

Комунікативні моделі історичної інфографіки

Вікторія Мулкохайнен

Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

Анотація. *Мета статті* полягає в необхідності вдосконалення термінологічної бази графічного дизайну (зокрема — аспекту інфографіки); висвітлення всього спектра структурно-композиційних моделей представлення даних, що реалізуються в інфографічних повідомленнях на історичну тематику; виявлення наявності/відсутності синтезу таких моделей і медійних форматів представлення історичних фактів і подій, що унеможливають їх викривлення та спотворення. *Результати дослідження.* У дослідженні виконано аналіз наявної термінологічної бази в галузі інфографіки, доведено необхідність її вдосконалення; запропоновано визначник класифікації інфографічних звернень та здійснено систематизований огляд варіативного спектра моделей інфографіки на історичну тематику; виявлено ступені ефективності і впливовості вже наявних інфографічних моделей та спрогнозовано способи посилення довіри до інфографічних повідомлень через синтез комунікативних моделей з медійними форматами. *Наукова новизна* полягає в обґрунтуванні й упровадженні терміна «комунікативна модель інфографіки», що одразу дистанціює його змістове наповнення й трактування від жанру, медійного формату та від способів представлення інформації. *Практичне значення* реалізується в визначенні специфіки синтезу комунікативних моделей і медійних форматів, які забезпечують відкритість і вірогідність інформаційних структур і зацікавлюють широкі верстви населення в різних країнах історичними подіями та їх наслідками для всієї світової спільноти. *Висновки.* У ході дослідження виконано аналіз прикладного аспекту розробки інфографіки та термінологічного оформлення відповідних процесів, який представив нові можливості зазначеного інформаційного жанру. За допомогою нового дизайн-підходу є змога збалансувати фактологічний потік, який реалізується завдяки виваженому синтезу структурно-композиційних моделей представлення даних і медійних форматів презентації історичних фактів і подій, унеможливаючи їх викривлення чи спотворення.

Ключові слова: комунікативна модель інфографіки, історична інфографіка, медійні формати інфографіки, вірогідність інформації.

Для цитування

Мулкохайнен, В. (2024). Комунікативні моделі історичної інфографіки. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Мистецтвознавство*, 50, 169–175. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.50.2024.306806>

Вступ

Актуальність формування й суспільного поширення історичної інфографіки в сьогоденні вбачаємо в її контекстуальності до сучасних подій, оскільки розглядаємо такі проекти як ефективний засіб протидії прагненням влади росії привласнити історичні здобутки як українського народу, так і багатьох інших етносів, що наразі входять до складу рф. Отже, постає необхідність вивчити всі можливі варіанти представлення історичних подій і діячів, що приводять до визнання пріоритетно-

сті саме інфографічної форми як в навчальному, так і в загальнопросвітницькому процесі, оскільки вона сприяє неупередженому сприйняттю відповідних фактів та стимулює логічно-аналітичне мислення кожного з індивідів.

Аналіз попередніх досліджень. Інфографічний напрям у дизайні вивчало багато вітчизняних та закордонних науковців. Узагальнений огляд типів інфографіки, зокрема наявних у сучасному веб-середовищі, здійснено в дослідженнях С. Ф'ю (Few, 2004), Д. Ештон (Ashton, 2016), О. Мельник та І. Селіванова (2022), К. Томбок (Tombos, 2022),

Х. Луна-Хіхон (Luna-Gijón, 2022) та інших авторів. Сара Макгуайр (McGuire, 2023) водночас пропонує варіативний спектр шаблонів для кожного типу інфографіки та наголошує, що попри наявність вже наявних шаблонів, їх завжди можна візуально трансформувати, застосувавши варіативний спектр зображень та змінивши пропорційні або колористичні характеристики комунікативних елементів. Видання С. Маламед (Malamed, 2011) присвячено психологічним аспектам залучення уваги аудиторії й розкриває питання прискороженого сприйняття інформації через інфографіку, акцентування уваги на головних змістових складниках, візуальної конкретизації абстрактних ідей та представлення наукових даних за допомогою емоційно насиченого контенту.

