МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
бакалавра

на тему: **РОЗРОБКА ІНФОРМАЦІЙНОГО ДИЗАЙНУ «ПРОФЕСІЇ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ»**

Виконала: студентка 4 курсу, групи 6.0221-з
спеціальності 022 «Дизайн»
освітньо-професійної програми «Графічний дизайн»
Ганзіна Владислава Віталіївна

Керівник: ст. викладач кафедри дизайну,
к. пед. н. _____ Олександр БРЯНЦЕВ

Рецензент: ст. викладач кафедри дизайну
_____ Микола ПОТАПЕНКО

Запоріжжя
2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет *соціальної педагогіки і психології*
Кафедра *дизайну*
Рівень вищої освіти *перший (бакалаврський)*
Спеціальність *022 «Дизайн»*
Освітньо-професійна програма *«Графічний дизайн»*

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри дизайну
_____ PhD Ганна ЧЕМЕРИС
«____» _____20__ року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Ганзіної Владислави Віталіївни

1. Тема роботи: *Розробка інформаційного дизайну «Професії графічного дизайну»* керівник роботи *к.пед.н. Брянцев О. А.* затверджені наказом ЗНУ від *27.01.2025 № 134-с*

2. Строк подання студентом роботи: *16.06.2025*

3. Вихідні дані до роботи: *відсутні*

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що належить розробити): *Візуальна інформація як спосіб спілкування. Передпроєктне дослідження. Проєктування інформаційного плакату «Професії графічного дизайну».*

5.Перелік графічного матеріалу: *презентація, демонстраційна графіка*

6. Консультанти розділів роботи

Назва розділу	Прізвище, ініціали консультанта	Дата, підпис	
		Надано	Отримано

7. Дата видачі завдання: *02.11.2025*

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання	Примітка
1	*Вибір теми та затвердження завдання*	*01.02.2025-10.02.2025*	
2	*Аналіз літературних джерел та дослідження проблематики*	*11.02.2025-20.02.2025*	
3	*Формування концепції, гіпотези, мети, завдань*	*21.02.2025-28.02.2025*	
4	*Розробка ескізів, прототипів, графічних матеріалів*	*01.03.2025-20.03.2025*	
5	*Виконання практичної частини (макети, ілюстрації тощо)*	*21.03.2025-10.04.2025*	
6	*Аналіз результатів, апробація, доопрацювання*	*11.04.2025-20.04.2025*	
7	*Написання теоретичної частини*	*21.04.2025-30.04.2025*	
8	*Оформлення роботи відповідно до вимог*	*01.05.2025-05.05.2025*	
9	*Подання роботи на перевірку керівнику*	*07.05.2025-10.05.2025*	
10	*Підготовка до захисту, презентація*	*11.05.2025-20.05.2025*	

Студент _____ *Владислава ГАНЗІНА*
(підпис)

Науковий керівник роботи _____ *Олександр БРЯНЦЕВ*
(підпис)

Нормоконтроль пройдено
Нормоконтролер _____ *Ганна ЧЕМЕРИС*
(підпис)

АНОТАЦІЯ

Ганзіна В. В. Розробка інформаційного дизайну «Професії графічного дизайну» : кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 022 «Дизайн» освітньо-професійної програми «Графічний дизайн» / наук. керівник канд. пед. наук О. А. Брянцев. Запоріжжя : ЗНУ, 2024. 73 с.

UA : Робота викладена на 73 сторінках друкованого тексту. Перелік посилань включає 53 джерел. Об'єкт дослідження : вимоги до графічного дизайнера на сучасному ринку праці. Предмет дослідження : інформаційний дизайн. Мета дослідження: розробити мапу професійних вимог до дизайнера. В роботі унікальність полягає у комплексному підході до систематизації професійних вимог дизайнерів графічного дизайну з використанням візуальних інформаційних інструментів.

Ключові слова : інформаційний дизайн, інфографіка, графічний дизайн,

Ganzina V. V. Development of Information Design "Professions of Graphic Design" : Bachelor's Thesis in Specialty 022 "Design" of the Educational and Professional Program "Graphic Design" / sci. advisor, Cand. Sc. (Pedagogical) O. A. Briantsev. Zaporizhzhia : ZNU, 2024. 73 p.

EN : The work is presented on pages 73 of printed text. The list of references includes 53 sources. Object of the study – requirements for a graphic designer in the modern labor market. Subject of the study – information design. Purpose of the qualification work – to develop a map of professional requirements for a designer.

Key words : information design, infographics, graphic design

Апробація кваліфікаційної роботи :

1. Ганзіна В.В., Брянцев О. А. Візуальна інформація як спосіб спілкування . *Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології: міжнар. наук.-практ. конф. (м.* Запоріжжя: 12 грудня 2022). ЗНУ, 2022. Т. 2. С. 7-24.
2. Ганзіна В.В., Брянцев О. А. Проектування інформаційного плакату. *Молода наука* : збір. наук. праць. (м. Запоріжжя, 17-22 квітня 2023) : ЗНУ, 2024. Т. 3. С. 24-34

ЗМІСТ

ВСТУП..... 5
РОЗДІЛ 1 ВІЗУАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ЯК СПОСІБ СПІЛКУВАННЯ..... 7
1.1 Поняттєвий апарат та стан наукової дослідженості..... 7
1.2 Історія та розвиток інформаційного дизайну..... 13
1.3 Сучасний стан інформаційного дизайну..... 25
РОЗДІЛ 2 ПЕРЕДПРОЄКТНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ..... 30
2.1 Аналіз інфографіки професій..... 30
2.2 Сучасні приклади інформаційного дизайну..... 39
РОЗДІЛ 3 ПРОЄКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПЛАКАТУ «ПРОФЕСІЇ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ»..... 50
3.1 Опис технічного завдання..... 50
3.2 Етап добору інформації..... 51
3.3 Проєктування плакату..... 52
ВИСНОВКИ..... 61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... 64
ДОДАТОК А..... 69
ДОДАТОК Б..... 72
ДОДАТОК В..... 73

ВСТУП

Актуальність теми. Інформаційний дизайн є однією з ключових компонентів сучасної комунікації, яка дозволяє ефективно передавати складну інформацію у простій і зрозумілій формі. У контексті стрімкого розвитку цифрових технологій і зростання обсягу інформації, важливість візуального подання даних стала очевидною. Завдяки інформаційному дизайну організують класичні таблиці і списки даних, що приваблює і полегшує сприйняття даних різними аудиторіями.

Тематика професій графічного дизайну є особливо актуальною, оскільки ця галузь охоплює широкий спектр спеціалізацій. Дизайнери працюють у сферах реклами, брендингу, вебдизайну, ілюстрації, створення шрифтів та багатьох інших напрямах. Розуміння цих професій є важливим як для початківців у галузі, так і для широкої аудиторії, яка хоче краще розуміти роль дизайну в сучасному світі.

Інформаційний дизайн передбачає структурований підхід до відображення. ключових спеціальностей у формі плаката. Завдяки поєднання тексту, ілюстрацій та діаграм, інформаційний плакат може надавати можливість швидко ознайомитися з вимогами до дизайнерів в різних професіях.

З огляду на актуальність теми, а також не достатню теоретичну й практичну опрацьованість питань візуалізації якісних характеристик фахівців у галузі графічного дизайну, відсутність узагальненої мапи професійних компетентностей, вимог, завдань та програмного забезпечення, що використовується в різних професійних напрямах, було обґрунтовано вибір теми дипломної роботи: *«Розробка інформаційного дизайну «Професії графічного дизайну».*

Об'єкт дослідження – вимоги до графічного дизайнера на сучасному ринку праці.

Предмет дослідження – інформаційний дизайн.

Мета кваліфікаційної роботи – розробити мапу професійних вимог до дизайнера.

На основі об’єкту предмету і мети визначено наступні **завдання**:

1. Проаналізувати понятєвий апарат дослідження, базові поняття.
2. Дослідити історичний розвиток та сучасні.
3. Вивчити класифікацію професій у сфері графічного дизайну, їх функціональні особливості, вимоги до компетентностей, технічних знань та інструментів.
4. Провести аналіз сучасних прикладів інфографіки, присвячених професійним тематикам, оцінити їхню ефективність і зручність сприйняття.
5. Сформувати змістовну базу даних для створення візуального плакату.
6. Розробити концепцію, візуальну структуру та макет інформаційного плакату, що відображає логічні зв’язки між професіями у графічному дизайні.

Апробацію результатів дослідження здійснено шляхом

Апробація результатів дослідження здійснювалася шляхом опублікування тези доповіді «Історія та розвиток інформаційного дизайну» у збірнику матеріалів міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічні орієнтири освіти та реабілітації в умовах воєнного часу: проблеми, рішення, перспективи» (26-27 жовтня 2023 року, м. Запоріжжя), здійснено доповідь на тему «Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології» у рамках «Сучасний стан інформаційного дизайну» (12 грудня 2023 році, м. Запоріжжя).

Структура пояснювальної записки. Пояснювальна записка складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел і додатків. Обсяг кваліфікаційної роботи становить 73 сторінок, з них обсяг основної частини становить 54 сторінок. Документ містить 43 ілюстрацій, 53 посилання на друковані та інтернет джерела.

РОЗДІЛ 1
ВІЗУАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ЯК СПОСІБ СПІЛКУВАННЯ

1.1 Поняттєвий апарат та стан наукової дослідженості

Актуальність теми інформаційного дизайну зумовлена розвитком цифрових технологій і потребою у зрозумілій та ефективній візуалізації даних. Попри активний розвиток галузі, у науковому середовищі все ще бракує чіткості термінології та комплексного аналізу. Більшість публікацій розглядають інформаційний дизайн фрагментарно — крізь призму графічного дизайну, UX-дизайну або інформаційної архітектури.

Для забезпечення належного рівня наукового аналізу та аргументованості дослідження необхідно чітко окреслити поняттєво-термінологічну базу. У цьому підрозділі буде здійснено огляд ключових термінів, що безпосередньо стосуються теми проєкту – зокрема таких як «інформаційний дизайн», «інфографіка», «візуальна комунікація», «дизайн, «інформація» тощо. Також буде розглянуто стан їх наукового опрацювання у вітчизняній та зарубіжній літературі з метою виявлення усталених підходів та можливих суперечностей. Це дозволить сформувати власне визначення основних понять та забезпечити концептуальну цілісність дослідження.

На початковому етапі дослідження було проаналізовано поняттєвий апарат ключові поняття, що безпосередньо стосуються теми інформаційного дизайну. Зокрема, розглянуто основні поняття: «інформаційний дизайн», «розробка», «дизайн», «розробка інформаційного дизайну» та дотичні поняття «інфографіка», «комунікативна графіка», «інформація», «професія», «вимоги до дизайнера».

У контексті інформаційного дизайну, «розробка» трактується як комплексний процес, що охоплює створення концепції, структури та реалізації проекту або об’єкта — від ідеї до завершеного результату, з акцентом як на

технічні, так і креативні складові, включаючи дослідження, візуалізацію та тестування.

Генрі Форд вважав *«розробку»* важливою складовою створення нового продукту. Він наголошував, що необхідно створювати не просто товар, а «виріб, який буде корисним для широкої аудиторії», при цьому постійно оптимізуючи виробничі процеси. У його висловлюваннях простежується прагнення до ефективності:*«Я не шукаю нових способів зробити речі; я шукаю нові речі, які варто зробити»* [51].

Джон Маєда, дизайнер і дослідник взаємодії технологій і мистецтва, вважає, що *«розробка»* повинна поєднувати технології та креативність, і бути доступною для користувача: *«Простота — це не лише відсутність безладу. Це також спрощення складного»*. Маєда підкреслює, що успішна розробка балансує між складністю процесу створення та простотою сприйняття кінцевого продукту. Технологічна складність має бути «прихованою» за інтуїтивно зрозумілим інтерфейсом [30].

Таким чином, у більшості сучасних наукових трактувань «розробка» розглядається як поєднання технічних, аналітичних та творчих дій, що ведуть до створення нових рішень, де баланс між раціональним плануванням і креативністю визначає успішність кінцевого результату.

«Дизайн», за словами Едварда Тафті, — це процес прийняття рішень для творчого вирішення проблем: «Дизайн — це прийняття рішень для творчого вирішення проблем» [51].

У науковій літературі поняття *«дизайн»* має різні тлумачення залежно від підходу авторів. Віктор Папанек визначає дизайн як соціально відповідальний процес, що враховує культурні, екологічні та функціональні аспекти: «Дизайн повинен служити суспільству, бути етичним і відповідальним перед природою та людьми» [34, с. 15].

Кемпбелл А. Д. підходить до поняття *«дизайн»* міждисциплінарно, вбачаючи в ньому синтез технологій, культури, ергономіки та соціального контексту [9]. У свою чергу, Барнард Малкольм акцентує увагу на

комунікативній функції дизайну, вбачаючи його як візуальну мову для ефективної передачі змісту [1]. Таким чином, хоча підходи відрізняються, всі дослідники сходяться на тому, що дизайн є багатогранним інструментом, який поєднує естетику, функціональність, інновації та комунікацію.

Для розкриття поняття *«інформаційний дизайн»* важливо розглянути поняття *«інформація»* та *«дизайн»*. Дон Норман, один із провідних фахівців з UX-дизайну, визначає *«дизайн»* як процес створення продуктів і систем, які роблять взаємодію користувача з технологіями зрозумілою, ефективною і приємною [38].

Едвард Тафті, визнаний експерт у сфері візуалізації даних, визначає *«інформаційний дизайн»* як процес, що має на меті максимально ефективно передавати ідеї: «Графічна досконалість — це те, що надає глядачеві найбільшу кількість ідей за найкоротший час, з найменшою кількістю чорнила на найменшій площі» [52].

«Інформаційний дизайн» у тлумаченому словнику розглядається як практика планування та структурування візуальної інформації для полегшення її сприйняття та розуміння. Він поєднує графічні елементи, текст і взаємодію, щоб забезпечити користувачам швидке і точне засвоєння даних у різноманітних контекстах [13]. За такого підходу інформаційний дизайн спрямований на оптимізацію передачі знань через зрозумілі і ефективні візуальні засоби.

Для глибшого розуміння поняття *«інформація»* важливо розглянути пов’язані з ним терміни – *«дані»* та *«знання»*. Ці поняття формують послідовний ланцюг перетворення фактів у значущу для людини інформацію.

Клод Шеннон, засновник математичної теорії інформації, визначав дані як «сировину» – неструктуровані символи, цифри або сигнали, що самі по собі не несуть значення: «Інформація – це те, що зменшує невизначеність» [48]. На наступному рівні ці дані набувають контексту та структури, що дозволяє трансформувати їх в інформацію. Як пише Т. Робертсон: «Інформація – це інтерпретовані дані, які стали значущими для того, хто їх споживає» [45].

Переходячи від інформації до знань, Джон Дьюї підкреслює роль мислення: «Знання виникають у результаті активної взаємодії людини з інформацією, через рефлексію та практику» [8]. Таким чином, *«інформація»* виступає проміжною ланкою між *«даними »* й *«знаннями»*. Вона структурована, має зміст, і може бути використана для прийняття рішень або аналізу.

Отже, «інформація» є посередником між даними та знаннями. Вона перетворює безліч одиничних фактів у структуровані набори, здатні передавати смисл та бути використаними для розв'язання проблем чи прийняття рішень. Норберт Вінер, засновник кібернетики, вважав *«інформацію»* критичним елементом у побудові керованих систем: «Інформація – це назва змісту, який отримується із зовнішнього світу в процесі нашої адаптації до нього» [7].

«Комунікативна графіка» – це галузь візуального дизайну, яка спеціалізується на створенні графічних елементів з метою ефективної передачі інформації, ідей чи емоцій між відправником і отримувачем. Її основне завдання – зробити повідомлення зрозумілим, доступним і візуально привабливим. У тлумаченні ряду дослідників, зокрема Пола Ренда та Елен Луптон, поняття *«комунікативна графіка»* трактується як візуальна мова, що функціонує не лише як естетичний об’єкт, але і як канал передачі повідомлення. Ренд підкреслює: «Дизайн — це не просто те, як щось виглядає. Це те, як це працює» [43]. У праці *Thinking with Type* Елен Луптон зазначає: «Комунікація через графіку повинна бути інтуїтивною, вона має спонукати глядача до дії або осмислення» [29].

У дослідженнях з інформаційного дизайну, зокрема в працях Дональда Нормана, *«комунікативна графіка»* виступає як інструмент для взаємодії між інформацією та її споживачем: «Кожен графічний елемент повинен мати призначення — якщо він не інформує, він лише заважає» [24].

На Міжнародній конференції дизайнерів поняття комунікативної графіки було схарактеризовано як: *«Стратегія застосування візуальних елементів для створення змістовних, інтуїтивно зрозумілих повідомлень, що поєднують естетику з функціональністю»* [22].

У сучасному науковому дискурсі поняття *«інфографіка»* розглядається як ефективний засіб подання складної інформації за допомогою графічних засобів. Відомий дослідник інформаційного дизайну Едвард Тафті визначає *«інфографіку»* як інструмент візуального мислення, що дозволяє «робити складні речі зрозумілими за допомогою ясного візуального подання» [51, с. 9]. Він підкреслює, що «інфографіка має одночасно інформувати та не спотворювати інформацію» [51, с. 53], і вважає, що її головною метою є передача максимальної кількості даних з мінімальними графічними засобами, без візуального перевантаження.

Річард Сол Вурман, автор концепції «інформаційної архітектури», трактує *«інфографіку»* як спосіб організації знань відповідно до логіки користувача. Він зазначає: «Я не хочу, щоб інформація мене вражала — я хочу, щоб вона мене інформувала» [52,с. 14]. Вурман вважає, що основна мета інформаційного дизайну — створити умови для легкого доступу до знань через візуальну структурування складних даних.

