємодія дизайнера інфографіки з журналістами, аналітиками даних, науковцями й маркетологами: вибір моделі поведінки. Інфографіка як художня форма соціальної відповідальності. Критичне осмислення теорій інформаційного дизайну. Рисунок, ескіз і програмні засоби як інструменти інфографіки; генерування ідей.

Список рекомендованих джерел

Закони та нормативні акти: 1

Основний: 4 [с. 15–48]; 9 [с. 40–58]

Додатковий: 12 [с. 12–34]

Інтернет-ресурси: 25

Тема 2. Історія виникнення та еволюція інфографіки

Зародження інфографіки. Вільям Плейфер і перші діаграми. Внесок Е. Тафті у формування теорії інфографіки. Наукові та соціальні кейси (Джон Сноу, Шарль Дюпін, А.-М. Геррі). Атласи, карти, схеми як основа візуальної аналітики. Становлення інфографіки у друкованих ЗМІ XIX–XX ст. Поява цифрової та інтерактивної інфографіки у XXI ст. Обставини, що сприяли виникненню інфографіки.

Започаткування використання інфографіки у виданнях (газета «The Times», «The Illustrated London News» у Великобританії, «L'Illustration» у Франції). Зародження сучасної інфографіки. Вплив періодичних видань на становлення та розповсюдження інфографіки

Спеціалізовані агентства з підготовки візуальної інформації. Аутсорсинг у виготовленні інфографіки. Перспективні напрями інформаційного дизайну. Генерація нових ідей. Сучасні дизайнери та технології.

Причинно-наслідкові зв'язки розвитку інфографіки: від наукової графіки до преси, медіа й цифрових платформ. Естетичні проблеми шкіл і напрямів інформаційного дизайну (ISOTYPE О. Нейрата, швейцарський стиль, концепція Е. Тафті) та генеза сучасної візуальної культури; критичне осмислення історичних теорій. Українська інфографіка: від статистичних схем і плакатів XX ст. до сучасних

дата-медіа (Texty.org.ua). Технології та матеріали друку історичної інфографіки; суспільне надбання та права на історичні зразки.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4 [с. 49–90]

Додатковий: 19 [с. 1–24]

Інтернет-ресурси: 26, 28

Тема 3. Композиція та візуальна ієрархія в інфографіці

Композиція інфографіки як сценарій взаємодії з інформацією та візуальний наратив. Візуальна ієрархія як інструмент керування увагою, ритмом і швидкістю читання даних. Композиційний центр як точка входу в інформаційний простір та запуск візуального маршруту користувача. Нелінійна логіка читання інфографіки в цифрових середовищах та адаптація до кліпової культури сприйняття.

Баланс як динамічна рівновага між змістом і формою: симетрія, асиметрія, керований дисбаланс як креативний прийом. Ритм як візуальний темп інфографіки. Масштаб як спосіб візуального сторітелінгу, де розмір елементів транслює значущість і смислові акценти.

Модульні та адаптивні сітки як «архітектура» даних, що дозволяє гнучко організовувати інформацію для різних форматів і платформ. Використання негативного простору (white space) як активного елемента композиції та інструменту концентрації уваги. Типографіка як композиційний і смисловий каркас інфографіки.

UX-підхід до побудови інфографіки як дизайн користувацького досвіду, де інфографіка розглядається як інтерфейс, а не статичне зображення. Проєктування маршруту погляду, когнітивного навантаження та моментів взаємодії з даними. Інтерактивність, адаптивність і персоналізація як сучасні композиційні принципи.

Креативні принципи сучасної інфографіки: мінімалізм як стратегія ясності; дані як образ (data-as-image); емоційна композиція; контекстна візуалізація; модульна гнучкість; дизайн, орієнтований на досвід, етику та відповідальність. Композиція як інструмент не лише інформування, а й формування смислів, довіри та критичного мислення аудиторії.