Херардо Луна-Хіхон (Luna-Gijón, 2022) є однією з нечисленних авторів, котра, пропонуючи класифікацію інфографіки за навчальним, науковим і журналістським жанрами, попередила про ризики упередженого представлення інформації в інфографіці, оскільки цей вид графічного контенту значною мірою залежить від поглядів, світогляду та переконань авторів чи колективу, що його створюють. Проте авторка засвідчує й наголошує на трудомісткості процесу створення повноцінного інфографічного продукту, що забезпечує його від подальших коригувань споживачами.

Крім того, в публікації О. Мельник та І. Селіванова (2022) подано визначення ресурсів впливовості інфографіки, це ж питання висвітлювалося в статті О. Васильєвої та ін. (2023). Переваги анімованої інфографіки доведено в науковій розвідці Х. Альтхібані (Althibyani, 2022); доцільність поширення комунікативної моделі інфографіки, позначеної як «часовий ланцюг», доведено в публікації О. Вейн (Vane, 2019); необхідність утримання фокуса уваги на термінологічному апараті проектування інфографіки й потребу його постійного вдосконалення довела І. Сакун (2012). А Є. Дроздова (2017) аналізувала вітчизняні та іноземні підходи до визначення понять «інфографіка» та «візуалізація інформації». Ту саму тему попередньо вивчала Г. Цуканова (2011).

Так, у публікації О. Мельник та І. Селіванова (2022) зазначається сутнісний вплив сучасних технічних складників на сприйняття інформації в цілому і дизайн інфографіки зокрема, в якій можуть втілюватись нестандартні моделі взаємодій користувача зі змістовим контентом (с. 122). Розглядаючи умови розташування інфографіки в вебсередовищі, згадані автори наголошують на пріоритетності вибору «моделі взаємодії користувача з інфографікою, тобто, чи це буде модель «споглядання», яка являє собою статичну демон-

страцію контенту з мінімальними анімаційними ефектами, чи це буде «інтеракція» — коли користувач має можливість не тільки переглядати контент, а й взаємодіяти з ним, тобто виконувати різноманітні браузерні операції, які продукуватимуть різноманітні ефекти» (с. 126).

Крім того, у вищенаведеному дослідженні О. Мельник та І. Селіванова (2022) надано детальний виклад різноманітних типів інфографічних повідомлень, що надалі будуть позначені як комунікативні моделі. До цього переліку увійшли змішана інфографіка, інформаційний список, часовий ланцюг, інструкція, інфографіка процесу, порівняння, локалізація, резюме, анатомія, візуалізація чисел, одинична діаграма, та ієрархічна інфографіка (с. 124).

У цій же статті знаходимо посилання на працю «Оцінка досвіду викладання з використанням інфографіки як стратегії навчання» авторів С. Ігера, М. Норіга Якоб, Р. Еспіноза, котрі розглядають інфографіку як умову ефективного формування вмінь, навичок та знань серед учнів чи студентів, що дозволяє значно скоротити час їх підготовки з відповідного напрямку (цит. за: Мельник & Селіванов, 2022, с. 123).

Видання В. Д'Ефіліппо і Дж. Болла (D'Efilippo & Ball, 2013) наочно стверджує результативність представлення історичного контенту за допомогою інфографіки, оскільки його авторам практично вдалось розмістити на сторінках книжки інформацію про розвиток життя на нашій планеті від початку його зародження до сьогодення; ущільнити та синтезувати великі обсяги історичних даних, втіливши їх у чотирьох розділах: «На початку», «Цивілізації», «Будівництво націй», «Сучасний світ». У межах видання застосовано варіативний спектр типів інфографіки (всі аналізовані в нашому дослідженні комунікативні моделі). І автори, й критики цієї роботи висловлюють суголосну думку, що запропонована авторами інфографічна форма є результативною та ідеальною для суспільства, що захоплюється миттєвою інформацією.

Як бачимо, в галузі вивчення історичної інфографіки можна констатувати дефіцит уваги дослідників, хоча саме цей сектор на сьогодні є визначальним в українському інформаційному просторі.