У тлумачному словнику поняття *«інфографіка»* визначається як комбінація графічних елементів (діаграм, карт, схем, малюнків тощо), що слугує для візуального подання та пояснення складної інформації або статистики. Це трактування акцентує увагу на практичному аспекті інфографіки — її здатності створювати інтуїтивно зрозумілі образи, що покращують сприйняття змісту [13]. На міжнародному рівні, зокрема під час конференцій з інформаційного дизайну, *«інфографіку»* розглядають як інтеграцію візуальних і текстових елементів у структуроване повідомлення, яке забезпечує краще розуміння складних явищ і процесів. Згідно з візійною заявою Міжнародного інституту інформаційного дизайну (IIID), «інформаційний дизайн допомагає людям орієнтуватися в складному світі через візуальні засоби, що формують ясність і логіку».

«Візуальна комунікація» — це процес передавання ідей, емоцій та фактів через зорові засоби: зображення, графіку, колір, типографіку, символи та інші візуальні форми. Вона охоплює різноманітні медіаформати, що

використовуються для передачі повідомлень у дизайні, рекламі, журналістиці, освіті, тощо. Американський дослідник Пол Лестер у своїй праці *Visual Communication: Images with Messages* підкреслює, що *«візуальна комунікація»* дозволяє побачити й зрозуміти значення до того, як воно буде висловлене словами. Він зазначає: «Люди, як правило, довіряють зображенням більше, ніж словам, бо зорове сприйняття є першим способом взаємодії зі світом» [28, с. 11]. За Лестером, ефективна візуальна комунікація потребує розуміння культурного контексту, символіки та візуальної грамотності.

Кеті Бекерман, відома теоретикиня дизайну, розглядає *«візуальну комунікацію»* як «мову», здатну впливати на соціальні, політичні й культурні наративи. Вона стверджує: «Графічний дизайн — це не лише форма, а й значення; це візуальний діалог, що вимагає від глядача активного залучення» [33]. Таким чином, візуальна комунікація є не просто передаванням інформації, а складною взаємодією між повідомленням, середовищем і глядачем.

У тлумачному словнику *«візуальна комунікація»* визначається як «процес передавання повідомлень через зображення, кольори, графіку та інші візуальні засоби, що забезпечують легке й швидке сприйняття інформації» [13]. Це підкреслює практичну функцію зорових повідомлень як засобу комунікації, особливо в умовах інформаційного перевантаження.

У наукових дослідженнях з інформаційного дизайну це поняття тлумачиться як інтеграція візуальних і вербальних компонентів з метою покращення розуміння складних і абстрактних концептів. Зорові засоби структурують інформацію, полегшують її сприйняття та забезпечують доступність для широкого кола користувачів [53].

«Професія» — це певна діяльність, яка вимагає спеціальних знань, навичок і кваліфікації для виконання конкретних обов’язків у суспільстві або в окремій галузі. Вона може базуватися на формальній освіті, практичному досвіді та розвитку спеціалізованих умінь. У Тлумачному словнику української мови *«професія»* визначається як діяльність, що «вимагає спеціальних знань і

навичок, пов’язана з виконанням певних обов’язків у різних сферах суспільного життя».

В соціологічних дослідженнях *«професія»* розглядається як діяльність, що забезпечує людині не лише стабільний дохід, а й соціальне визнання та певний статус. Кожна професія супроводжується етичними нормами, які регламентують її практику.

Відомий соціолог Макс Вебер вважав, що «*професія* є важливим елементом соціальної стратифікації, який визначає не лише економічний статус людини, але й її роль у суспільстві» [5, с. 117]. За Вебером, професійна діяльність є частиною більшої соціальної структури, де організація роботи ґрунтується на чітких правилах і нормах.

Психолог Лев Виготський розглядав професію через призму розвитку особистості, наголошуючи, що «вибір професії має значення для психологічного розвитку людини, оскільки професія є важливою складовою процесу самореалізації» [4]. Він підкреслював, що професійна діяльність сприяє формуванню особистісних якостей і розвитку компетентностей.

1.2 Історія та розвиток інформаційного дизайну

Початкові форми впорядкування інформації виникли ще у рукописних джерелах і гравюрах, а з розвитком друкованих медіа у XIX столітті удосконалювався підхід до оформлення текстів та зображень.

У технічній комунікації термін «інформаційний дизайн» позначає процес структуризації даних для цільової аудиторії. Його застосування поширене в графічному дизайні, де основна увага приділяється візуальному поданню інформації.

Інформаційний дизайн має спільні риси з інформаційною архітектурою, особливо у сфері цифрових медіа та вебдизайну, де важливими є навички логічної організації, візуалізації й адаптації даних до користувацького середовища.

Одним з перших прикладів візуалізації кількісних даних, став напрям, який було реалізовано на рукотворній фресці печерного комплексу, у центральному Китаї (див. рис. 1.1).



Рисунок 1.1 – Фреска Утайшань. Китай. 950

Фреска з печерного храму Утайшань (Китай, близько 950 року) [24] представляє собою унікальний зразок сакрального мистецтва періоду династії Пізня Тан або П’яти династій. Вона була виявлена в печерній залі №61, яка є однією з найбільш значущих у комплексі печер Могао поблизу Дуньхуана. Центральним елементом зображення є карта паломницького маршруту, створена для духовного орієнтування паломників, що прибували з різних куточків Азії. Ця фреска має як релігійне, так і державне значення, оскільки демонструє систему сакрального захисту імперії через візуальне упорядкування святих гір.

На карті зображено чотири основні тераси, які символізують сторони світу: західну, центральну, північну та східну. Кожна тераса прикрашена храмами, ступами та іншими релігійними структурами. Південна тераса, дещо відокремлена, розташована внизу праворуч. Це символізує духовну ієрархію та просторове уявлення про священну географію Китаю того часу.

Художнє виконання відзначається деталізацією, використанням символів, ландшафтної перспективи, а також складною композицією, що поєднує ідеї монастирської картографії, ритуального мистецтва і візуального комунікативного дизайну. Подібні фрески мали не лише релігійне, а й

інформаційне значення, що дозволяє віднести їх до ранніх форм інформаційного дизайну, створеного для орієнтації, просвіти та релігійного впливу.

Карта Пейтингера (Peutinger Table) [41], яка показує мережу доріг Римської імперії, була створена близько 1200 року, є одним із найважливіших документів в історії картографії є іншим прикладом документування кількісних даних (див. рис. 1.2).

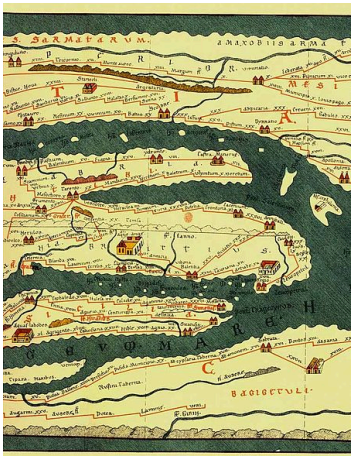


Рисунок 1.2. – Пейтингер. Мапа мережі доріг. 1200

Заснована на давньоримській моделі, це фундаментальний інструмент для розуміння та вивчення відомого світу. Серед іншого на ньому зображені головні дороги, річки, ліси та села, які охоплювали територію. Також інформація відображає населений світ, відомий стародавнім грекам і римлянам, включаючи гори, міста, гавані, лазні та храми. На карті стилізовано зображені ключові ландшафтні елементи, такі як річки, гори, а також основні поселення та станції перепочинку. Назви міст і відстані між ними вказані у римських милях. Незважаючи на умовність масштабу і спрощену форму представлення територій, Tabula Peutingeriana є цінним джерелом для дослідження античного уявлення про простір та комунікаційні шляхи.

Завдяки своїй інформативності та графічному стилю, вона стала не лише історичним артефактом, але й важливим етапом у розвитку інформаційного

дизайну, де основну увагу приділено передаванню логістичної інформації у доступній формі.

Спроби документувати кількісні дані світу, королівств та міст також виявлені прикладами: перевернутої карти арабського географа Мухамеда аль-Ідрісі (1154), Космографії (1570) Себастьяна Мюнстера, «Морський атлас» Лукаса Вагенера (1590), де інформація представлена на морському атласі базується на лінії узбережжя та використанні глубиноміра. З розвитком раніше приділялась увага створенню карт міст, але нашу увагу привертає карта Парижу створена Луісом Бретісом і Мішелем Тьюро у 1739 році (див. рис. 1.3) [14].



Рисунок 1.3 – Бретіс Луіс. Париж, мапа. 1739

Незвичайна проєкція візуального представлення даних надає відчуття погляду на місто з висоти пташиного польоту. Карта дозволяє побачити реальну форму будівель та їх розташування. Однакова висота будівель була залучена для зручності сприйняття вулиць та їх назв.

Гравюра відображає центральну частину Парижа з річкою Сена, численними мостами, щільною сіткою вулиць та окремими будівлями, які промальовані з високою точністю. Карта виконана у перспективному стилі – з виглядом з висоти пташиного польоту, що дозволяє глядачу візуально зануритись у простір міста.

Ця карта не тільки мала практичне значення для навігації, але й служила естетичним і представницьким об'єктом, демонструючи велич і впорядкованість французької столиці. Сьогодні такі графічні артефакти розглядаються як

попередники сучасних інформаційно-графічних рішень, адже вони поєднують точність, красу та інформативність в одному зображенні.

Найголовнішим науковим твором Мухаммада-аль-Ідрісі є великий атлас світу під назвою «Книга Рожера» (див. рис. 1.4).



Рисунок 1.4– Перевернута карта Мухаммад-аль-Ідрісі. 1154

Ця робота була створена за ініціативою короля Сицилійського королівства Рожера II і представлена в 1154 році. На створення цієї карти світу вченому знадобилося цілих 15 років. Під час складання карти аль-Ідрісі сам подорожував світом, а також збирав історії інших мандрівників того часу. Вчений звіряв отримані дані з записами давньогрецьких, арабських вчених, а також з даними вікінгів. Варто сказати, що на цій карті південь розташований внизу, й таким чином мусульмани того часу часто зображували світ, щоб ті, хто живе в Європі, могли точно знати, де Мекка є релігійним місцем паломництва мусульман.

Він мав багато видань на різних мовах, включаючи латинську, французьку (переклад Франсуа де Бельфорест), італійську, англійську та чеську. Останнє німецьке видання було опубліковане в 1628 році, багато часу після його смерті. Космографія була однією з найуспішніших і найпопулярніших книг XVI століття. За 100 років книга пройшла 24 перевидання.

Цей успіх був пов'язаний з відомими гравюрами на дереві (деякі з них були виконані Гансом Гольбейном, Урсом Графом, Гансом Рудольфом Мануелем

Дойчем та Девідом Канделем). Видання космографії стало найважливішим у відродженні географії в Європі 16-го століття. Серед визначних карт у Cosmographia є карти «Tabula novarum innsularum», яка вважається першою картою, і показує американські континенти як географічно дискретні.

Акварельна морська карта, яка представляє західну частину Бретані. Карта Бретані (Spieghel der Zeevaert) – Морська карта Британії, що зображує морське узбережжя Байєн, 1580 року (див. рис. 1.5).

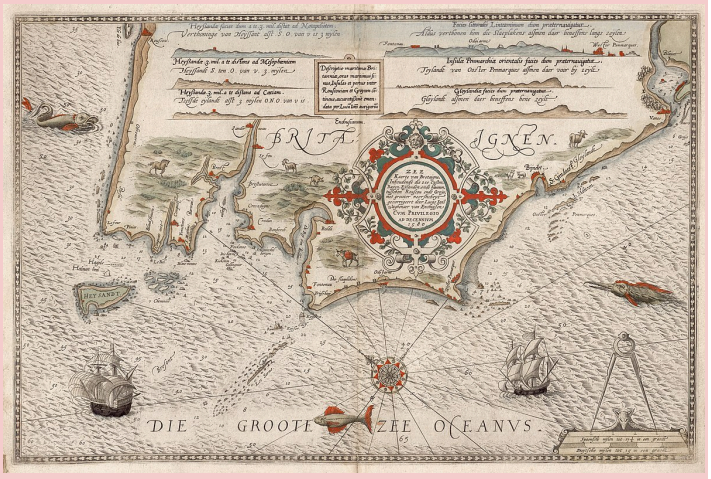


Рисунок 1.5 – Лукас Вагенер. Морський атлас. 1590

Карту було опубліковано з першого в світі друкованого морського атласу Навігаційне дзеркало («Atlas Spieghel des Zeevaerdt») голландского картографа Вагенера. Табличка походить з латинської редакції 1586 року, а написи зроблено голландською, французькою та латинською мовами.

Опублікований у 1739 році – План Тюрго являє собою атлас Парижа (див. рис. 1.6).



Рисунок 1.6 – Луї Бретез. План Тюрго. 1739

На 20 аркушах ізометричної проєкції детально зображено будинки та вулиці столиці Франції. 21 аркуш містить спрощений план, розділений на 20 частин. Кожній частині спрощеного плану відповідає аркуш з детальним зображенням. Кожен аркуш з детальним зображенням являє собою прямокутник розміром 50x80 см, складений навпіл. Весь план, зібраний, займає 250,5 см у висоту і 322,5 см в ширину. Атлас охоплює райони міста, які приблизно відповідають першим адміністративним округам Парижа.

В середині 18 сторіччя візуальне представлення кількісних даних почало охоплювати інші форми даних. Монументальний не глибокий рельєф на фасаді Палацу Золотих воріт (Palais de la Porte Dorée) у Парижі створений Альфредом Жанніодом (Alfred Janniod) відкритий у 1931 році для Міжнародної колоніальної виставки [48], який представляє внески колоній у Францію (див. рис. 1.7). Інформація представлена, як гібрид природної історії в космології колоніалізму. Це звіт про вигоди колоній для Франції, сьогодні він функціонує як каталог рослин, тварин і птахів, корінне населення і виробництво, що існували в 1930-х роках.



Рисунок 1.7 – Альфред Жанніод. Палац Золотих воріт. 1931

Генеалогічне дерево та форма, що презентує наближення є ще однією формою представлення кількісних даних про відношення між людьми. Перший приклад (див. дод. А4) описує послідовність родинних зв'язків, як от Генеалогія Карла Великого (1493) [34], а другий (див. дод. А5) документує ієрархію наближення до головного святого іства, як представлено у тибетських вібраційних зв'язках Міларепи (1052–1135) [40].

Цікавим фактом інформаційної графіки є створений Рудольфом Заллінгером у 1965 році «Марш прогресу» (див. рис. 1.10).

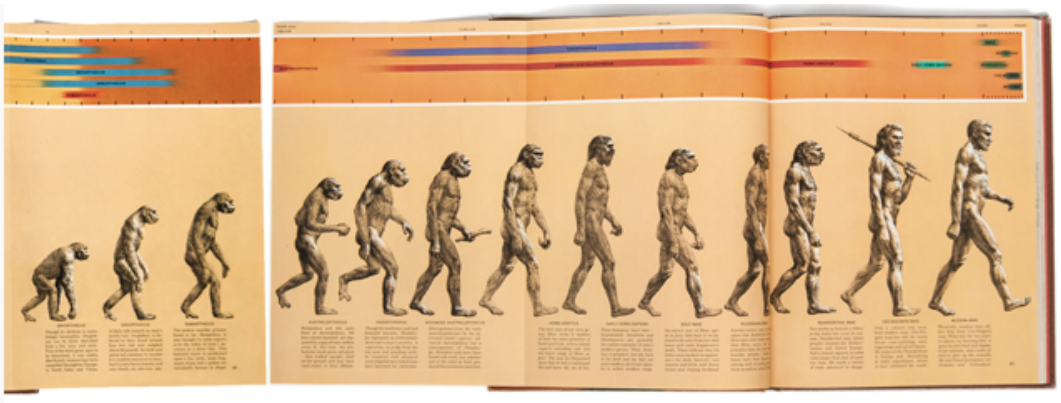


Рисунок.1.10 – Заллінгер Р. Марш прогресу. 1965

Заллінгеру було довірено представити історію нашого виду, аж до наших предків, які жили на деревьях і не ходили прямо. Він вирішив зробити це, намалювавши кожного предка, про якого ми знали в той час, і розташувавши їх у вищезгаданій марш-групі.

На картині зображено численних людських предків, кожен із яких представлений на певному етапі еволюції, починаючи від наших найбільш примітивних предків, що рухаються на четвереньках, і до сучасних людей, що рухаються прямо. Особливо цікава деталь полягає в тому, що прогрес зображено не як лінійний або позитивний розвиток, а більше як жартівливий і навіть іронічний рух вперед, що нагадує марш. Це не просто процес еволюції, а й певна метафора до нашої цивілізації, яка, з одного боку, розвивається, але з іншого — втрачає свою первісну сутність, зокрема через зростаюче прагнення до матеріальних благ і технічного прогресу, що може впливати на моральні й соціальні аспекти життя.

Ілюстрація показує розвиток людини в контексті прогресу не лише фізичного, але й культурного, технологічного і навіть соціального. Кожен зображений етап еволюції підкреслює зміни в анатомії і поведінці, але також натякає на те, як ці зміни пов'язані з нашим ставленням до навколишнього світу, до природи та самих себе.

Зразки документування кількісних даних, спостерігаються у спробах записати історію свого племені. Щороку лічильник додавав один символ, який представляв важливу подію того року. «Lone Dog’s», намальовані на мусліні, датуються 1800–1871 роки (див. дод. А1). Записи починали з центру та розвивали проти годинникової стрілки. Зимові підрахунки спочатку були намальовані на одязі бізонів і часто зберігалися через кілька поколінь і передавались іншим членам племені, щоб допомогти їм запам’ятати свою історію [27].