Передпроектний аналіз чинників (аудиторія, платформа, обсяг і характер даних, контекст) як основа композиційної концепції; формулювання авторської концепції. Композиція як засіб переконливої демонстрації культурної цінності та економічної вартості інформаційного продукту. Представлення композиційного рішення засобами новітніх технологій і прийомами графічної подачі; ескізування від руки як інструмент пошуку композиції. Критичне осмислення теорій композиції та UX; погодження композиції із замовником і редакцією.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4 [с. 91–140]

Додатковий: 15 [с. 1–48]

Тема 4. Типографіка та шрифтова культура в інфографіці

Класифікація шрифтів і їх функціональне призначення. Шрифт як носій смислу та емоції. Поєднання гарнітур, ієрархія тексту. Зручність читання та accessibility.

Цифрові шрифти, модифікації шрифтів, створення авторського шрифту в інфографіці. Шрифти та стікери для соціальних мереж.

Доробок українських і зарубіжних шрифтових дизайнерів (від В. Кричевського й Г. Нарбута до сучасних українських шрифтових студій); кирилична типографіка в інфографіці та пошук національного стилю. Ліцензування шрифтів і захист авторських прав на шрифт. Розроблення шрифтового рішення як проєкт: етапи, строки, погодження. Представлення типографічного рішення засобами новітніх технологій; взаємодія з редакторами та верстальниками. Доступність типографіки як соціальна відповідальність.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4 [с. 141–170]

Додатковий: 14 [с. 55–98]

Тема 5. Візуальна мова, піктографіка та знакові системи

Візуальна мова через графічні елементи (лінія, форма, колір, текстура, композиційні структури; знакові системи (піктограми, символи, іконки, логотипи, інфографіка). Піктограма графічний знак, що передає конкретний об'єкт або дію через простий образ. Створення піктограм та знакових систем з урахуванням доступності (люди з порушенням зору, кольорового сприйняття); уникненням стереотипів та дискримінаційних образів; відповідності контексту. Іконка графічне позначення, що використовується переважно в інтерфейсах (UI), додатках, сайтах, електронних платформах.

Графічний знак більш широке поняття, яке включає: логотипи; символи; емблеми; графічні маркери бренду. Графічний знак через ідентичність бренду. Семіотика інфографіки.

Універсальні та локальні коди в дизайні. Візуальна мова у цифрових середовищах (UI/UX, мобільні формати). Дизайн мобільних додатків; веб-сайтів; інтерфейсів цифрових сервісів.

Культурні та міжкультурні аспекти візуальної мови.

Генерування ідей знакових систем; ручна графіка й векторні інструменти в розробленні піктограм. Знак як носій культурної цінності та економічної вартості бренду; українські візуальні коди в знакових системах. Захист прав на піктограми, іконки та графічні знаки (авторське право, реєстрація знаків для товарів і послуг). Соціально відповідальні знакові системи (доступність, недискримінація). Взаємодія з UX-дизайнерами та розробниками.

Список рекомендованих джерел

Закони та нормативні акти: 1

Основний: 4 [с. 171–210]

Додатковий: 12 [с. 101–137]

Тема 6. Види інфографіки

Проста та комбінована інфографіка. Загальні риси і відмінності. Складові простої інфографіки. Класифікація елементів комбінованої інфографіки.

Використання графіків для візуалізації даних. Види графіків. Програми для створення графіків. Стилі та колірні схеми.

Види діаграм. Ефективність застосування для різних видів інформації. Види діаграм. Способи та інструменти для створення діаграм у програмі Adobe Illustrator. Стили діаграм та використання кольору. Візуалізація процесу. Створення блоків-схем. Випадки використання блоків-схем. Діаграма циклічного процесу. Робота з даними. Карти як засіб візуалізації у засобах масової інформації. Карти «мозкового штурму». Розгортка процесу. Ілюстрації (ілюстрація, комікс). Використання ілюстрації соціальних медіа. Типи ілюстрації. Програми для створення та обробки ілюстрацій.