Мета статті — дослідити класифікаційні маркери інфографічних повідомлень, виявити їхні спільні та відмінні характеристики й уніфікувати термінологічну базу; ввести до наукового обігу термін «комунікативна модель інфографіки» та висвітлити весь спектр таких моделей, що вже реалізовані в інфографічних повідомленнях на історичну тематику; також спрогнозувати тенденції

представлення вірогідних даних в інфографічних повідомленнях через синтез комунікативних моделей та медійних форматів.

Методи дослідження. Використано аналітичний, класифікаційний, зіставно-типологічний, порівняльний методи, що забезпечують об'єктивне вирішення поставлених завдань.

Результати дослідження

Насамперед переймаючись питаннями посилення ефективності представлення інформації щодо історичних подій і фактів задля унеможливлення їхнього подальшого спотворення та викривлення, маємо приділити значну увагу інфографічним повідомленням, котрі подають відібрану, структуровану й правдиву інформацію в стислій формі й потребують значних зусиль на укладання змістово-композиційної структури інформації та утримання зв'язків між усіма її рівнями. Відразу доцільно зауважити, що питання укладання й визначення типу цієї композиційно-інформаційної структури становлять царину наукового зацікавлення для значної кількості дослідників, однак допоки відсутня єдність у фаховому термінологічному апараті.

Зокрема, С. Ф'ю (Few, 2004) використовує термін «тип інфографіки», але позначає ним не самі інфографічні повідомлення, а передусім візуалізацію даних, що базується на варіативному спектрі графіків, діаграм або гістограм.

У публікаціях Д. Ештон (Ashton, 2016), О. Мельник та І. Селіванова (2022) термін «тип інфографіки» застосовано без конкретизації його семантики. Натомість у О. Васильєвої та ін. (2023) для диференціювання інфографіки застосовано поняття «основні прийоми подання», хоча терміном «прийоми» автори також позначають відмінності інформаційно-композиційної структури.

Як бачимо з наведених вище публікацій, терміни «прийоми інфографіки» та «тип інфографіки» часто вживаються як взаємозамінні. Водночас О. Мельник та В. Штець (2022) у науковій розвідці здійснили узагальнений виклад саме прийомів упорядкування інформації в цілому, виділивши в їхньому складі такі: «композиційні прийоми (використання статичної чи динамічної композиції, ритм та акцентування); художньо-образні прийоми формування ілюстративних графічних зображень (реалістичне відтворення, спрощення, стилізація, умовність зображення); технічні особливості роботи з зображеннями (дво- чи тривимірний графіка, лінійна графіка, кольоро-текстурне вирішення); стилістичні прийоми (стилізація під певний історичний стиль, авторська пластична стилізація); прийоми роботи з типографікою (гарнітура, накреслення, композиційні прийоми)» (с. 125).

Своєю чергою О. Мельник та І. Селіванов (2022) виділяють цілу низку інфографічних типів, за якими автор склав таку таблицю:

Таблиця 1

Типи інфографіки*

ЗМІШАНИЙ ТИП	ІНФОРМАЦІЙНИЙ СПИСОК	ЧАСОВИЙ ЛАНЦЮГ	ІНСТРУКЦІЯ	ПРОЦЕС	ПОРІВНЯННЯ
складається з різноманітних пов'язаних між собою таблиць та графіків, що здатні найефективніше візуалізувати великий обсяг статистичних даних	текст, що зазвичай розбивається на кілька секцій-блоків, оформлених за допомогою кольорових маркерів та наборів відповідних векторних іконок	де графічною основою є лінія, стосовно якої вибудовують інформаційні блоки, що своєю чергою мають часову прив'язку	своєрідний алгоритм, що складається з етапів з відповідними описами	покрокові дії, кожна з яких може генерувати два і більше варіанти ймовірного розвитку подій — своєрідна карта вибору рішень	дає можливість наочно зіставити конкретні об'єкти чи явища задля чіткого встановлення їхньої подібності або розбіжності
ЛОКАЛІЗАЦІЯ	ІЄРАРХІЧНИЙ ТИП	ОДИНИЧНА ДІАГРАМА	ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ЧИСЕЛ	АНАТОМІЯ	РЕЗЮМЕ
візуалізує інформацію щодо певної локації через використання мапи з відповідними позначками	організує інформацію за рівнями, що презентують градації важливості, тощо; зіставляє їх та наочно демонструє їхній взаємозв'язок	числова шкала, вздовж якої вишиковують аналітичну інформацію	числові дані, які кількісно демонструють ті чи інші величини в поєднанні з певними візуальними компонентами, що унаочнюють дану інформацію й водночас роблять її більш привабливою	візуальна метафора будови людського тіла, кожна частина якого виконує функцію своєрідної вузлової точки, до якої приєднується текстова або графічна інформація, котра застосовується для презентації певного елемента структури конкретного демонстрованого об'єкта	дозволяє візуально представити інформацію стосовно особи, яка шукає роботу, графічно репрезентуючи її як фахівця з найвигіднішого ракурсу