Американська жінка Емма Віллард (Emma Willard) [27], була одним із піонерів жіночої освіти в Сполучених Штатах, яка була авторкою підручників з історії освітньої програми для навчання жінок. Вона спроєктувала розширення власної діаграми під назвою «Храм часу» (Temple of Time, 1846) (див. рис. 1.11).

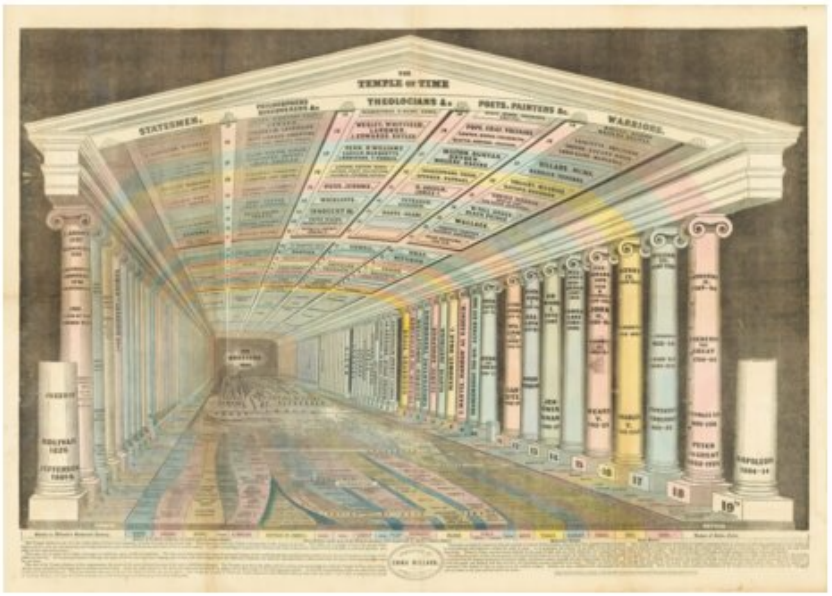


Рисунок 1.11 – Віллард Емма. Храм часу. 1864

На ній зображено припливи та відпливи імперій вздовж потоку часу всесвітньої історії. На картах великі країни, що складаються з рівнин, гір, морів і річок, представлені тим, що абсолютно не схоже на них лініями, відтінками та буквами на плоскому шматку паперу. Розграфлення карти дозволяє свідомості розуміти, рахунок пропорційних простору і розуміти, рахунок пропорційних простору і відстані, які їх порівняльні розміри, і як країни розташовані щодо одне одного.

Шарль Мінар є піонером у використанні графіки у цивільному будівництві та статистиці [36]. Він прославився завдяки своїй образотворчій карті «Марш Наполеона» (див. рис.1.12). Карта відображає послідовних втрати французької армії в російській кампанії 1812–1813 років. Графічне зображення, опубліковано в 1869 році стосується катастрофічної російської кампанії, нанесеної Наполеоном в 1812 році. Просте двовимірне зображення відображає розташування та маршрут руху армії із зазначенням пунктів поділу та перегрупування частин, людські втрати армії, коливання температури повітря під час відступу.

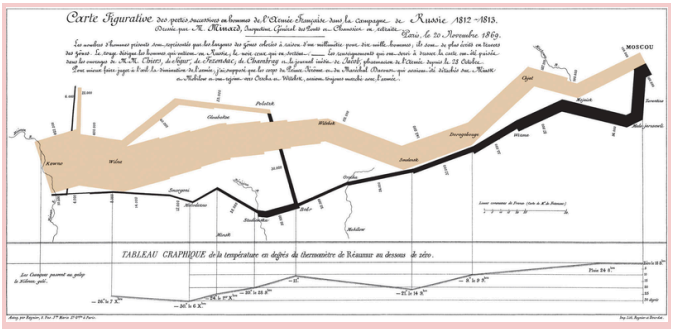


Рисунок 1.12 – Мінард Шарль. Марш Наполеона. 1869

Зображення є складним поєднанням географії, статистики та історії, яке дуже ефективно передає інформацію про одну з найбільших військових катастроф в історії. Мінард не лише показав маршрут армії, але й дав змогу зрозуміти масштаби втрат, показавши їх через зменшення товщини лінії, що символізує зменшення чисельності військ.

Ця інфографіка є прикладом того, як можна поєднувати науку і мистецтво для передачі складної інформації. Вона дозволяє наочно побачити, як війна, клімат і стратегічні помилки призвели до краху військової кампанії, а також відображає геніальність Мінарда в поданні статистичних даних у візуальній формі.

З настанням епохи технічного прогресу, з'явилася можливість спостерігати за зміною даних у реальному часі. З впровадження механічної потужності оператори отримали можливість чути, бачити та відчувати її зміни для того, щоб контролювати за допомогою датчиків на панелях керування, які повідомляли про стан і кількість. Так, спідометр Отто Шульца [47] (див. дод. А2) надавав можливість отримувати інформацію про відстань, хід і швидкість. А у XX столітті літаки отримали шість основних приладів, для вимірювання швидкості у повітрі, вертикального положення і висотоміри, гіроскопи, які допомагали обробляти інформацію, яка змінюється і повідомляти пілота про стан внутрішній і зовнішній стан речей.

Вважається, що історично офіційна графічна комунікація розпочалася в середині XVII століття, коли голландський картограф Міхаель Флоран ван Лангрен створив першу таблицю статистичних даних, яка показувала оцінку

відстані від Рима до Толедо [14]. Пізніше у 1786 році Вільям Плейфер винайшов комерційно-політичний атлас (див. дод. А3), що представляє розвиток торгівлі, доходи, витрати та борги Англії протягом усього XVIII століття.

Географічні прив'язки на карті лондонського метро Гаррі Бека 1931 року (див. рис. 1.13) були умовними [2].

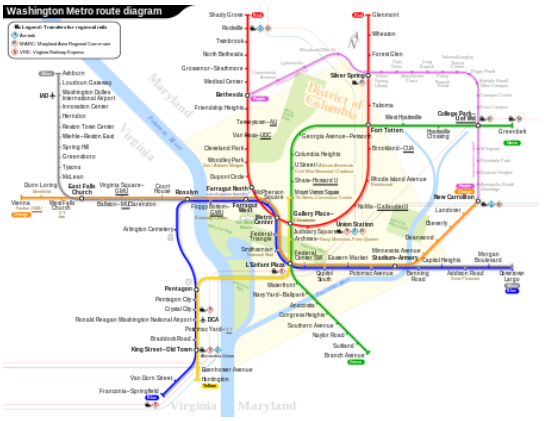


Рисунок 1.13 – Бет Гаррі. Лондонське метро. 1931. Діаграма

Карта, що нагадувала гібрид електричної схеми та картини Мондріана – одного з основоположників абстрактного живопису – зі своєю «розслабленою сіткою», у якій центральні станції були стиснуті, а віддалені – розтягнуті, відображала спробу впорядкувати складну систему через ритм і просторову логіку, подібно до того, як Менделєєв у 1871 році впорядкував хімічні елементи у свою періодичну таблицю, виявивши закономірності між ними та заклавши основу для передбачення нових, ще не відкритих елементів (див. рис 1.14).

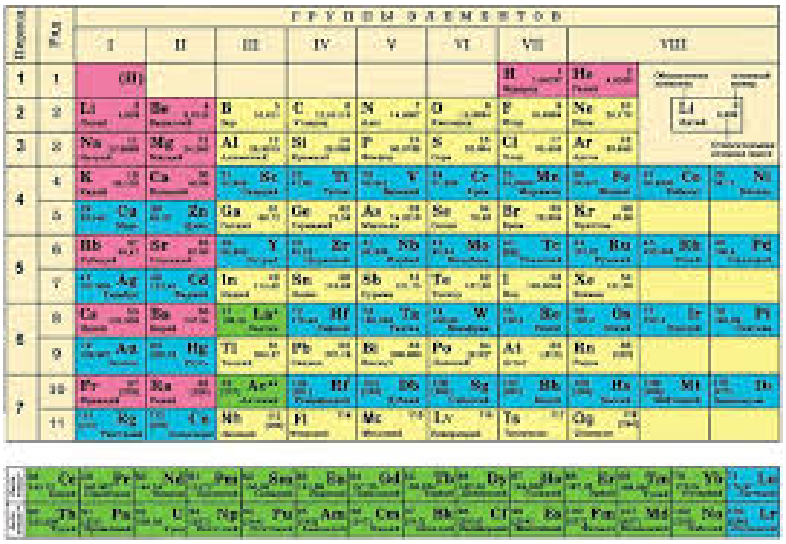


Рисунок 1.14 – Менделєєв, періодичні хімелементи, таблиця. 1871

Завдяки чіткій організації елементів Менделєєв передбачив кілька нових елементів, які доповнять таблицю. Таблиця Менделєєва пізніше послужило джерелом натхнення для організації та класифікації складної інформації для дисциплін, не пов'язаних із експериментальними науками.

Сьогодні питання візуального представлення кількісних даних є однією з важливих завдань. У наші часи технологічного і цифрового світу, такі задачі почали виконувати штучний інтелект. Візуалізація космології та часових шкал, транспортних мереж та родинного походження, і досі залишаються актуальними для сучасної практики візуалізації даних, як і майстерність програмування бібліотек і когнітивної науки.

1.3 Сучасний стан інформаційного дизайну

Однією з найпомітніших тенденцій останніх років стало те, що інфографіка, завдяки своїй здатності перетворювати складну інформацію на легкі для сприйняття візуальні зображення, стала улюбленим інструментом не лише для журналістів і дизайнерів, а й для компаній, освітніх установ та громадських організацій, які активно використовують її для комунікації з широкою аудиторією, спрощуючи процес передачі важливих даних та фактів. Вони чудово працюють, тому що більшість вашої аудиторії шукає корисну, дієву

інформацію, яка допоможе їм подолати свої больові точки. Хоча цю інформацію можна донести за допомогою текстового контенту, важко привернути їхню увагу за допомогою нього.

Сьогодні все більше блогів використовують можливості інфографіки. З появою різноманітних інструментів графічного дизайну, створення тонни інфографіки щомісяця, стало легкою справою для багатьох компаній.

У XIX столітті, для відображення даних, графіка знайшла нові застосування для відстеження спалахів захворювань і розуміння соціальних проблем. Френдлі та Вейнер стверджували, що вибух у графічній комунікації одночасно підкріпив і сприяв когнітивній революції, візуальному мисленню. А в період останніх століть люди зрозуміли, що інформацію можна передати ефективніше за допомогою візуальних дисплеїв, ніж за допомогою слів або таблиць чисел [21].

Змінилося і розуміння інформаційного дизайну, різні дослідники висувають своє бачення, так О. Соболєв стверджує, що інформаційний дизайн грунтується на функціональних і естетичних принципах [11]. Основною метою інформаційного дизайну є ясність комунікації. Важливо, щоб відправник забезпечував точність передавання повідомлення, а одержувач міг правильно його зрозуміти. Не менш важливим є забезпечення зменшення вартості повідомлення за умови збереження його високої якості. Джеф Раскін, спеціаліст з комп’ютерних інтерфейсів, вважає, що термін «інформаційний дизайн» не є коректним, оскільки інформацію не можна проєктувати, на відміну від засобів її передавання та подавання, а Ґ.Шуллер наводить формулу інформаційного дизайну в якій поєднує складність, міждисциплінарність та експеримент. Де за складністю розуміється системне мислення і поєднання аналітичних, редакторських і графічних здібностей дизайнера, вивчення людського сприйняття та культурних обставин. Міждисциплінарність виражена, шляхом поєднання один з одним навичок графічного дизайну, 3D дизайну, цифрових медіа, когнітивної науки, теорії інформації та культурології. Експерименти з новими поняттями і графічними рішеннями, кількістю інформації в нашому

повсякденному житті постійно збільшує і постійно змінює структуру інформаційного дизайну [47].

Ми дотримуємося думки Пауля Кана, який визначає інформаційний дизайн, як процес формування та проєктування великих колекцій інформації, щоб зробити їх корисними. І справа не обов'язково стосується креативного візуального подання кількісних даних, основна формула полягає у зручності подальшого використання. Інформаційний дизайн – це пошук нових зручних візуальних способів передачі складної форми кількісних даних з виявленням відповідних характеристик загального масиву даних [25].

З огляду на стрімкий розвиток технологій важливо відзначити роль взаємодії дизайнерів та програмістів у сучасному інформаційному дизайні. Цей синергетичний підхід дозволяє створювати не лише естетично привабливий дизайн, але й забезпечувати його функціональність та технічну реалізацію. Сучасний технологічний розвиток вебдодатків, на нашу думку, реалізував можливості обробки інформації, зробивши відповідні інструменти доступними кожному користувачеві. Дослідження Пауля Кана разом з Паоло Куцареллі наочно демонструє сучасні форми графічного подання інформації. Мінімалізм, лаконічність та інтерактивність стали ключовими тенденціями в інформаційному дизайні. Використання шаблонної графіки та інтуїтивно зрозумілих елементів, надали можливості швидко і легко обробляти інформацію залучаючи регламентований набір елементів у зручних комбінаціях [17].

Важливо також враховувати етичні питання при створенні інформаційного дизайну, вважає О. Соболев зокрема, відповідальне використання даних та збереження приватності [11]. Це стає особливо актуальним у зв'язку із зростанням обсягів зібраних та оброблених даних в онлайн середовищі.

Інформаційні дизайнери розв’язують інформаційні проблеми, щоб забезпечити споживача максимальним розумінням і успіхом. Важливо, щоб кінцевий продукт забезпечував якнайвищий рівень розуміння. Інформаційні дизайнери повинні знати, як споживачі розуміють інформацію, яку їм надають. Такі фактори, як реакція споживача на інформацію та його поведінка, а також

знання аудиторії в цілому, є вигідними ресурсами для будь-якого дизайнера інформації, оскільки вони можуть вчитися на своїх дослідженнях і, отже, зможуть представити інформацію в найкращий спосіб. Незалежно від посади, яку вони можуть займати, або сфери, в якій вони можуть працювати, головна турбота інформаційного дизайнера полягає в тому, щоб передавати інформацію найефективнішим способом [38]. Це є причиною того, що всі професіонали, які займають різні посади в різних сферах, можуть називати себе інформаційними дизайнерами.

Ще одна важлива візуальна тенденція, яку ви спостерігатимете у 2021 році, це розвиток технологій, що підтримують візуальний контент нової ери. Такі технології, як штучний інтелект (ШІ), машинне навчання (МН), роботи, віртуальна реальність (VR) і доповнена реальність все частіше використовуються для створення візуально привабливого контенту. Ці технології надають користувачам захопливий, надзвичайно цікавий і більш реальний досвід під час споживання візуального контенту.

Існують популярні програми та платформи для створення інформаційного дизайну. Так, Microsoft Excel / Google Sheets дозволяє створювати класичні форми діаграм та графіків. А такі спеціалізовані платформи як Infogram, Visme, Lucidchart, Venngage, пропонують не лише інструменти для створення інфографіки та різних видів візуальних матеріалів: презентацій, діаграм, схем і надають можливості працювати з готовими шаблонами. Вибір програми може залежати від конкретних потреб у дизайні.

Також відчутно себе проявляє активний розвиток технологій віртуальної реальності та доповненої реальності, що відкриває нові можливості для творчості в інформаційному дизайні, розширюючи можливості візуалізації даних та взаємодії з ними.

Підбиваючи підсумки, вважаємо, що інформаційний дизайн еволюціонував, зокрема, з погляду функціональних і естетичних принципів. Сучасні тенденції розглядають мінімалізм, лаконічність та інтерактивність. Враховуються етичні питання, такі як відповідальне використання даних та

збереження приватності, привабливість та функціональність. Хоча технологічний розвиток, знижує розуміння поняття інформаційного дизайну, через використання інструментів та шаблонів, які пропонують додатки та платформи, поява віртуальної та доповненої реальності, відкриває нові можливості для творчості в напрямку інформаційному дизайні, для передачі складної інформації споживачам, забезпечуючи їм максимальне розуміння та успіх.

РОЗДІЛ 2
ПЕРЕДПРОЄКТНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1 Аналіз інфографіки професій

Для того, щоб визначитися із дизайном, шрифтом, кольором та іншим. було проаналізовано різні варіанти інфографіки пов'язаної з професійною діяльністю людини і діяльністю у графічному дизайні окремо.

Пошук відповідних аналогів продемонстрував 7 прикладів. Перший приклад «Фахівці за даними» (див. рис. 2.1).