Вибір виду інфографіки як проєктне рішення на основі аналізу даних, аудиторії та платформи; розв'язання проблеми відповідності форми даним. Поєднання ручної ілюстрації та цифрових засобів; інноваційні сервіси візуалізації. Умови використання карт, ілюстрацій і шаблонів сервісів. Соціально значущі теми та відповідальне подання даних; спільна робота з редакторами й аналітиками.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4 [с. 211–250]

Додатковий: 11 [с. 45–120]; 20 [с. 1–60]

Інтернет-ресурси: 23, 24

Тема 7. Інформація як об'єкт інфографіки

Поняття даних у контексті графічного дизайну. Дані як основа візуальної комунікації та аргументації. Роль дизайнера в інтерпретації статистичної інформації. Джерела даних та статистичної інформації Відкриті дані (Open Data) як ресурс для інформаційного дизайну. Національні та міжнародні статистичні системи.

Офіційна статистика як джерело достовірної інформації для інфографіки. Міжнародні бази та платформи даних: статистичні бази ООН (UN Data); Світовий банк (World Bank Open Data); Євростат (Eurostat); Всесвітня організація охорони здоров'я (WHO); Організація економічного співробітництва та розвитку (OECD); ЮНЕСКО (UNESCO Institute for Statistics); міжнародні гуманітарні та екологічні платформи (UNHCR, FAO, UNEP). Використання галузевих та тематичних датасетів (економіка, екологія, демографія, культура, освіта, медіа). API та цифрові канали отримання даних. Використання API у дизайнерській практиці (на рівні розуміння принципів, без програмування).

Онлайн-сервіси та платформи для імпорту даних у візуальні інструменти. Перевірка якості даних: повнота, актуальність, достовірність. Очищення даних від помилок, дублювання, нерелевантної інформації. Групування, класифікація та нормалізація статистичних показників. Підготовка даних до візуалізації з урахуванням дизайнерських рішень.

Візуалізація великих масивів інформації. Особливості роботи з великими обсягами даних (Big Data) у візуальній формі. Вибір типу графіка залежно від характеру даних.

Агрегація та узагальнення інформації для зниження когнітивного навантаження. Дашборди та інтерактивні панелі як формат подачі статистики. Аналітичне мислення дизайнера. Інтерпретація даних і пошук смислів. Візуальний графічний дизайн на основі статистики. Поєднання аналітики та художнього образу в інфографіці.

Етика роботи з даними

Принципи достовірності та відповідальності у поданні статистичної інформації. Запобігання маніпуляціям через масштаб, колір, вибір показників. Коректне цитування джерел та авторство даних. Соціальна відповідальність дизайнера при роботі з чутливими даними (соціальні, демографічні, гуманітарні теми).

Взаємодія з аналітиками даних, статистиками та експертами галузей: вибір моделі поведінки і спільна мова. Правовий статус даних: відкриті ліцензії (Creative Commons, Open Data), умови використання міжнародних баз, авторство даних. Аналіз даних як складова проєктного аналізу та основа авторської концепції; виявлення й розв'язання проблем якості даних. Інноваційні цифрові інструменти підготовки даних.

Список рекомендованих джерел

Закони та нормативні акти: 1

Основний: 4 [с. 251–290]

Додатковий: 11 [с. 1–44]

Інтернет-ресурси: 23, 24

Тема 8. Основні етапи створення інформаційної графіки

Формулювання мети інфографіки. Проведення попереднього дослідження. Бриф.

Збирання даних за темою. Способи збору інформації.

Аналітика та обробка інформації. Систематизація, групування символів, візуалізація інтерактивних потоків.