*Складено автором за О. Мельник та І. Селіванов (2022)

Надаючи цей типологічний ряд, автори обмежились викладом загальних характеристик кожного з типів, не конкретизуючи, в яких саме змістових формах вони можуть бути втілені. Проте в цій статті доцільно конкретизувати означені типи щодо їхньої презентації саме в інфографічних проєктах історичної тематики. Розглянемо комунікативні моделі, найбільш поширені серед історичної інфографіки.

Так, інфографіка процесу може містити карти й відтворювати результати військових баталій чи розселення етнічних груп за країнами та регіонами. За допомогою формату часового ланцюга вдається вдало презентувати хронологію історичних подій. Інформаційний список зручний для організації описів або довідкових матеріалів стосовно персон чи фактів історичного значення. Порівняння подій, засобів досягнення мети, наукового підґрунтя та технічного оснащення тощо дозволяє відстежити об'єктивні причинно-наслідкові зв'язки й побудувати стратегічні схеми певних періодів. Локалізація визначає ареал дій, що аналізуються.

Однак найбільшої уваги, вочевидь, заслуговує такий тип структурно-композиційної організації інформації, як ієрархічна інфографіка, котра надає можливості для значного й принципового оновлення комунікативних моделей представлення як історичних подій, так і особистостей, що впливали на їхній результат. Так, ієрархічна інфографіка, наприклад, здатна унаочнювати родинні зв'язки кожної з видатних історичних особистостей та надавати можливість об'єктивної оцінки сукупного впливу кожної з можновладних родин на формування або руйнування державності. Така інфографіка може бути представлена як у вигляді цілісного «генеалогічного дерева», так і окремих його «гілок».

До того ж моделі ієрархічної інфографіки припускають включення до її складної структури таких типів, як часовий ланцюг, інформаційний список, інфографіка процесу, порівняння (подій, засобів досягнення мети, наукового підґрунтя та технічного оснащення тощо), локалізації. Тобто, відкривши сайт з історичною інфографікою та вибравши там одну з історичних постатей, користувач отримує доступ до найповнішої та всебічної інформації про неї, а також може відстежити як особисті історично-політичні здобутки кожної з персоналій, так і її генеалогічні зв'язки та вплив родинних стосунків між можновладцями різних країн на перебіг історичних подій.

Припускаючи, що ієрархічна структура надання інформації може бути уподібнена до технологічно-конструктивної побудови сайту, можемо

з високим ступенем вірогідності прогнозувати, що вона буде набагато ефективнішою для засвоєння та сприйняття інформації, ніж тексти «класичних» підручників з історії. Подібна структура надасть можливість отримувати інформацію не в вузько визначеному секторі — дата, подія, особистість, а відстежити комплекс причин і зв'язків, що впливали на кожен із вирішальних моментів формування історичного процесу.