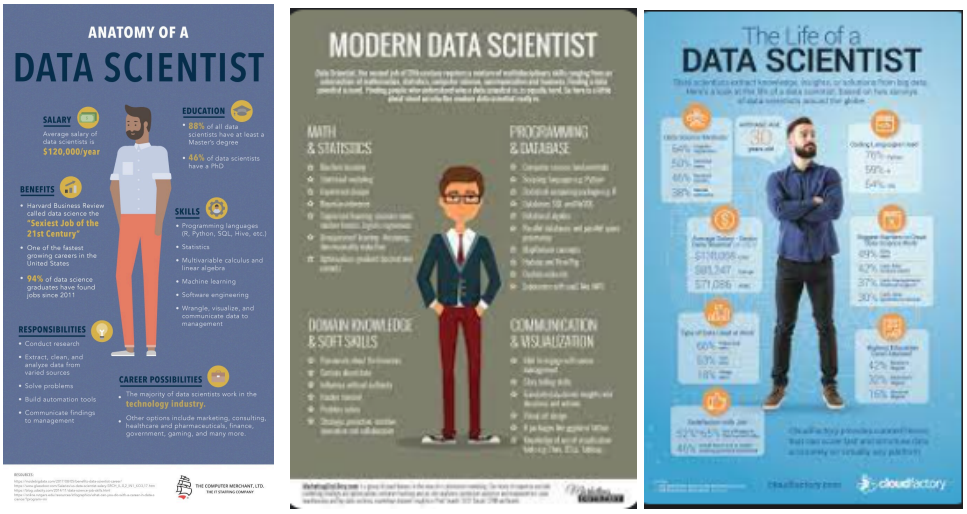


Рисунок 2.1 - «Фахівці за даними», плакати

Перша інфографіка, «Anatomy of a Data Scientist», має яскравий, візуально привабливий стиль з великим центральним зображенням персонажа. Вона подає загальну інформацію про професію: середню зарплату ($120 000/рік), рівень освіти (88% мають ступінь магістра, 46% – PhD), необхідні навички (програмування, статистика, машинне навчання), переваги (високий попит на ринку праці), відповідальність (аналіз даних, створення автоматизаційних інструментів) та можливості кар'єрного зростання. Цей варіант орієнтований переважно на студентів і початківців, які розглядають цю професію як потенційну кар’єру.

Інфографіка «Modern Data Scientist», подає інформацію більш структуровано і ділово. Вона розбита на чотири основні блоки: математика і статистика, програмування і бази даних, галузеві знання і soft skills, комунікація та візуалізація. Кожен блок містить конкретний перелік вимог, що дає глибше уявлення про технічну сторону професії. Візуально вона стриманіша й орієнтована на HR-фахівців або на тих, хто вже працює у сфері і хоче оцінити відповідність своїх навичок сучасним вимогам.

Інфографіка «The Life of a Data Scientist», більше схожа на аналітичний звіт у форматі інфографіки. Вона показує, як насправді виглядає повсякденне життя дата-сайентіста: скільки часу витрачається на підготовку даних, моделювання, спілкування з командою, які інструменти найчастіше використовуються (наприклад, Python, R, SQL), як розподіляється час між завданнями. На відміну від інших, тут використано фотографію реальної людини, що додає візуального реалізму. Цей формат буде корисним для тих, хто хоче краще зрозуміти щоденну рутину в професії.

Отже, усі три інфографіки висвітлюють професію Data Scientist з різних боків: перша – загальний огляд, друга – технічні вимоги, третя – реалії професійного життя. Разом вони формують повну картину й можуть бути корисними як новачкам, так і професіоналам.

Наступний приклад інфографіки орієнтований на висвітлення якостей у карєрному зростані (див. рис. 2.2).



Рисунок 2.2 - Інфографіка про кар'єру

Інфографіка «How to Find the Right Career for Me» – пропонує систематичний підхід до вибору професії, орієнтуючи людину на самопізнання, визначення сильних сторін, захоплень, цінностей і життєвих цілей. Вона також акцентує увагу на потребі досліджувати ринок, отримувати нові навички та активно діяти (написати резюме, шукати наставника, проходити стажування). Використано іконки, які підкреслюють кожен етап процесу – що полегшує запам’ятовування послідовності дій.

Плакат «10 Career Challenges» – візуалізує основні виклики, з якими стикаються молоді фахівці: від невизначеності щодо напрямку кар'єри до труднощів з працевлаштуванням через відсутність досвіду. Тут також порушуються теми конкуренції, емоційного вигорання, сумнівів і необхідності додаткової освіти. Кожна проблема подана з коротким поясненням і стилізованими малюнками, які роблять серйозні теми доступнішими. А шаблон інфографіки «Career Infographic Elements» – побудовано на статистичних даних і графіках. Він показує кількісні показники, пов’язані з пошуком роботи, кількістю вакансій, очікуваннями роботодавців, етапами кар'єрного зростання. В центрі уваги – людина як частина загальної трудової системи. Графіка ілюструє ріст, конкуренцію, важливість освіти та кар’єрного планування. Присутні візуалізовані персонажі, які допомагають уособити процес розвитку кар'єри, що надає дизайну елемент персоналізації.

Отже, усі три інфографіки об’єднує те, що центральним елементом є людина – суб’єкт кар’єрного шляху, яку ці графіки інформують, орієнтують і мотивують. Завдяки поєднанню тексту. Користувач може швидко оцінити свою ситуацію, знайти практичні поради, зрозуміти можливі труднощі та способи їх подолання. Цей дизайн особливо ефективний для молодої аудиторії – студентів, випускників та початківців на ринку праці – які цінують лаконічність, доступність і візуальну простоту подачі інформації.

Наступна інфографіка демонструє різнопланову інформацію про роботу великих даних, створена компанією Yoh. Вона має на меті показати загальний портрет кандидата у сфері Big Data, а також дати уявлення про рівень зарплат, популярні посади, міста з найбільшим попитом і джерела найкращих фахівців. (див. рис. 2.3).

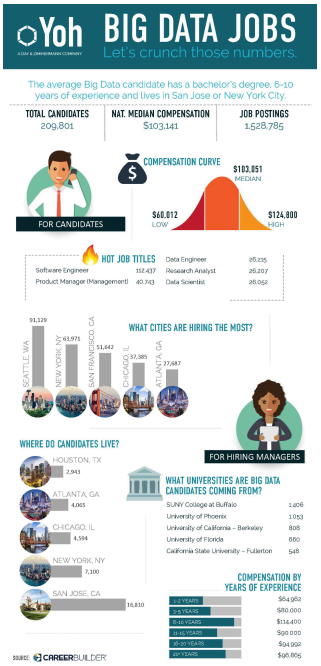


Рисунок 2.3 - Інфографіка про різнопланову інформацію роботи великих даних

Верхня частина інфографіки містить загальний опис профілю типового спеціаліста в галузі великих даних: кандидат має ступінь бакалавра, досвід роботи 6–10 років та проживає в таких містах, як Сан-Хосе або Нью-Йорк. Центральна частина інфографіки візуалізує рівень заробітної плати — показано

діапазон доходів, середнє значення та порівняння найнижчих і найвищих пропозицій на ринку.

Нижче подано найпопулярніші посади у сфері Big Data (Data Architect, Data Scientist, Project Manager тощо), географічний розподіл вакансій, а також університети, випускники яких найчастіше працюють у цій сфері. Окрема діаграма ілюструє, в яких містах найбільше вакансій, що допомагає кандидатам орієнтуватися на ринку праці. Для менеджерів подано діаграму щодо середньої тривалості закриття вакансій залежно від посади.

З графічної точки зору інфографіка має чітку структуру, використовує піктограми, кольорові акценти (наприклад, помаранчевий для заробітної плати) та мініграфіки, що полегшують сприйняття великого обсягу даних. Використано сучасний, інформативний стиль, типовий для бізнес-аналітики та кар'єрного консалтингу, що свідчить про практичне призначення дизайну – швидко інформувати, аналізувати та допомагати у прийнятті рішень.

Отже, ця інфографіка є прикладом інформаційного дизайну, який поєднує функціональність, естетику та ефективну комунікацію. Вона демонструє, як за допомогою графічних засобів можна зробити складну інформацію доступною, структурованою та корисною для користувача. Такий підхід є актуальним для дипломної роботи з графічного дизайну, оскільки показує роль дизайнера у формуванні зрозумілих та візуально привабливих засобів комунікації у цифрову епоху.

Якщо ви плануєте змінити місце роботи, зараз саме час почати пошуки. Згідно з Індексом зайнятості Monster, у липні було зафіксовано зростання кількості робочих місць на 19% у річному обчисленні, що на два пункти вище, ніж у червні 2016 року. Наша інфографіка охоплює всі ключові статистичні дані, які вам знадобляться для пошуку кар'єри вашої мрії - від найпопулярніших галузей та міст до фактів, які можуть дати вам перевагу! (див. рис. 2.4).

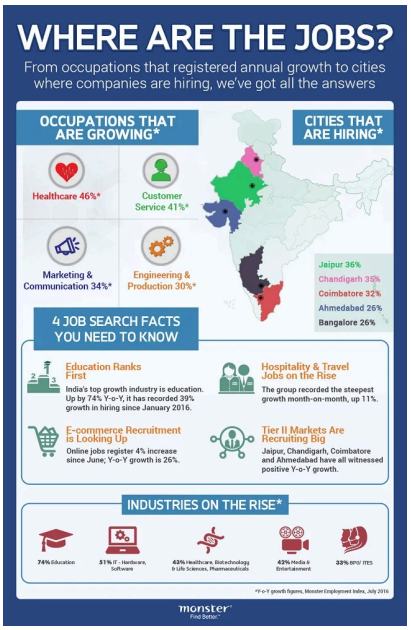


Рисунок 2.4 - Інфографіка Where are the jobs?

Основна мета цієї інфографіки – візуально подати актуальну інформацію про тенденції працевлаштування в Індії, зокрема вказати, які галузі демонструють зростання попиту на працівників і в яких містах спостерігається найактивніше наймання. Дизайн містить карту країни з виділенням п’яти регіонів, де зафіксовано найвищу активність роботодавців, а також перелік сфер з найбільшим зростанням – зокрема охорона здоров’я (46%), клієнтський сервіс (41%), маркетинг і комунікації (34%) та інженерія з виробництвом (30%). Інфографіка також подає ключові факти щодо працевлаштування, зокрема зростання в сфері освіти, розвиток онлайн-рекрутингу, злет туристичної галузі та активність міст другого рівня.

У нижній частині подано діаграму, яка відображає індустрії, що перебувають на підйомі: IT, фармацевтика, охорона здоров’я, страхування. Структура подачі даних логічна і поділена на зручні блоки з інфографічними елементами – іконками, графіками, кольоровими акцентами – що дозволяє швидко зчитувати інформацію.

Отже, цей дизайн є прикладом ефективного використання візуальних засобів для презентації ринку праці, полегшуючи орієнтацію користувача в

складному інформаційному середовищі та сприяючи прийняттю рішень щодо кар'єрного розвитку.

Представлені інфографіки – це два візуальні приклади, що досліджують тему професій, але з різним фокусом та підходом до подачі інформації (див. рис. 2.5).

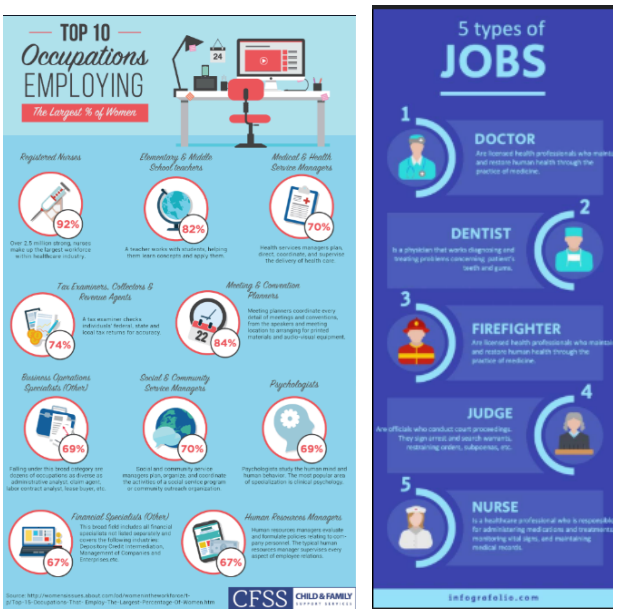


Рисунок 2.5 - Візуальні приклади, що досліджують тему професій

Ліва інфографіка під назвою «Top 10 Occupations Employing the Largest % of Women», створена CFSS Child & Family Policy, зосереджується на аналізі гендерного розподілу у професіях, де найбільше працює жінок. Вона подає дані у формі відсотків, кожна професія супроводжується відповідною піктограмою та коротким описом. Основна мета – показати, у яких галузях спостерігається найвища жіноча зайнятість (наприклад, психіатричні медсестри – 92%, секретарі – 94%, соціальні працівники – 82%). Такий підхід інформує не лише про тенденції на ринку праці, але й може бути корисним для аналізу гендерної рівності в різних сферах зайнятості.

Натомість інфографіка праворуч «5 Types of Jobs » від infografolio.com – має більш загальний, класифікаційний характер. Вона коротко описує п'ять типів професій, з акцентом на їх суть і функції. Це: лікар, стоматолог, пожежник, суддя

та медсестра. Такий формат орієнтований на широку аудиторію, зокрема молодь або тих, хто шукає ідеї для побудови кар'єри. У дизайні використано вертикальну структуру, піктограми з професіями, короткі пояснення, темний фон та градацію кольорів для візуального розмежування блоків.

Отже, обидві інфографіки мають освітню та профорієнтаційну мету, проте відрізняються за стилем і функціональністю. Перша подає статистичну аналітику і дозволяє глибше дослідити соціальну структуру зайнятості, тоді як друга — спрощує інформацію, надаючи загальне уявлення про типи робіт. Обидва формати ефективно виконують свої завдання: вони передають ключову інформацію в лаконічній, візуально структурованій формі, що ідеально підходить для використання у дипломній роботі з графічного дизайну як приклад інфографіки на соціально-професійну тематику.

Наступним прикладом є інфографіка яка зосереджена на виборі навчального напряму (див. рис. 2.6).

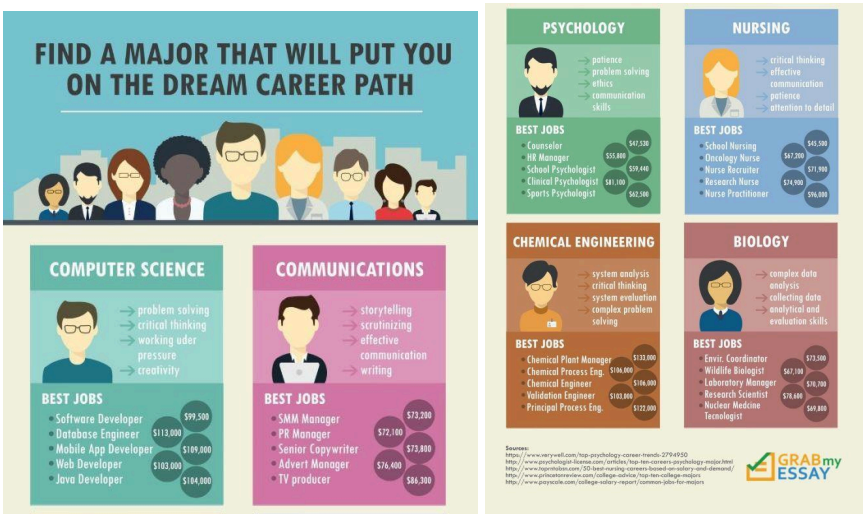


Рисунок 2.6 - Інфографіка яка зосереджена на виборі навчального напряму

Основна мета – показати, як певна академічна спеціальність може вплинути на подальшу кар’єру, і які професії найбільш перспективні у кожній з них.

Інфографіка охоплює десять основних спеціальностей – таких як комп’ютерні науки, комунікації, економіка, психологія, біологія,

медсестринство, інженерія, політичні науки тощо – та ілюструє, які навички розвиваються під час навчання, і які «кращі професії» з приблизним рівнем заробітної плати доступні випускникам.

Кожен блок інфографіки містить: ключові м’які та технічні навички, які студент здобуває; список престижних або затребуваних професій для цієї спеціальності; орієнтовну середню зарплату, що створює уявлення про потенційний дохід.

Інфографіка побудована у візуально зручному форматі, з чітким розподілом за кольорами та іконками, що спрощує навігацію і порівняння різних напрямів. Вона орієнтована насамперед на: молодь, яка обирає спеціальність у вищому навчальному закладі; кар’єрних консультантів та освітян, які допомагають студентам приймати зважені рішення; батьків, які цікавляться перспективами для своїх дітей.

Отже, ця інфографіка є ефективним прикладом візуального інструмента, що поєднує інформативність, простоту сприйняття та естетичну привабливість. Вона виконує роль кар’єрного орієнтира, допомагаючи молоді оцінити свої навчальні пріоритети через призму майбутніх професійних можливостей. Завдяки чіткій структурі, логічному поділу на блоки та зручній візуалізації ключових навичок і зарплат, вона не лише інформує, але й мотивує до свідомого вибору професійного шляху. Такий підхід демонструє, як за допомогою інфографіки можна трансформувати складну аналітичну інформацію в доступну та практичну для цільової аудиторії форму, що є важливою метою сучасного графічного дизайну.

Наступним прикладом є інфографіка кар’єрного зросту всередині організації, демонструючи, як окремий співробітник може проходити етапи професійного розвитку – від стартової позиції до лідерських або спеціалізованих посад (див. рис. 2.7).



Рисунок 2.7 - Інфографіка кар’єрного зросту всередині організації

Друга інфографіка (з елементами кар’єрної динаміки в організації) концентрується на внутрішньому кар’єрному зростанні вже працюючого персоналу. Вона демонструє шлях працівника від базової позиції до керівних або спеціалізованих посад, а також ролі підлеглих, вигоди й ознаки успіху. Особливо виділяється блок про сферу охорони здоров’я — лікарі, медсестри, хірурги — з акцентом на необхідні освітні рівні. Це корисно для тих, хто вже працює і хоче розуміти, як побудувати горизонтальну чи вертикальну кар’єру всередині однієї структури.

2.2 Сучасні приклади інформаційного дизайну

Для з’ясування відмінності інформаційного дизайну від інфографіки проведено аналіз сучасних прикладів

Основна мета роботи Валентини Д’єфилопи *«A Thirsty World»* (див. рис. 2.8), привернути увагу до глобальної проблеми обмеженого доступу до безпечної питної води, яка, незважаючи на прогрес у багатьох країнах, залишається актуальною для мільярдів людей у світі.