Композиційні рішення інформаційної графіки. Вибір кольорової схеми зображення. Робота з текстовими елементами. Вибір гарнітури, накреслення та кегля. Створення інфографіки. Ескіз. Вибір програми для створення. Узгодження з замовником. Демонстрація споживачу привабливої культурної цінності та економічної вартості створеного креативного продукту. Управління процесом вироблення креативного продукту дизайну на різних етапах брендингу та ребрендингу. Презентація авторського рішення, проєкту.

Методика концептуального проєктування інфографіки з урахуванням сучасних технологій, функціональних та естетичних вимог. Бриф як інструмент передпроєктного аналізу; контроль етапів. Модель поведінки у спілкуванні із замовником. Права на результат: договір із замовником, передача майнових прав. Технологічна підготовка до друку й цифрової публікації.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4 [с. 15–48; 291–320]

Додатковий: 12 [с. 200–280]

Тема 9. Особливості сприйняття візуальної інформації

Закони сприйняття візуальної інформації та особливості когнітивної обробки графічних повідомлень. Обмеження уваги, принципи селективного сприйняття та когнітивного навантаження. Феномен кліпової свідомості як наслідок цифровізації, мультимедійного середовища та фрагментарного споживання контенту. Вплив соціальних мереж, коротких форматів і нескінченного скролінгу на візуальне мислення аудиторії.

Застосування загальноприйнятої візуальної мови в інфографіці: універсальні знаки, піктограми, іконографія, візуальні патерни. Культурні та міжкультурні відмінності у сприйнятті символів. Закони гешталту (близькість, подібність, замкнутість, спільна доля, фігура, фон) як основа побудови ефективної інформаційної композиції.

Поняття візуальної концентрації та фокусування уваги. Ієрархія інформації, ритм, масштаб і контраст як інструменти керування поглядом користувача. Емоційний дизайн в інфографіці: формування емоційного відгуку через форму, колір, образ і темп подачі інформації. Вплив позитивних і негативних емоцій на запам'ятовування даних.

Маніпулятивний потенціал інфографіки: спотворення масштабів, вибіркове подання даних, візуальні акценти як засіб переконання. Етичні межі впливу в інформаційному дизайні.

Робота з інформаційним потоком: скорочення, агрегація, пріоритезація та візуальна фільтрація даних.

Аналіз символів та їх вплив на аудиторію. Графічне накреслення символів і піктограм. Відповідність стилю, кольору, пропорцій і характеру лінії меті повідомлення та цільовій аудиторії.

Роль дизайнера як модератора смислів між даними та користувачем.

Міжнародний і міжкультурний контекст сприйняття: адаптація інфографіки для іноземних аудиторій, спільна робота з міжнародними редакціями. Співпраця з психологами, когнітивістами та UX-дослідниками; юзабіліті-тестування як міждисциплінарна практика. Правила використання чужих зображень у тестових матеріалах. Концептуальне проєктування з урахуванням результатів тестування.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4 [с. 321–349]; 7 [с. 1–60]

Додатковий: 18 [с. 50–120]

Тема 10. Колір у візуалізації інформації

Колір як ключовий засіб інформаційного дизайну та емоційного впливу. Фізіологічні, психологічні та культурні аспекти сприйняття кольору. Колірні моделі та простори (RGB, CMYK, HSL, LAB). Особливості застосування в цифрових і друкованих інфографічних проєктах. Колірне кодування даних як метод структурування та порівняння інформації. Використання кольору для класифікації, ієрархії та навігації. Контраст, насиченість, яскравість і колірний тон як інструменти підвищення читабельності та візуальної чіткості. Хроматичні та ахроматичні схеми. Монохромні, комплементарні, аналогові та багатоколірні палітри в інфографіці.

Вплив кольору на сприйняття кількісних показників і динаміки процесів. Колір і доступність інформації: принципи inclusive design. Візуалізація даних для людей із порушеннями колірного зору (color blindness). Альтернативні способи кодування (форма, текстура, підписи). Стандарти доступності (WCAG) у контексті інформаційного дизайну. Міжнародні кейси та практика використання кольору в інфографіці провідних медіа, брендів і цифрових платформ.