Власне, ієрархічний тип інфографіки вже виходить за межі «статичної» презентації даних й уособлює інтерактивну форму представлення інформації, за допомогою якої активний користувач зможе відкривати для себе всі рівні зв'язків між історичними подіями, що унеможливує їх спотворення та позиційно інтерпретоване трактування, орієнтовані на суцільне невігластво та упереджений виклад фактологічного матеріалу. Очевидно, що саме активне впровадження ієрархічного типу історичної інфографіки та забезпечення її інтерактивних форм у поєднанні з сучасними можливостями полілінгвістичного представлення інформації мають забезпечити суспільство від зазіхань усіх сучасних і майбутніх «геополітиків» на історичну першість і пріоритетність одних культур і народів щодо інших.

З огляду на значну диференціацію визначників у складі самого терміна «прийоми класифікації інфографіки» його узагальнене застосування є некоректним з наукового погляду. Крім того, варто наголосити також на змістовій багатомірності застосування терміна «тип інфографіки», оскільки він може бути застосованим до будь-якого структурного класифікаційного рівня. Отже, доцільною буде пропозиція позначати характерні відмінності композиційно-інформаційної структури представлення даних в інфографіці терміном «комунікативна модель», оскільки він видається достатньо лаконічним для того, щоб точно окреслити його семантичне поле, відокремивши від жанрів і прийомів, та достатньо містким для співвіднесення зі структурними та художньо-образними варіаціями подання інформації.

На користь упровадження пропонованого терміна свідчить і те, що він не суперечить чинній класифікації засобів представлення візуалізації даних (графіки, секторні й кругові діаграми та гістограми, виділені Р. Крамом (Krum, 2013)), але здатний враховувати наявність таких засобів, водночас доповнюючи їх варіативним рядом зображувальних складників, що сприяють акцентуванню уваги реципієнтів і пролонгованому закріпленню інформації в їхній свідомості.

Окрім вищезазначеного, важливо розглянути ще один визначник властивостей інфографіч-

них повідомлень, який в публікації О. Мельник та В. Штець (2022) сформульовано як медійний формат інфографіки та надано перелік відповідних форматів: статична інфографіка (найпростіший та розповсюджений формат); масштабована інфографіка (дає можливість масштабування окремих деталей); клікабельна інфографіка (містить гіперпосилання та додаткові деталі поза межами основного рисунка); анімована інфографіка; відеоінфографіка; інтерактивна інфографіка (с. 124). Отже, термін «медійний формат існування» відразу орієнтує увагу на технології створення та способи взаємодії реципієнтів зі змістом інфографічних повідомлень. Наведене поняття також має значення в контексті цього дослідження за умов ефективного представлення інфографіки на історичну тематику.

Визначення питань щодо платформи реалізації інфографіки унаочнює ті ресурси, що, крім зображення й тексту, може застосовувати інфографіка (зокрема такі, як аудіо та відео), водночас вона може бути анімованою та інтерактивною (Мельник & Селіванов, 2022, с. 125).

Питанням порівняння ефективності сприйняття статичної та анімованої інфографіки присвячено наукову розвідку Х. Альтхібані (Althibyani, 2022). В результаті досліджень рівнів впливовості на глядачів статичної та анімованої інфографіки автор доходить висновку щодо переваг анімованої інфографіки й наводить обґрунтування її кращої запам'ятовуваності. Причинами переваг анімованої інфографіки Х. Альтхібані (Althibyani, 2022) вважає синтез графіки, звуку й рухів, представлений в анімованих формах.

Погоджуючись із можливостями посиленого емоційного впливу від визначеного синтезу, водночас маємо сумніви щодо можливості подальшого якісного відтворення отриманої інформації. Натомість зрозуміло, що для закріплення та аналітичного сприйняття значних обсягів інформації, а також для індивідуального зіставлення історичних подій і їх наслідків, необхідний так званий «керований» доступ до інформації, під час якого споживач сам визначає термін часу, необхідного для її засвоєння. Очевидно, що для виявлення моделі представлення інформації, відповідній вище визначеним вимогам, необхідно ретельно ознайомитися з усіма типами інфографічних повідомлень та визначити їх релевантність.