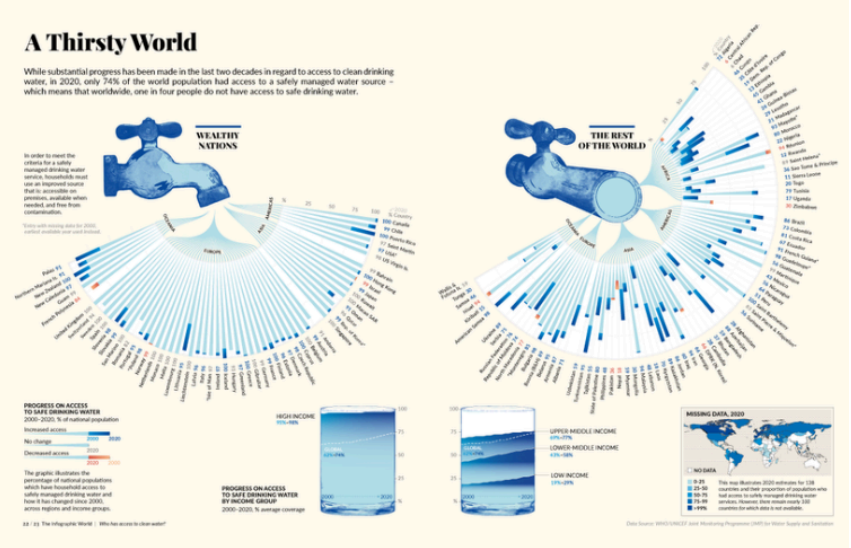


Рисунок 2.8 - Валентина Д’єфилопи «A Thirsty World»

Ключовим композиційним рішенням є поділ світу на дві групи: «Wealthy Nations» (Заможні країни) та «The Rest of the World» (Решта світу). Кожна з груп представлена у вигляді півкола, з якого «витікає» інформація – у буквальному сенсі, з кранів. Ці крани є символами доступу до води, а також метафорою нерівного розподілу ресурсів. Від кожної країни йде синій стовпчик – чим він вищий, тим більший відсоток населення має доступ до безпечного джерела води.

Ще одним вдалим візуальним рішенням є використання градієнтів синього кольору, які допомагають швидко оцінити рівень доступу в кожному випадку. Такий підхід робить інформацію інтуїтивно зрозумілою, навіть без глибокого аналізу цифр. В нижній частині композиції розташовані зображення склянок, які візуалізують прогрес у доступі до води залежно від рівня доходу країн – високий, середній і низький.

На завершення, карта світу внизу праворуч ілюструє прогалини в наявних даних, що підкреслює ще одну проблему – недостатню обізнаність і статистичну непрозорість у багатьох регіонах.

Приклад роботи Мануеля Тафура «Кольорові поєднання грибів» базується на інформації з польового довідника з північноамериканських грибів

Товариства Одюбона. Вона виділяє унікальні колірні комбінації, пов'язані з грибами, класифіковані за їхньою їстівністю (див. рис. 2.9).

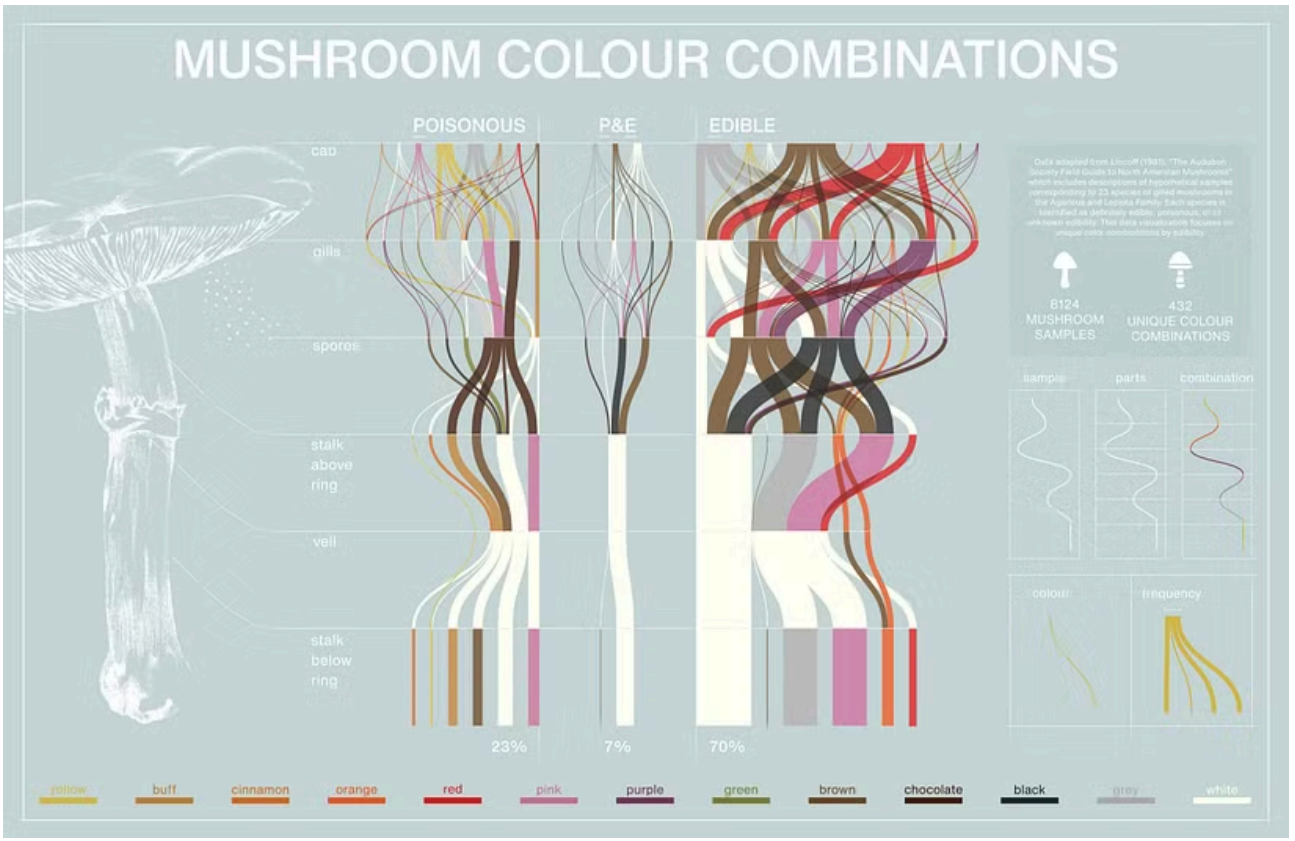


Рисунок 2.9 - Мануель Тафур «Кольорові поєднання грибів»

Ключовим елементом є комбінації кольорів у кожному зразку. Це призвело до визначення унікальних комбінацій кольорів. Використано декілька методів одночасно: аналіз даних, ескіз ідей та створення прототипів у RAWGraphs. Такий підхід допоміг дослідити різні можливості візуалізації даних. Алювіальна діаграма ефективніше ілюструє пропорції – у цьому випадку частоти – а колірні комбінації набагато чіткіші та візуально виразніші. Дизайн було створено за допомогою Google Таблиці, RAWGraphs, Adobe Illustrator, Procreate. Складається з вертикальних секцій, кожна з яких відповідає певній частині гриба – cap, gills, spores, stalk above ring, veil, stalk below ring. Кольори, позначені в нижній частині, з’єднуються потоками, які візуально ведуть глядача через частини гриба, демонструючи логіку кольорових поєднань, а також частоту їхнього використання в тих чи інших типах грибів. Такий підхід

дозволяє не лише бачити колір, а й зрозуміти його функціональну взаємозалежність.

Мануель також включив пояснення з правого боку, де показано, що було проаналізовано 812 грибів і виявлено 432 унікальні комбінації кольорів. Це додає роботі достовірності й аналітичної глибини. Структура візуалізації спрямована на легке зчитування складної інформації, а тонка графіка і використання пастельної палітри робить її не лише інформативною, але й естетично привабливою.

Інформаційний дизайн Адріана Мартіна Діннбіра «Маршрути для підрахунку очок на ралі скелелазіння в Монтанехос» , яка присвячена аналізу та візуалізації ключових даних II ралі-сходження в Монтанехос, що відбулося в грудні 2024 року. Цей захід є частиною серії традиційних іспанських змагань зі скелелазіння, започаткованих 21 рік тому в Пеньйон-де-Іфач, які згодом поширилися на знакові скелі Ріглоса, Ель-Чорро, Ла-Кабрери, Лейви та з 2021 року — Монтанехоса. Місцевість відзначається різноманітними маршрутами та вражаючими вертикальними стінами, що робить її ідеальним місцем для проведення подібних подій (див. рис. 2.10).

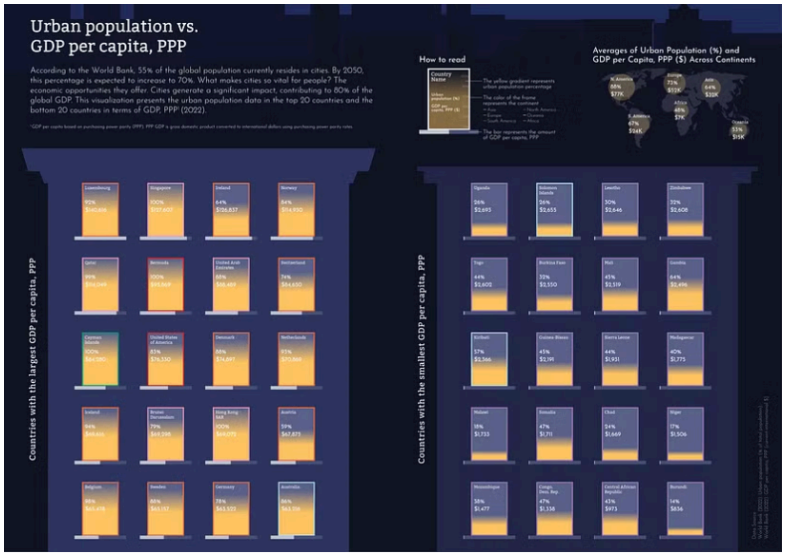


Рисунок 2.10 - Адріан Мартін Діннбір «Маршрути для підрахунку очок на ралі скелелазіння в Монтанехос»

Формат змагання — 12-годинне ралі, в межах якого учасники набирають бали за проходження якомога більшої кількості маршрутів. Нарахування балів здійснюється з урахуванням довжини маршруту, рівня складності, експозиції та типу страховки, відповідно до офіційного регламенту. Для візуалізації даних було розроблено два рішення, кожне з яких охоплює окремий тематичний аспект.

Перша рішення присвячено поняттю обов’язкового рівня складності, що вказує на мінімальну технічну складність ділянок маршруту, які альпініст повинен пройти без штучних засобів. Для глибшого розуміння інформація поділена на маршрути, захищені болтами (12-міліметровими анкерами) та маршрути з мобільним захистом (ексцентриками, закладками). Такий поділ ілюструє, як тип страхувального спорядження впливає на рівень ризику, відомий у скелелазінні як експозиція.

Друге рішення демонструє просторовий розподіл та довжину маршрутів у чотирьох основних зонах змагання: Барранко-де-ла-Маймона (з підзонами Паредон-дель-Альгуасіль, Паредес-де-Арріба, Паредес-Серканас) та Естречо-дель-Міхарес. Візуалізовано відмінності між найкоротшими маршрутами (наприклад, Полео-Корто + Ларго – 50 метрів) і найдовшими (278 метрів при поєднанні кількох ліній на Парадах-де-Арріба та Серканас).

У інформаційному дизайні «Fishery in Japan» автор реалізував проєкт шляхом поєднання мінімалістичного графічного стилю, культурних мотивів Японії та статистичних даних, щоб передати як географічні, так і соціально-економічні аспекти рибної галузі країни (див. рис.2.11).

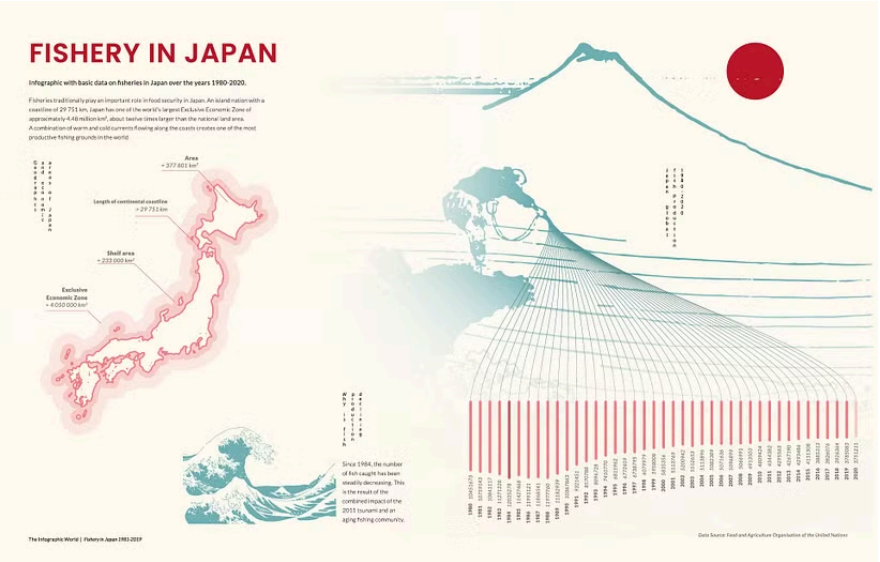


Рисунок 2.11 - «Fishery in Japan»

Графічне створення «Fishery in Japan» базується на поєднанні мінімалістичного дизайну з національними художніми мотивами: використано м’яку бежево-білу основу, яка підкреслює чистоту й стриманість стилю, тоді як акценти виконано у відтінках червоного (стовпчики діаграми, заголовок, сонце) і бірюзового (графічні елементи хвилі, сітки, гори), що символізують природу та традиційну японську культуру.

Векторна карта Японії на лівій частині оформлена червоним контуром з маркуванням ключових показників, а права частина містить інтегровану лінійну діаграму, в якій дані представлені у вигляді «вилову» з океану — візуальне рішення, що надає даним образного значення. Автор застосував сучасні принципи: чітка типографіка, обмежена палітра, векторна графіка та символізм, щоб створити композицію, що водночас є інформативною та емоційно виразною.

Інформаційний дизайн створений Ребекою Мареskалцо, реалізован у вигляді хронологічного потоку з використанням кольорових дуг, які поєднують дані у двох вимірах: час (відображений по осі, що веде від минулого до сучасності) та категорії (розташовані уздовж іншої осі, що включає назви осіб, об’єктів або подій) (див. рис. 2.12).

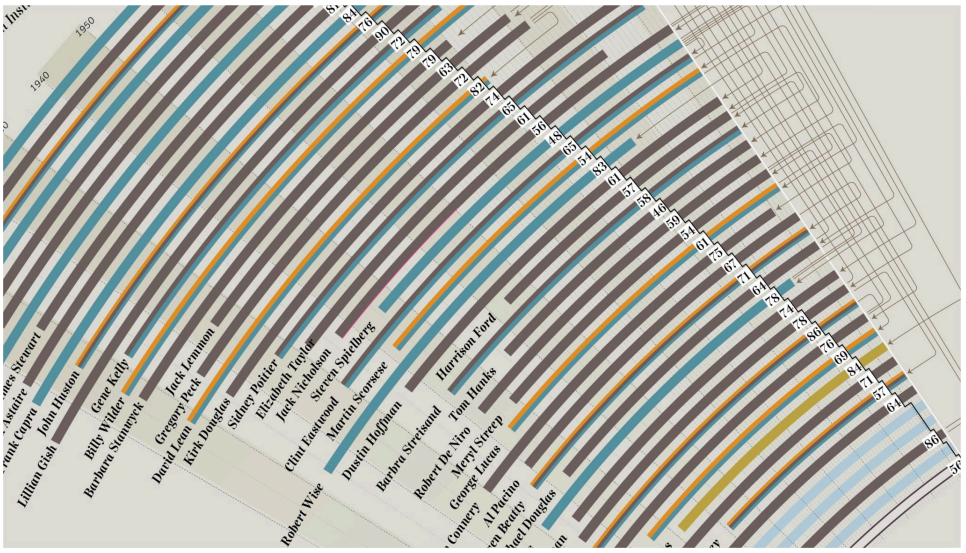


Рисунок 2.12 - Ребека Мареskалцо, візуалізація часову шкалу подій із фільмів

Для кожної одиниці даних використано кольорову стрічку, яка не лише з’єднує її з певним часовим періодом, але й сигналізує про тип або групу за допомогою відтінків (наприклад, бірюзовий, жовтий, коричневий). Такий підхід поєднує структуру діаграми Санкі з естетикою лінійної часової шкали, що дозволяє читачеві одночасно бачити зв’язки, тривалість та розвиток кожної одиниці у контексті загальної динаміки. Окрему увагу приділено типографіці та вирівнюванню під кутом, що забезпечує читабельність без втрати щільності графіки. Створення дизайну вимагає ретельної роботи з даними, побудови координатної сітки, визначення кольорових кодів і використання програм, здатних керувати складними графічними зв’язками, ймовірно, таких як Adobe Illustrator, RAWGraphs.

Ребека ефективно поєднала візуальну естетику з аналітичністю, розташувавши тексти вздовж кривих для збереження компактності й логіки читання. Вся композиція продумана так, щоб користувач міг інтуїтивно орієнтуватися у складному масиві інформації, водночас сприймаючи загальну картину культурної чи історичної динаміки.