Аналіз успішних прикладів і типових помилок кольорового вирішення в інформаційній графіці. Колір як елемент візуальної ідентичності та брендкомунікації в інфографічних проєктах.

Колір у методиці концептуального проєктування: технологічні вимоги друку та екранів (колірні профілі, препрес), матеріали й технології друку. Фірмові палітри брендів і умови їх використання. Соціально відповідальні колірні рішення (доступність). Взаємодія з друкарнями та препрес-фахівцями; розв'язання проблем колірної відповідності.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4 [с. 171–210]; 8 [с. 90–140]

Додатковий: 15 [с. 80–140]

Інтернет-ресурси: 22

Тема 11. Інтерактивна та motion-інфографіка

Основи інтерактивного дизайну. Анімація даних. Scroll-based та narrative UX. Інфографіка для вебсайту та мобільних застосунків. Корпоративна інфографіка дизайну. Соціальні та освітні кампанії. Інфографіка як інструмент іміджу бренду. Поняття motion-інфографіки та відеоінфографіки. Відео як домінуючий формат сучасних медіа та соціальних платформ. Динамічна візуалізація процесів, статистики, часових змін. Сторітелінг у відеоінфографіці: сценарій, таймінг, ритм, монтаж. Вертикальні, короткі формати (Shorts, Reels, TikTok) як новий стандарт подачі інформації. Програмні засоби та сервіси: Adobe After Effects, Premiere Pro; Blender (motion + 3D data); Lottie, Rive (анімація для вебу та мобільних застосунків); Canva Video, Karwing, Runway ML (AI-відеоінструменти). Інтерактивна інфографіка та вебзастосунки.

Управління проєктом motion-інфографіки: етапи, строки, команда (сценарист, аніматор, звукорежисер). Інфографіка як затребуваний на ринку та суспільно відповідальний продукт; переконлива демонстрація її культурної цінності та економічної вартості; управління інфографічним продуктом на етапах брендингу та ребрендингу. Доробок українських і зарубіжних студій motion-дизайну. Права на музику, відео й шаблони. Представлення концептуального рішення засобами новітніх технологій.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4 [с. 211–250]

Додатковий: 14 [с. 140–200]

Інтернет-ресурси: 24, 28

Тема 12. Штучний інтелект (AI-дизайн) у створенні інфографіки та візуалізації даних

Поняття AI-дизайну та алгоритмічної візуалізації. AI-інструменти у створенні інфографіки. Flourish AI, Datawrapper AI — автоматизована датавізуалізація; Adobe Sensei інтелектуальна обробка графіки та даних; Midjourney, DALL·E, Firefly генерація візуальних елементів для інфографіки; ChatGPT, Gemini підготовка сценаріїв, текстів і структур для інфографічних проєктів. AR/VR-візуалізація даних. Data art та експериментальний дизайн.

Екологічний та соціально відповідальний дизайн. Майбутнє професії інформаційного дизайнера. Генеративний дизайн як новий підхід у графічному та інформаційному дизайні. AI як інструмент аналізу, структурування та візуалізації великих масивів даних (Big Data). Автоматизоване створення графіків, карт, дашбордів і візуальних звітів. Співавторство людини й алгоритму: роль дизайнера в AI-проєктах. Етичні питання використання AI в інформаційному дизайні (достовірність, упередженість, маніпуляція).

Кейси AI дизайну. AI-генерована інфографіка у новинних агентствах. Відеоінфографіка для соціальних мереж і цифрових кампаній. Поєднання дизайну, аналітики та програмування у командній роботі.

Передпроєктний аналіз і авторська концепція в AI-проєктах: визначення задачі, даних і меж делегування. Генерування ідей за допомогою AI; поєднання ручної графіки, програмних засобів і генеративних інструментів. Модель поведінки в команді з аналітиками та програмістами. Соціальна відповідальність і художні форми соціальної відповідальності в AI-інфографіці.