Водночас, визнаючи потужність образного впливу саме анімованих звернень (зокрема й інфографічних), доцільно застосовувати motion-графіку як мотивувальний матеріал, що стимулює зацікавлення та заохочує до подальшого заглибленого ознайомлення. Крім того, анімовану мо-

тивувальну інфографіку варто поширювати через соціальні мережі та, можливо, розпочинати з неї тематичні заняття на освітніх платформах. Актуальність наведених пропозицій підтверджується їх суголосністю з висновками дослідників О. Васильєвої, О. Слітюк та О. Васильєва (2023, с. 53).

Висновки

У підсумку варто наголосити, що виконаний аналіз прикладного аспекту розробки інфографіки та термінологічного оформлення відповідних процесів розкриває нові можливості зазначеного інформаційного жанру, що в контексті сучасних проектних інновацій вдало вирішує низку завдань, пов'язаних не лише з презентацією даних, а й з формуванням об'єктивної, правдивої громадської думки. Графічні дизайнери отримують черговий ефективний інструмент, здатний збалансувати фактологічний потік за допомогою нового дизайн-підходу, що реалізується завдяки виваженому синтезу структурно-композиційних моделей представлення даних і медійних форматів подання історичних фактів і подій, унеможливаючи їхне викривлення чи спотворення.

Наукова новизна статті полягає в обґрунтуванні й упровадженні терміна «комунікативна модель» інфографіки, що одразу дистанціює його змістове наповнення й трактування від жанру, медійного формату та від прийомів представлення інформації, а також в аналізі перспективних форм історичної інфографіки в контексті сучасних дизайнерських тенденцій і технологій з акцентом на її громадсько-соціальному значенні, що наразі є винятково важливим в українському просторі.

Перспективи подальших досліджень полягають у продовженні вивчення потенціалу інфографіки в різноманітних галузях життєдіяльності людини з огляду на інноваційні технологічні можливості візуального дизайну.

Список посилань

- Васильєва, О., Слітюк, О., & Васильєв, О. (2023). Визначення особливостей проектування анімованої інфографіки як напрямку мультимедійного дизайну. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 68(1), 51–56. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/68-1-9>
- Дроздова, Є. (2017). Історичні етапи розвитку інфографіки як засобу графічного представлення інформації. *Науковий вісник Ізмаїльського державного гуманітарного університету. Серія: Історичні науки*, 37, 237–241.
- Мельник, О., & Селіванов, І. (2022). Особливості розробки інфографіки для веб-середовища. *Актуальні*

- питання гуманітарних наук, 50, 121–127. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/50-18>
- Мельник, О., & Штець, В. (2022). Проектно-художній інструментарій дизайну хронологічної інфографіки. *Культура і сучасність*, 1, 122–126. <https://doi.org/10.32461/2226-0285.1.2022.262583>
- Сакун, І. С. (2012). Інформаційна графіка: до питання термінології. *Теорія та практика дизайну*, 2, 113–119.
- Цуканова, Г. (2011). Історіографія і термінологія інформаційної графіки. *Світ соціальних комунікацій*, 4, 69–73.
- Althibyani, H. A. (2022). The Impact of the two infographics types in terms of presentation on developing the cognitive and performance aspects of digital graphics design skills and motivation towards them among students of educational technology at the University of Jeddah. *Journal of Arts, Literature, Humanities and Social Sciences*, 76, 132–155. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.76.2022.641>
- Ashton, D. (2016, May 3). *9 types of infographics that get shared*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/9-types-infographics-get-shared-danny-ashton> [in English].
- D'Efliippo, V., & Ball, J. (2013). *The infographic history of the world*. Firefly Books [in English].
- Few, S. (2004). *Eenie, Meenie, Minie, Moe: Selecting the right graph for your message*. Perceptual Edge. https://www.perceptualedge.com/articles/ie/the_right_graph.pdf [in English].
- Krum, R. (2013). *Cool infographics: Effective communication with data visualization and design*. Wiley [in English].
- Luna-Gijón, G. (2022). Clasificación de la infografía y de la visualización de contenidos informativos desde la teoría y práctica del diseño de información. *Zincografía*, 6(12), 51–77. <https://doi.org/10.32870/zcr.v6i12.155> [in Spanish].
- Malamed, C. (2011). *Visual language for designers: Principles for creating graphics that people understand*. Rockport Publishers [in English].
- McGuire, S. (2023, March 8). What are the 9 types of infographics? *Vennage*. <https://venngage.com/blog/9-types-of-infographic-template/> [in English].
- Melnyk, O., & Selivanov, I. (2022). Osoblyvosti rozrobky infografiky dlia veb-seredovyscha [Peculiarities infographic development for website]. *Humanities Science Current Issues*, 50, 121–127. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/50-18> [in Ukrainian].
- Melnyk, O., & Shtets, V. (2022). Proiektno-khudozhnii instrumentarii dyzainu khronolohichnoi infografiky [Artistic and project tools in the chronological infographics design]. *Culture and Contemporaneity*, 1, 122–126. <https://doi.org/10.32461/2226-0285.1.2022.262583> [in Ukrainian].
- Sakun, I. S. (2012). Informatsiina hrafika: Do pytannia terminolohii [Information graphics: To the question of terminology]. *Theory and Practice of Design*, 2, 113–119 [in Ukrainian].
- Tomboc, K. (2022, April 21). How to make infographic posters (Templates and ideas included). *Piktochart*. <https://piktochart.com/blog/infographic-posters/#what> [in English].
- Tsukanova, H. (2011). Istoriohrafia i terminolohiia informatsiinoi hrafiky [Historiography and terminology