Інформаційний дизайн під назвою «Wikiflows al 2013 secondo Wikipedia» візуалізує найпопулярніші сторінки італійської Вікіпедії у 2013 році та показує, як змінювалася їхня популярність упродовж місяців (див. рис. 2.13).

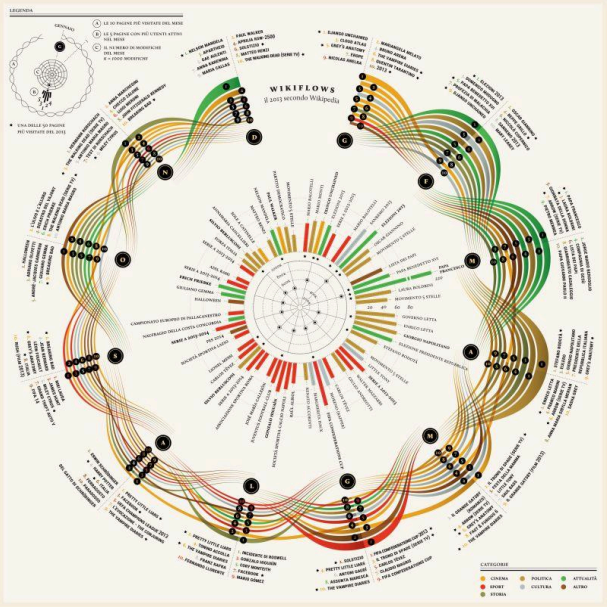


Рисунок 2.13 - «Wikiflows al 2013 secondo Wikipedia»

Автор використовує кругову структуру для представлення 12 місяців року, а також барграф у центрі для позначення кількості переглядів окремих сторінок щомісяця. Кольорові лінії (згідно з легендою знизу) відображають категорії (кіно, політика, спорт, культура, історія, актуальне тощо) та ілюструють динаміку між сторінками, які користувачі найчастіше переглядали, а також перетоки інтересу між темами в різні місяці.

Зовнішнє коло демонструє сторінки, які були найпопулярнішими в певні місяці, та тих користувачів, які були найбільш активними. Лінії, що з’єднують сторінки між собою, вказують на зміну уваги від однієї теми до іншої, утворюючи інформаційні потоки інтересів, які допомагають побачити, як події, тренди чи публікації змінювали фокус читачів.

Графіка вдало поєднує естетику та аналітику: кольорова палітра є водночас емоційною та функціональною, а радіальна композиція створює ефект візуального годинника або компаса інформації, що веде глядача через часову й тематичну навігацію.

Наступний приклад інформаційного дизайну пояснює, як закінчити навчання за спеціальністю «Студійне мистецтво» (Studio Art) у Macalester College (див. рис. 2.14).

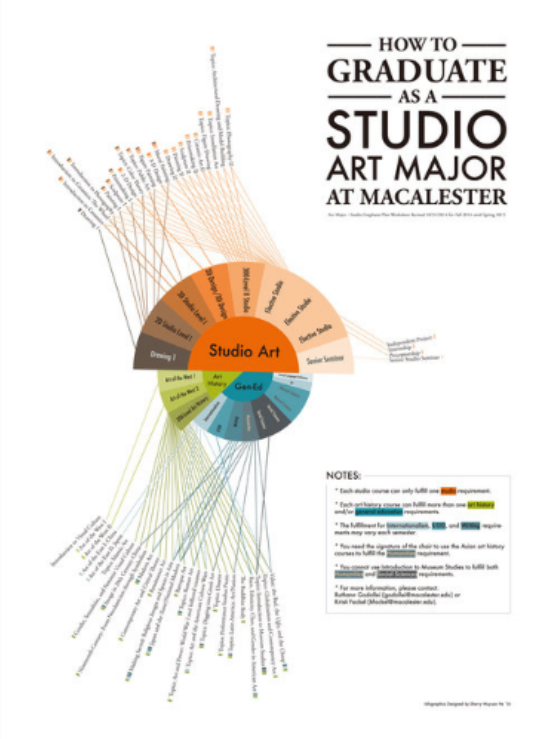


Рисунок 2.14 - «Студійне мистецтво»

Дизайн побудовано у формі центрального кола з назвою спеціальності, від якого радіально розходяться сектори, що символізують освітні блоки. Від кожного сектору проведено лінії до конкретних курсів, що задовольняють відповідні вимоги. Для позначення різних блоків використано кольорове кодування, що полегшує навігацію між елементами.

Плакат створено за допомогою графічних програм (наприклад, Adobe Illustrator або аналогів), з увагою до типографіки, кольорової гармонії та балансу простору, щоб інформація залишалася структурованою та привабливою. Додатково були розроблені умовні позначки (легенда), що пояснюють особливості зарахування курсів, а також блок із примітками для уточнення деталей.

Плакат «Beijing-2022: Winter Olympics French Medals» візуалізує кількість і розподіл медалей Франції на зимових Олімпійських іграх з 1924 по 2022 рік.

Основною метою було поєднати історичну хронологію з розподілом медалей за видами спорту, щоб надати глядачеві як кількісно, так і якісну інформацію в одному візуальному просторі (див. рис. 2.15).

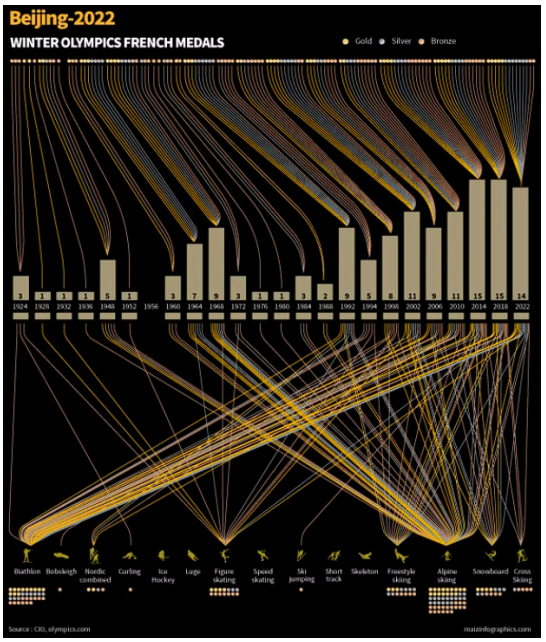


Рисунок 2.15 - «Beijing-2022: Winter Olympics French Medals»

Основною метою проєкту було поєднати хронологічний розвиток результатів із деталізацією за видами спорту та типами медалей, забезпечивши глядачеві доступну й одночасно насичену інформаційно картину. Робота над плакатом складалася з кількох етапів. Спершу здійснено збір даних з офіційних джерел (CIO, olympics.com), де інформацію класифікували за роками, видами спорту та типами медалей (золото, срібло, бронза). Далі було обрано форму подачі: для відображення кількості медалей у часі використано гістограму у верхній частині плакату, де висота стовпців символізує сумарну кількість нагород кожної Олімпіади.

Візуалізація зв’язків між роками та видами спорту здійснена через кольорові лінії (жовта — золото, сріблясta — срібло, бронзова — бронза), що утворюють санкі-діаграму, поєднуючи рік здобуття медалі з відповідним видом спорту, позначеним піктограмою у нижній частині плакату. Дизайн розроблено з використанням темного тла для контрастного виділення кольорів медалей, мінімалістичних шрифтів для підвищення читабельності та піктограм, що

спрощують візуальне сприйняття. Дизайн створено за допомогою Adobe Illustrator та спеціалізованих інструментів для побудови потокових діаграм.

Плакат об’єднує естетичність і функціональність, дозволяючи легко відстежити історію медальних здобутків Франції, динаміку результатів та внесок окремих видів спорту протягом майже століття олімпійських змагань.

У ході дослідження було проаналізовано створення плакатів з інформаційним дизайном як ефективного засобу візуальної комунікації що передає складну інформацію. Розгляд прикладів показав, що поєднуючи графічні елементи, кольорове кодування, піктограми та текстову інформацію, дозволяє спростити сприйняття великих обсягів даних, зробити їх доступними та зрозумілими для широкої аудиторії. Процес створення таких плакатів потребує ретельного збору даних, аналізу змісту, вибору відповідних візуальних форм і професійного підходу до дизайну. Графічна частина виконує не лише інформативну, а й естетичну функцію, сприяючи ефективному засвоєнню матеріалу та підвищуючи інтерес до представленої теми. Результати підтверджують важливість застосування візуалізації даних у сучасних освітніх, наукових і комунікаційних практиках.

РОЗДІЛ 3
ПРОЕКТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПЛАКАТУ «ПРОФЕСІЇ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ»

3.1 Опис технічного завдання

Головним завданням є розробка інфографіки, яка наочно відображатиме галузі та види професій, а також допомагатиме орієнтуватися у вимогах до фахівців. Технічне завдання – це документ, що містить детальні інструкції та вимоги до виконання проекту чи розробки. Воно визначає мету, завдання, цілі, очікувані результати, а також технічні, функціональні та графічні параметри, які повинна задовольняти кінцева продукція.

У даному випадку технічне завдання полягає в створенні інфографіки, яка має забезпечити чітке і зрозуміле представлення різних професійних напрямків, зокрема у контексті вимог до кваліфікації фахівців, а також їхніх обов’язків і навичок. Цей продукт повинен бути максимально зручним для використання як студентами, так і професіоналами, які планують змінити свою професійну діяльність або підвищити кваліфікацію.

Цільова аудиторія цієї інфографіки включає широке коло користувачів, серед яких: студенти та молоді спеціалісти, які шукають інформацію про можливості кар’єрного розвитку та вимоги до фахівців у різних сферах; працівники кадрових агентств та рекрутери, які потребують зручного інструменту для швидкої оцінки вимог до кандидатів; освітні установи та курси підвищення кваліфікації, що використовують інфографіку для створення навчальних програм та орієнтації студентів на специфічні професії; професіонали, які хочуть змінити кар'єрний напрямок і шукають інформацію щодо необхідних навичок та вимог для перекваліфікації.

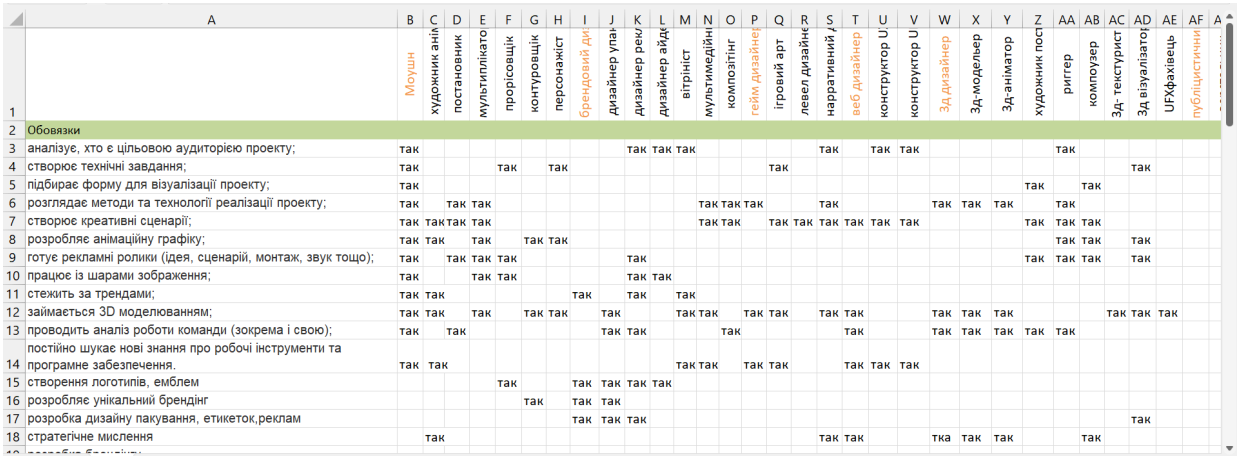
У цьому плакаті потрібно показати, які професії існують, їхні напрями, необхідні якості, знання, програмне забезпечення та обов’язки які висуваються

до дизайнера у професій. Для формування індивідуального вектору власного розвитку.

3.2 Етап добору інформації

На першому етапі виконання роботи було обрано тему, яку узгоджено з викладачем. На початковому етапі було складено лист-завдання та написано перший розділ пояснювальної записки. У цьому розділі розглянуто історію, сучасний стан і розвиток інформаційного дизайну, а також проведено аналіз інфографіки різних професій. Наступним етапом стало написання другого розділу, присвяченого проектній частині інформаційного плаката. Для структуризації інформації та аналізу взаємозв'язків між професіями було використано програму MIRO, яка дозволяє графічно відображати структуру даних. У результаті проведеного аналізу професії були згруповані за напрямами, серед яких виділено такі спеціальності: моушн-дизайнер, брендовий дизайнер, дизайнер-ілюстратор, фотограф, дизайнер, паперовий дизайнер, публіцистичний дизайнер, гейм-дизайнер, 3D-дизайнер, веб-дизайнер, стріт-арт дизайнер, тату-дизайнер.

На наступному етапі була створена окрема таблиця в Excel, у якій зібрано інформацію про професії та їхні критерії (див. рис. 3.1). До таблиці були внесені такі ключові критерії: якості – особисті характеристики, необхідні для успішної роботи в кожній професії; знання – основні теоретичні та практичні аспекти, якими має володіти спеціаліст; програмне забезпечення – список програм, які є необхідними для виконання професійних обов'язків; обов'язки – основні завдання, які виконує представник відповідної професії. Також у таблиці систематизовано всі професії, що були зазначені у розділі 3.1. Це дозволило провести порівняльний аналіз та структурувати інформацію для подальшого використання у візуалізації даних.



	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF
1		Моушн	художник анім	постановник	мультиплікато	прорісовщик	контуровщик	персонажист	брендовий ди	дизайнер упак	дизайнер рек	дизайнер айд	вітрініст	мультимедійні	композітінг	гейм дизайнер	ігровий арт	левел дизайне	нарративний д	веб дизайнер	конструктор U	конструктор U	3д дизайнер	3д-модельер	3д-аніматор	художник пост	ригтер	компоузер	3д- текстурист	3д візуаліза	UFXфахівець	публіцистичний	
2	Обовязки																																
3	аналізує, хто є цільовою аудиторією проекту;	так									так	так	так						так		так	так					так						
4	створює технічні завдання;	так				так		так									так													так		
5	підбирає форму для візуалізації проекту;	так																								так		так					
6	розглядає методи та технології реалізації проекту;	так		так	так									так	так	так			так				так	так	так		так						
7	створює креативні сценарії;	так	так	так	так									так	так		так	так	так	так	так	так				так	так	так					
8	розробляє анімаційну графіку;	так	так		так		так	так																			так	так		так			
9	готує рекламні ролики (ідея, сценарій, монтаж, звук тощо);	так		так	так	так					так															так	так	так		так			
10	працює із шарами зображення;	так			так	так					так	так																					
11	стежить за трендами;	так	так						так		так		так																				
12	займається 3D моделюванням;	так	так		так		так	так		так			так	так		так	так		так	так			так	так	так				так	так	так		
13	проводить аналіз роботи команди (зокрема і свою);	так		так						так	так				так					так			так	так	так	так	так						
14	постійно шукає нові знання про робочі інструменти та програмне забезпечення.	так	так										так	так		так	так			так	так	так											
15	створення логотипів, емблем					так			так	так	так	так																					
16	розробляє унікальний брендінг						так		так	так																							
17	розробка дизайну пакування, етикеток,реклам								так	так	так																			так			
18	стратегічне мислення		так																так	так			тка	так	так			так					

Рисунок 3.1 – Визначення вимог до фахівця

Отже, після збору всієї необхідної інформації розпочався пошуковий етап створення плаката.

3.3 Проєктування плакату

Процес створення проекту розпочався з пошуку аналогів для майбутнього плаката. Було проведено аналіз референсів, підбір кольорової гами, визначення стилістичного напрямку та формування ідеї, що є ключовими етапами для досягнення якісного кінцевого результату.

Ідея виникла на основі проведеного аналізу референсів та вивчення аналогічних проектів. Після цього було визначено, які стилістичні елементи та кольори найкраще передають необхідне повідомлення та емоцію для майбутнього плаката. Оскільки важливою частиною проекту було передати чітку концепцію через візуальні засоби, ідея почала формуватися на перетині технічних вимог (підбір шрифтів, композиція) і емоційної складової (колірна палітра, графічні елементи). Таким чином, початковою ідеєю було створити плакат, який би відображав задану тематику та емоцію, а також привертав увагу і був зрозумілим з першого погляду. У процесі розробки ескізів і цифрових начерків було уточнено форму та стилістичні деталі, що остаточно визначили вигляд плаката.

Ідея дизайну монети була натхненна формою підшипника, що символізує поєднання технічної досконалості та інноваційності (див. рис. 3.2).



Рисунок 3.2 - Ідея для створення плакату

Обраний референс слугував основою для створення ескізного матеріалу. Тому на початковому етапі було виконано ескізи на папері, а також розроблено цифрові начерки в графічних редакторах (див. рис. 3.3).