Список рекомендованих джерел

Закони та нормативні акти: 1

Основний: 4 [с. 15–48]; 6 [с. 200–260]; 7 [с. 180–256]

Інтернет-ресурси: 23, 24

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Закони та нормативні акти

1. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 01.12.2022 № 2811-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text>

2. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 022 «Дизайн» для другого (магістерського) рівня вищої освіти : наказ МОН України від 21.12.2018 № 1433. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni-standarti/12/21/022-dizayn-magistr.pdf>

Основний

3. Денисенко С. М. Основи композиції і проектної графіки : навч. посіб. Київ : НАУ, 2021. 52 с.

4. Каїро А. Функціональне мистецтво: вступ до інфографіки та візуалізації / пер. з англ. Л. Белея. Львів : Видавництво УКУ, 2017. 349 с.

5. Cairo A. The Art of Insight: How Great Visualization Designers Think. Hoboken : John Wiley & Sons, 2023. 320 p.

6. Cairo A. The Truthful Art: Data, Charts, and Maps for Communication. San Francisco : New Riders, 2016. 368 p.

7. Cairo A. How Charts Lie: Getting Smarter about Visual Information. New York : W. W. Norton & Company, 2019. 256 p.

8. Knaflitz C. N. Storytelling with Data: A Data Visualization Guide for Business Professionals. Hoboken : John Wiley & Sons, 2015. 288 p.

9. Файвішенко Д. С. Медіадизайн : підручник. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2025. 240 с.

Додатковий

10. Алданькова Г. В. Комп'ютерна графіка в рекламі : лабораторний практикум : навч. посіб. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 262 с.

11. Few S. Show Me the Numbers: Designing Tables and Graphs to Enlighten. 2nd ed. Burlingame : Analytics Press, 2012. 356 p.

12. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну : підручник. 3-тє вид. Київ : Кондор, 2018. 543 с.

13. Креативні індустрії: соціокультурний та економічний вимір : монографія / Т. І. Ткаченко та ін. ; за ред. А. А. Мазаракі. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2025. 420 с.

14. Лаптон Е., Коул Філіпс Дж. Графічний дизайн: нові основи. Київ : ArtHuss, 2020. 262 с.

15. Meirelles I. Design for Information: An Introduction to the Histories, Theories, and Best Practices Behind Effective Information Visualization. Beverly : Rockport Publishers, 2013. 216 p.

16. McCandless D. Knowledge Is Beautiful. New York : HarperCollins, 2014. 256 p.

17. Прищенко С. В. Основи рекламного дизайну : підручник. 2-ге вид. Київ : Кондор, 2019. 400 с.

18. Психологія реклами : навч. посіб. / О. В. Зазимко та ін. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 384 с.

19. Tufte E. R. The Visual Display of Quantitative Information. 2nd ed. Cheshire : Graphics Press, 2001. 197 p.

20. Yau N. Data Points: Visualization That Means Something. Indianapolis : Wiley, 2013. 240 p.

Інтернет-ресурси

21. Ads of the World. URL: <https://www.adsoftheworld.com/>

22. AIGA Eye on Design. URL: <https://eyeondesign.aiga.org/>

23. Datawrapper Academy. URL: <https://academy.datawrapper.de/>

24. Flourish Studio — Data Visualization & Storytelling. URL: <https://flourish.studio/>

25. Креативні індустрії. URL: <https://nipo.gov.ua/kreatyvni-industrii-page/>

26. Creativity.ua — медіа про креативні індустрії України та світу. URL: <https://creativity.ua/>

27. Nightingale — журнал Data Visualization Society. URL: <https://nightingaledvs.com/>

28. The Pudding — visual essays. URL: <https://pudding.cool/>