- of information graphics]. *Svit sotsialnykh komunikatsii*, 4, 69–73 [in Ukrainian].
- Vane, O. (2019). *Timeline design for visualising cultural heritage data* [PhD Thesis, Royal College of Art] [in English].
- Vasylieva, O., Slitiuk, O., & Vasyliiev, O. (2023). Vyznachennia osoblyvosti proektuvannia animovanoi infohrafiky yak napriamku multymediinoho dyzainu [Determining the features of designing animated infographics as a direction of multimedia design]. *Humanities Science Current Issues*, 68(1), 51–56. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/68-1-9> [in Ukrainian].

Communicative Models of Historical Infographics

Viktoriiia Mulkokhainen

Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

Abstract. *The aim of the article* grounds in the necessity to improve the terminological base of graphic design (in particular, the aspect of infographics); to highlight the entire spectrum of structural and compositional models of data presentation implemented in infographic messages on historical themes; to define the synthesis presence/absence of such models and media formats of presenting historical facts and events, which enable their deformation and distortion. *Results.* The study analyses the existing terminological base in the infographics sphere, proves the need for its improvement; offers a determinant for classifying infographic references, and makes a systematic overview of the variable spectrum of infographic models on historical topics; reveals the degrees of effectiveness and influence of existing infographic models, as well as calculates the ways of increasing trust in infographic messages through the synthesis of communicative models with media formats. *The scientific novelty* consists in grounding and implementing the term "communicative model of infographics", which immediately distances its content and interpretation from the genre, media format, and information presentation means. The practical significance is realised in determining the specifics of the synthesis in communicative models and media formats, which ensure the openness and reliability of information structures, and interest broad population segments of different countries in historical events, and their consequences for the entire world community. *Conclusions.* In the course of the study, an analysis of the applied aspect of the infographics elaboration and the terminological design of the relevant processes, presenting new possibilities of the mentioned information genre is performed. With the help of a new design approach, it becomes possible to balance the factual flow, which is realised due to a definite synthesis of structural and compositional models of data presentation, and media formats of picturing historical facts and events, making it impossible to deformate or distort them.

Keywords: communicative model of infographics; historical infographics; media formats of infographics; information probability

Відомості про автора

Вікторія Мулкохайнен, кандидат мистецтвознавства, доцент, Київський університет культури, Київ, Україна, ORCID iD: 0000-0002-3455-6942, e-mail: viktoriya0308@ukr.net

Information about the author

Viktoriiia Mulkokhainen, PhD in Art Studies, Associate Professor, Kyiv University of Culture, Kyiv, Ukraine, ORCID iD: 0000-0002-3455-6942, e-mail: viktoriya0308@ukr.net