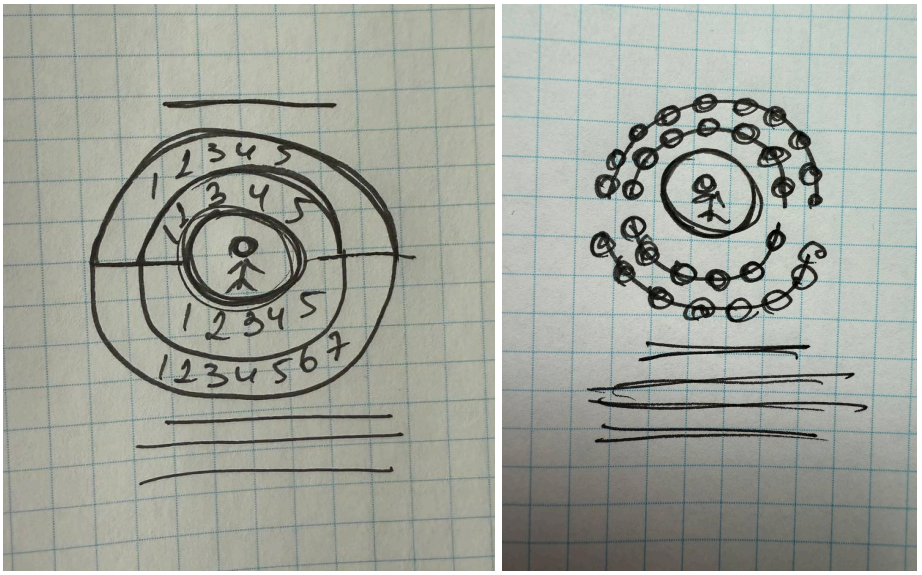


Рисунок 3.3 – Варіанти ескізування на папері

Після створення кількох варіантів ескізування було обрано фінальний дизайн, з яким надалі велася подальша робота. У процесі відбору враховувалися такі критерії, як логічна структура подачі інформації, візуальна привабливість,

читабельність тексту та ефективне поєднання графічних і текстових елементів (див. рис. 3.4)

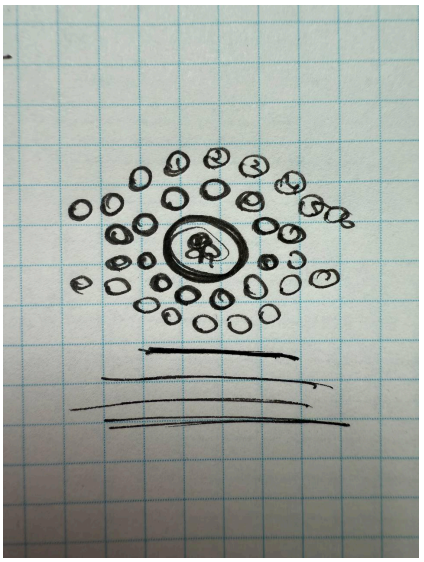


Рисунок 3.4 - Фінальний варіант

Наступним кроком стало створення графічних елементів у Adobe Illustrator. Було розроблено дизайн елементів що відповідають за професію, які поділено на чотири секції відповідно до критеріїв: обов’язки, якості, знання, програмне забезпечення (див. рис. 3.5).



Рисунок 3.5 - Етап розробки

Для виділення категорій інформації було використано кольорове кодування: зелений колір - для обов'язків, синій - для якостей, жовтий - для знань, фіолетовий - для програм.

Обов'язки – це конкретні завдання та функції, які особа або група осіб повинна виконувати в рамках своєї діяльності. Обов'язки визначаються як необхідні для досягнення поставлених цілей і включають в себе роботу, яку потрібно здійснити для виконання конкретних завдань.

Якості – це характеристики або особливості, які є важливими для виконання певних завдань або функцій. Якість може бути як особистісною (наприклад, комунікабельність, відповідальність), так і професійною (наприклад, точність, здатність до аналізу). Ці характеристики визначають, наскільки ефективно і добре людина або команда може виконувати свої обов'язки.

Знання – це інформація та навички, які необхідні для виконання конкретних завдань або досягнення певної мети. Знання можуть бути теоретичними або практичними і включають спеціалізовану інформацію, що дозволяє розв'язувати проблеми, приймати рішення і застосовувати різні методи та підходи у професійній діяльності.

Програми – це інструменти або програмне забезпечення, яке використовується для виконання завдань, автоматизації процесів чи обробки інформації. Програми можуть бути як частиною інфраструктури компанії, так і спеціалізованими інструментами, що допомагають вирішувати конкретні технічні або організаційні завдання.

Графічне коло з кольорових крапок було створене як елемент візуальної системи для структурованого представлення інформації в межах дипломної роботи.

Композиція складається з чотирьох рядів крапок, розміщених по колу та згрупованих за кольорами: бірюзовим, синім, жовтим та фіолетовим. Така структура використовується для символічного поділу інформації на чотири тематичні блоки або категорії. Кожен колір позначає окремий напрям роботи, наприклад: дослідження, аналіз, рішення та впровадження.

Кругова форма візуально підкреслює цілісність системного підходу, а повторюваність елементів створює асоціацію з циклічними процесами або безперервністю. Центр кола залишається вільним, що дозволяє доповнювати його текстовою інформацією або графічним акцентом, наприклад логотипом, заголовком чи іншим ключовим елементом. Завдяки простоті, ритмічності та кольоровій гармонії ця графічна модель підсилює візуальну єдність всієї роботи та сприяє легшому сприйняттю поданої інформації.

Наступним етапом стало додавання текстової складової. У нижній частині композиції було розміщено назву професії, що дозволяє чітко ідентифікувати кожну професійну діяльність, з коротким описом, який містить основну інформацію про її сутність. Такий підхід забезпечує логічну структуру плаката та полегшує сприйняття інформації (див. рис. 3.6)



Рисунок 3.6 - Етап розробки

Наступним етапом стало створення іконки, що відображає специфіку обраної професії. Іконка була розміщена у центральній частині розробленої "професійний елемент" з метою акцентування уваги на професійній

спрямованості. Також були додані цифри до кольорових блоків відповідно до їхніх критеріїв. (див. рис. 3.7).



Рисунок 3.7 – Фінальний вид “професійний елемент”

Наступним етапом стало поєднання професій за їхнім стилем. Було проведено аналіз візуальних та концептуальних особливостей кожної професії, після чого їх згруповано за спільними характеристиками. Такий підхід допоміг створити єдину стилістичну систему, що забезпечує гармонійне сприйняття всіх елементів плаката. Завдяки цьому кожна професія не лише має власну унікальну айдентику, але й органічно вписується у загальну композицію, що підсилює візуальну цілісність проєкту. Також був розроблений напис категорій професій, виконаний білим кольором на сірому фоні, що забезпечує чітке сприйняття інформації. Це дозволяє чітко та структуровано подати інформацію, акцентуючи увагу на ключових аспектах кожної професії. (див. рис. 3.8).



Рисунок 3.8 - Групування професій за фаховою спрямованістю

Наступним етапом роботи став пошук ескізів для фінального плаката (див. дод. В1).

Було проведено аналіз різних композиційних рішень, визначено основні візуальні акценти та загальну концепцію дизайну. Особливу увагу приділено підбору кольорової гами, яка мала відповідати тематиці інфографіки, забезпечувати зручність сприйняття та візуальну привабливість. Також було відібрано шрифти, що гармонійно поєднуються з графічними елементами та сприяють зручному читанню інформації. Окремо розглянуто питання розташування об’єктів у графічній формі – створено кілька макетів, у яких протестовано різні варіанти компонування тексту, ілюстрацій та інформаційних блоків, щоб досягти найбільш зрозумілого та естетичного оформлення..

Отже, для фінального плакату було обрано розмір холста А0 (841мм/1189мм). з білим кольором фону. Для цілісного та системного відображення концепції обов’язки, знання, якості й програма були композиційно розташовані по периметру плаката. Блоки з нашими “монетами” були розташовані посередині робочого простору для забезпечення зручності візуального сприйняття та максимальної ефективності взаємодії. Така конфігурація дозволяє учасникам дослідження зосередитися на центральних елементах, що сприяє покращенню результатів експерименту. Крім того, центральне розташування блоків забезпечує рівномірний доступ до кожного

елемента та дозволяє уникнути перекриття або недостатньої видимості (див рис. 3.9).

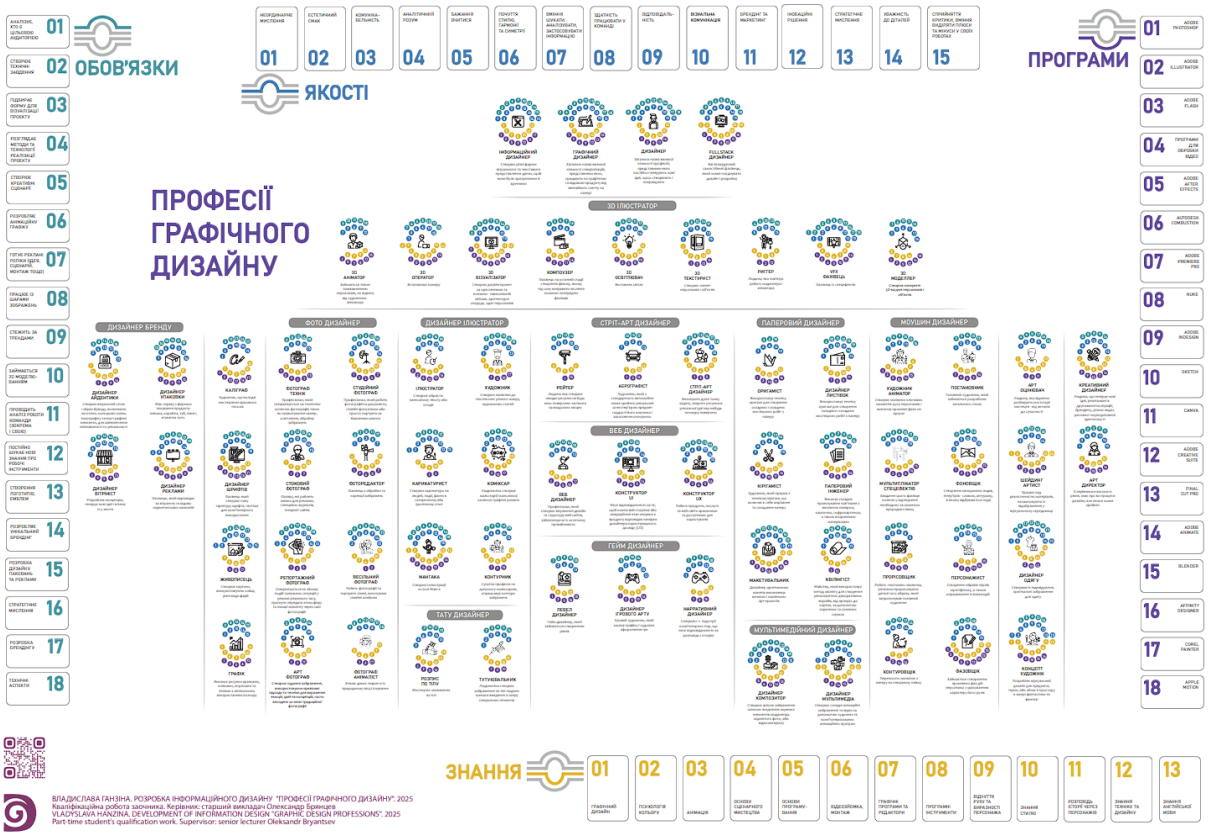


Рисунок 3.9 – Фінальна версія плакату

Для того щоб забезпечити ефективну навігацію на плакаті, важливо продумати спосіб, яким користувачі або учасники дослідження зможуть легко і швидко знайти необхідну інформацію. Враховуючи, що ваш плакат орієнтований на інтерпретацію й взаємодію з кількома елементами (наприклад, обов'язки, знання, якості, програма та центральні блоки з "професійний елемент"), система навігації має бути інтуїтивно зрозумілою, чіткою і ефективною.

Важливість навігації на плакатах інформаційного дизайну полягає в тому, щоб користувач міг швидко орієнтуватися та знайти необхідні дані без зайвих зусиль. Це забезпечується через: розподіл елементів згідно з тематикою або важливістю; виділення основних блоків та підсистем для зручності сприйняття; використання кольору, контрасту, шрифтів, графічних елементів для

акцентування уваги; орієнтування на те, як користувачі зазвичай сприймають інформацію (зліва направо, зверху вниз).

Для організації зручного доступу до цих елементів, кожен з них може бути представленим у вигляді окремих блоків, що розташовані по периметру плакату. Для ефективної навігації візуальні елементи можуть включати: кожен блок (Обов’язки, Знання, Якості, Програма) буде позначений яскравим кольором, наприклад, синім для обов’язків, зеленим для знань, червоним для якостей і жовтим для програми. Також для кожного блоку можна додати нумерацію або маркери, які допомагають учасникам швидко ідентифікувати порядок взаємодії.

Центральні блоки служать ключовими елементами для взаємодії і можуть бути оформлені так, щоб максимально привертати увагу. Блоки з “монетами” повинні бути більшими за інші елементи, щоб візуально приваблювати учасників до центральної частини плакату. Для забезпечення логічного зв’язку між блоками по периметру і центральними блоками, можна використовувати стрілки або плавні лінії, які направлятимуть погляд учасника від одного елемента до іншого.

Розробка інструкції навігації для плакату має бути спрямована на максимальне полегшення процесу взаємодії з інформацією. Через продуману ієрархічну структуру, чітке використання кольорів, підсвічування та візуальних підказок можна досягти того, щоб учасники могли легко орієнтуватися на плакаті і ефективно взаємодіяти з усіма елементами та реалізовувати легку навігацію.

ВИСНОВКИ

У межах дослідження було уточнено й конкретизовано основні поняття, що становлять теоретичну основу теми. Розглянуто терміни «інфографіка», «графічний дизайн», «комунікативна графіка», «візуальна комунікація», «інформаційний дизайн» тощо. Ці категорії проаналізовано на основі праць сучасних теоретиків, таких як Пол Ренд, Едвард Тафті, Еллен Луптон, Річард Сол Вурман.

Установлено, що ці поняття тісно пов’язані між собою і виступають елементами єдиної системи візуальної передачі інформації. Такий підхід дозволяє краще зрозуміти функції графіки в комунікаційному процесі, а також її роль у створенні інформативних і доступних повідомлень для різних аудиторій.

Історичний аналіз показав, що основи інфографіки та візуальної комунікації були закладені ще в античні та середньовічні часи. У Новий час ці інструменти активно розвивалися через роботи В. Плейфера, О. Шульца та інших, що сприяло виникненню дисципліни «інформаційний дизайн».

Сучасні тенденції демонструють глибоку інтеграцію дизайну з цифровими технологіями. Інфографіка стала ключовим інструментом у сфері освіти, медіа, UX/UI-дизайну, завдяки своїй здатності трансформувати великі масиви даних у доступні й зрозумілі візуальні образи.

Проаналізовано основні професійні напрями у сфері графічного дизайну: графічний дизайнер, UX/UI-дизайнер, моушн-дизайнер, інформаційний дизайнер, артдиректор, типограф, ілюстратор та інші. Для кожної з професій визначено специфіку функціональних обов’язків, серед яких — створення візуальної ідентичності, проєктування інтерфейсів, розробка рекламних матеріалів, робота з даними тощо.

Окрему увагу приділено вимогам до професійних компетентностей: знання програм Adobe Creative Suite, Figma, принципів композиції та типографіки, навичок креативного мислення, аналітики, а також soft skills — комунікації, управління часом, командної роботи.

Оцінено приклади інфографіки з міжнародних конкурсів Malofiej, з наукових джерел, соціальних кампаній та профільних медіа. Було виявлено, що ефективна інфографіка базується на структурованій візуальній ієрархії, узгодженості текстових та візуальних блоків, логічності побудови й мінімізації візуального шуму.

Виявлено ключові критерії якості: зрозумілість, навігаційна логіка, послідовність, інтуїтивність. Найуспішніші приклади мають добре опрацьовану кольорову палітру, шрифтову систему, і використовують методи сторітелінгу, щоб залучити увагу до складної інформації.

На основі теоретичного аналізу й емпіричного дослідження було створено структуру бази знань, що включає: перелік професій у дизайні, їхні характеристики, вимоги, сферу застосування та візуальні маркери. Це дозволило унаочнити професійну екосистему графічного дизайну.

Матеріал був згрупований тематично та структурований у форматі, придатному для подальшої візуалізації. Це дало змогу забезпечити логіку подання та зручність сприйняття інформації в межах плакату.

Було створено концепцію інформаційного плакату у форматі візуальної карти, де центральне місце посідає класифікація професій. Кожна професійна група подана як окремий сегмент із вказанням функцій, інструментів, навичок і типових задач.

Макет розроблено з урахуванням принципів дизайну інтерфейсів та інфографіки: чітка сітка, контрастність, читабельність, візуальна ієрархія, умовні іконки. Усі елементи організовано в логічний і візуально збалансований простір, що сприяє легкому навігаційному сприйняттю.

Після створення макету плакату було проведено експертне оцінювання з урахуванням критеріїв інформативності, читабельності, естетичності, ергономіки та відповідності цільовій аудиторії. За результатами аналізу плакат було визнано таким, що успішно виконує свою комунікативну функцію.

Описано та наведено 11 прикладів інформаційного дизайну, які дозволили виявити ефективні підходи до візуалізації, кращі практики структурування

інформації, виявлення контрасту кольорів, а також продемонстровано залежність успішності комунікації від чіткості графічної мови та орієнтації на цільову аудиторію. Аналіз прикладів також наочно підтвердив доцільність міждисциплінарного підходу, що поєднує дизайн, аналітику, типографіку, UX-принципи та комунікаційні стратегії.

Апробація результатів дослідження відбулася за рахунок публікації тез на міжнародній науково-практичній конференції «Стратегічні орієнтири освіти та реабілітації в умовах воєнного часу: проблеми, рішення, перспективи» та II міжнародній науково-практичній конференції «Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології» у 2023 році.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барнард М. Graphic Design as Communication. London: Routledge URL: https://www.amazon.com/Graphic-Design-Communication-Malcolm-Barnard/dp/0415278139?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 07.05.2025)
2. Бек Г. Mapping London: The iconic Tube map / London Transport Museum. URL: https://www.ltmuseum.co.uk/collections/stories/design/mapping-london-iconic-tube-map, вільний. (дата звернення: 12.05.2025.)
3. Бондаренко О. І. Візуальна комунікація як складова інформаційного простору сучасного суспільства. *Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство*. 2022. № 45. С. 102–108.
4. Виготський Л. С. *Мислення і мовлення*. Київ: Видавництво «Либідь» , 2001. с. 284
5. Вебер М. *Протестантська етика і дух капіталізму*. Київ: Видавництво "Основи", 2012. С. 45
6. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. В. Т. Бусел. Київ ; Ірпінь : Перун, 2005. 1728 с.
7. Вінер Н. Кібернетика, або Керування і зв'язок у тварині та машині / пер. з англ. Київ : Наукова думка, 1968. 325 с.
8. Дьюї Дж. Як виникає знання. Львів : Просвіта, 1968. 280 с.
9. Кемпбелл А. Д. *Міждисциплінарний підхід до дизайну: синтез технологій, культури, ергономіки та соціального контексту.* URL: https://www.angusdonaldcampbell.com/ (дата звернення: 22.10.2023)
10. Кобрикова Н. М. Інформаційний дизайн: методи візуалізації даних / Н. М. Кобрикова. *Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство*. 2020. № 42. – С. 88–94.
11. Соболєв О. Інформаційний дизайн як комунікативний інструмент: методика проектування. *Вісник Львівської національної академії мистецтв. 2016. №30. С.* 237–247

12. Титаренко В. О. Проблематика наукового дослідження графічного дизайну в Україні. *Вісник Львівської національної академії мистецтв* 2014. № 2. С. 9–15

13. Тлумачний словник термінів з інформаційного дизайну / за ред. І.В. Ковальчук. Львів : Видавництво "Літера", 2019. 280 с.

14. 1739 Bretez Turgot View and Map of Paris, France. Geographicus Rare Antique Maps. URL: https://www.geographicus.com/P/AntiqueMap/paris-turgot-1900-2 (дата звернення: 22.10.2023).

15. Benedikt M. Cyberspace: First Steps. Cambridge: MIT Press, 1991. 450 p

16. Botham C. The March of Progress and the Fallacy of Progressive Evolution. On Verticality. URL: https://www.onverticality.com/blog/march-of-progress (дата звернення: 22.10.2023).

17. Ciuccarelli P., Kahn P. From scientific visualization to public engagement. Learning from a public archive of COVID-19 related visualizations. *Malofiej*. 2021. Vol. 28. Society for News Design. Pp. 6–12.

18. Dewey J. Experience and Education. New York: Macmillan, 1938. 91 p.

19. Edward R. Tufte. Quotes. URL: https://www.goodreads.com/author/quotes/10775.Edward_R_Tufte (дата звернення: 5 трав. 2025 р.)

20. Frascara J. Design for Communication: Conceptual Graphic Design Basics. Нью-Йорк: Allworth Press, 2004. 216 pc.

21. Friendly M., Wainer H. A. *History of Data Visualization and Graphic Communication. Harvard University Press.* 2021. С.150

22. Information Design: Storytelling con dati e Illustrator. Domestika. URL: https://www.domestika.org/it/courses/3601-information-design-storytelling-con-dati-e-illustrator/final_project_lessons (дата звернення: 07.05.2025)

23. International Council of Design. *General Assembly Report*. URL: https://ico-d.org. 2019

24. International Institute for Information Design. *IIID Vision Statement*. // *Proceedings of the International Conference on Information Design*, Vienna, 2019

25. Kahn, P. Information architecture: a new discipline for organizing hypertext. *HYPERTEXT '01: Proceedings of the 12th ACM Conference on Hypertext and Hypermedia*, 2001, P. 1–2. DOI: 10.1145/504217.504218.

26. Knemeyer D. Information Design: The Understanding Discipline. URL: http://boxesandarrows.com/information-design-the-understanding-discipline/ (дата звернення: 20.02.2013)

27. Lange D. Thoughts on a Hand-painted Pictorial Map of Wutaishan at the Museum am Rothenbaum in Hamburg. Orientations Magazine. 2020. C. 68−79.

28. Lester P. M. *Visual Communication: Images with Messages.* Boston : Wadsworth, 2011. C. 45–67.

29. Lupton E. Thinking with Type: *A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students. New York* : Princeton Architectural Press, 2010. 224 p.

30. Maeda J. The Laws of Simplicity. Cambridge, MA: MIT Press, 2006. 168 p.

31. Major Dream Career Path. eLearning Infographics URL: https://elearninginfographics.com/major-dream-career-path-infographic/ (дата звернення: 07.05.2025)

32. McClure N. Treasures from Our West: Lone Dog’s Winter Count. URL: https://centerofthewest.org/2015/12/05/treasures-lone-dogs-winter-count/ (дата звернення: 22.10.2023)

33. McCoy K. Graphic design is not just form, it's meaning; it's a visual dialogue that demands viewer engagement. *Design Writing Research: Writing on Graphic Design* / ed. by Ellen Lupton, J. Abbott Miller. New York : Princeton Architectural Press, 1996. C. 111–116.

34. Miller I. Ancestors & Archetypes. URL: https://journals.openedition.org/terrain/16423 (дата звернення: 22.10.2023).

35. Minard C. J. *Carte figurative des pertes successives en hommes de l'armée française dans la campagne de Russie.* 1812–1813. Paris, 1869.

36. Mi proyecto del curso «Visualización de datos para proyectos editoriales. » *Domestika* URL: https://www.domestika.org/en/projects/1390084-mi-proyecto-del-curso-visualizacion-de-datos-para-proyectos-editoriales (дата звернення: 07.05.2025)

37. Norman D. A. The Design of Everyday Things. New York : Basic Books, 2013. 368 c.

38. Papanek V. Design for the Real World: Human Ecology and Social Change. New York: Pantheon Books, 1971. 272 c

39. Part II. The Royal We. URL: https://ancestorsandarchetypes.weebly.com/royal-we.html (дата звернення: 22.10.2023).

40. Peutinger Map. Roll Description. Facsimile Finder. URL: https://www.facsimilefinder.com/facsimiles/tabula-peutingeriana-facsimile (дата звернення: 22.10.2023).

41. Popova M.Visionary Maps of Time, Space, and Thought....The Marginalian. URL: https://www.themarginalian.org/2019/07/09/emma-willard/ (дата звернення: 22.10.2023)

42. Rand P. Design, Form, and Chaos. – New Haven : Yale University Press, 1993. – 224 p.

43. Rendgen S. History of Information Graphicsc. Taschen, 2019. 462 c.

44. Robertson T. Information Theory and Knowledge. Information Science Quarterly. 1999. № 3. P. 44–57.

45. Roustan M. A palace as legacy: The former French colonial museum – perspectives from the inside.

46. Schuller G. Information Design = Complexity + Interdisciplinarity + Experiment. 2007. URL: https://theworldasflatland.net/wp-content/uploads/essay-aiga.pdf (дата звернення: 10.10.2023).

47. Shannon C. E. A Mathematical Theory of Communication. *Bell System Technical Journal*. 1948. Vol. 27. C. 379–423 (липень). C. 623–656 (жовтень).
48. Society for Technical Communication. Information Designer. 2023. URL: https://www.tcbok.org/about-the-technical-communication-body-of-knowledge/careers/career-paths/information-designer/ (дата звернення: 15.05.2025).
49. The Henry Ford. Popular Topics. URL: https://www.thehenryford.org/collections-and-research/digital-resources/popular-topics (дата звереннння 2.05.2025)
50. The Future of Graphic Design Careers. Medium Design Journal. URL: https://medium.com/design-journal/the-future-of-graphic-design-careers (дата звернення: 30.03.2025)
51. Tufte E. R. *The Visual Display of Quantitative Information*. 2nd ed. Cheshire, CT : Graphics Press, 2001. 197 p.
52. Wurman R. S. *Information Architects*. New York : Graphis Press, 1997. 240 p.
53. Weber M. From Max Weber: Essays in Sociology / ed. by H. H. Gerth, C. Wright Mills. New York : Oxford University Press, 1946. C. 560.

ДОДАТОК А

Фотоілюстрації



Рисунок А1 - «Lone Dog's». 1800–1871



Рисунок А2 - Спідометр Отта Шульца. 1902

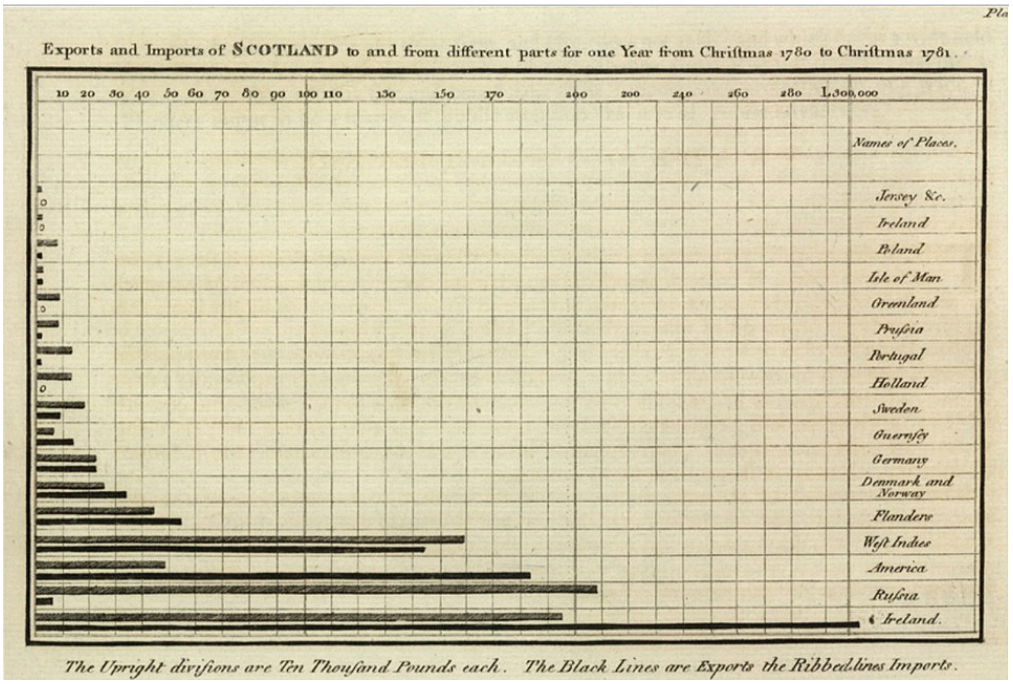


Рисунок А3 - Вільям Плейфер. Комерційно-політичний атлас. 1786



Рисунок А4 - Генеалогія Карла Великого. 1493



Рисунок А5 - Тибетські вібраційні зв’язки Міларепи. 1052–1135

ДОДАТОК Б

Інформаційний дизайн плакату

“Професій графічного дизайну”

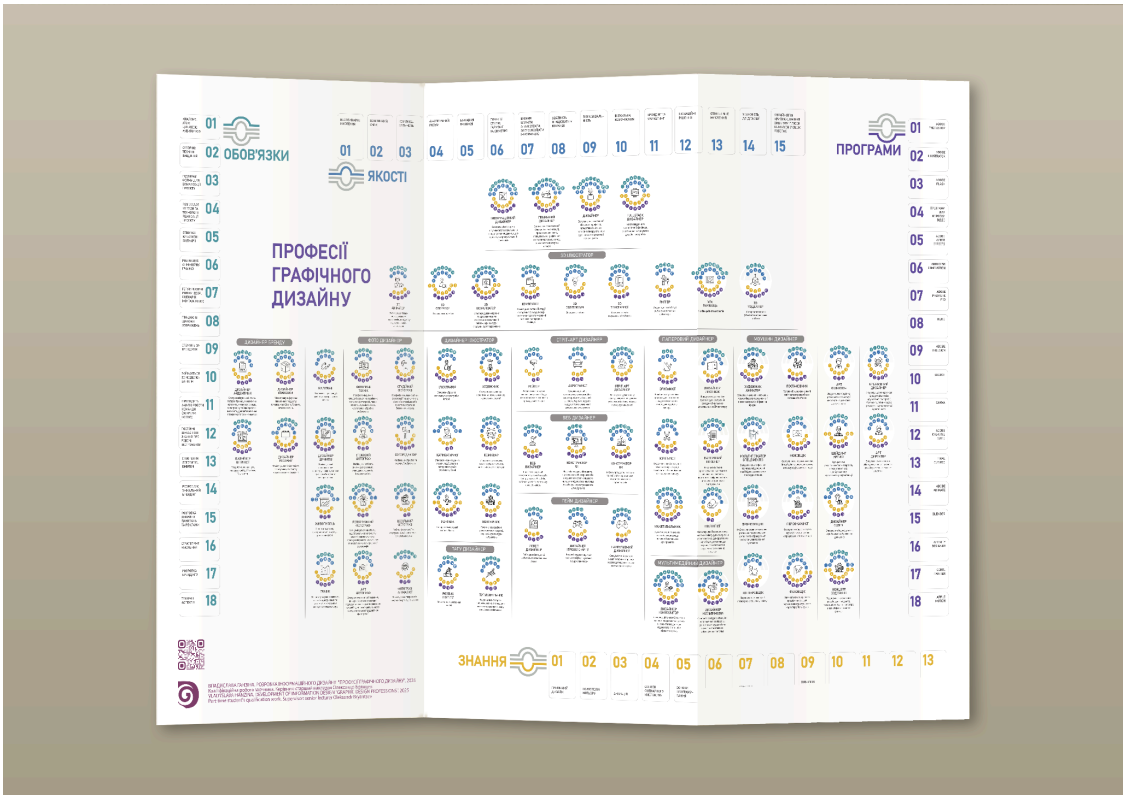


Рисунок Б1 - Макет плакату

ДОДАТОК В

Пошукові ескізи

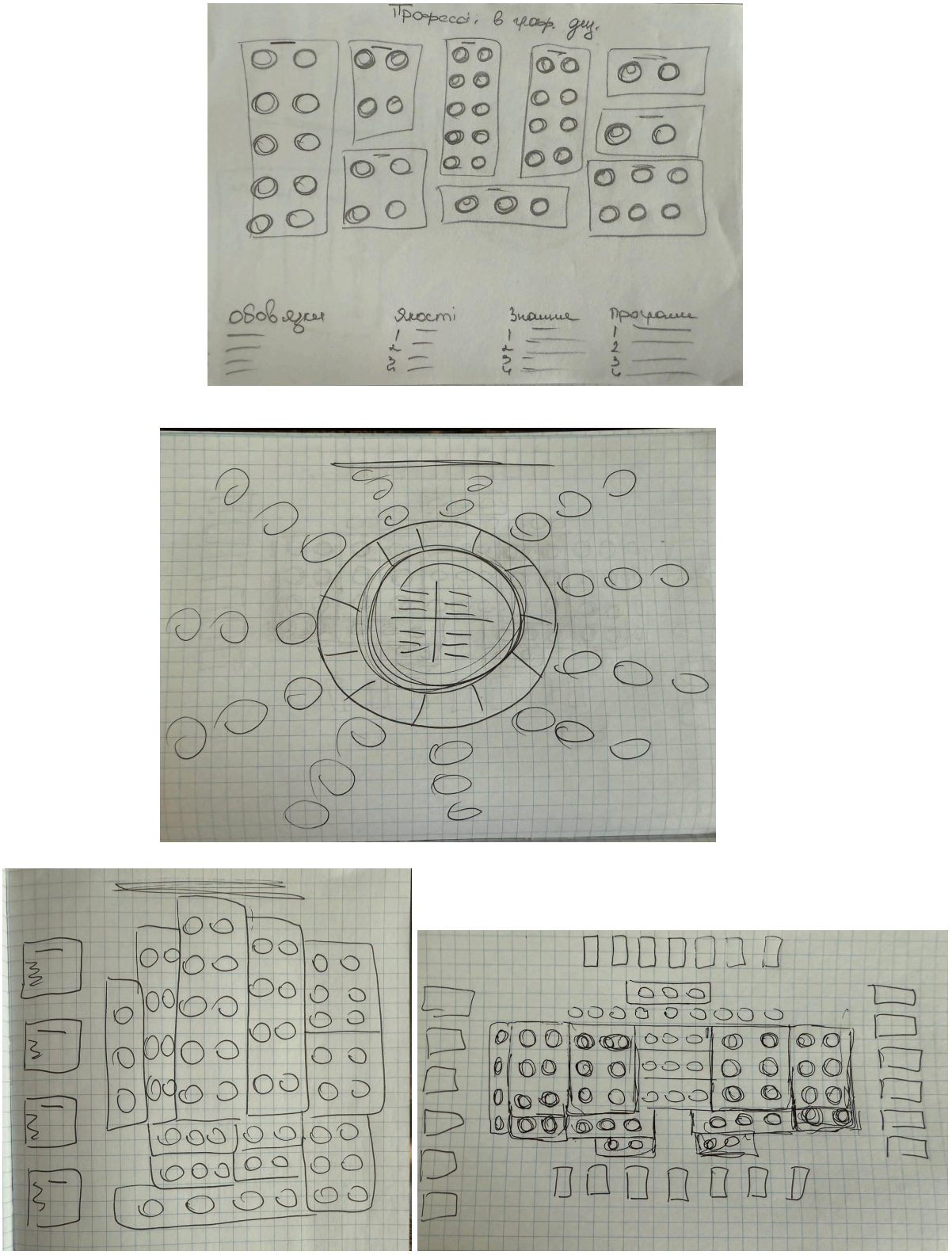


Рисунок В1 - Пошук фінального постеру