

Мороз Анатолій Володимирович,

аспірант кафедри графічного дизайну

Київського національного університету культури і мистецтв

ORCID ID: 0009-0001-6272-7374

forum33@gmail.com

МІЖДИСЦИПЛІНАРНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ВПЛИВОВІСТІ ІНФОГРАФІЧНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ НА ПРОЦЕСИ ВІДНОВЛЕННЯ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИХ ОСЕРЕДКІВ

У статті розглядається впливовість інфографічних повідомлень, як одного з ключових інструментів відновлення культурно-мистецьких осередків у сучасному суспільстві. Особливу увагу приділено міждисциплінарному підходу, який дозволяє інтегрувати культурологічні, мистецтвознавчі, урбаністичні, соціологічні та інформаційно-технологічні перспективи. Інфографічні повідомлення аналізуються не лише як форма естетичного впливу, а й як механізм конструювання колективної пам'яті, репрезентації ідентичності громади та зміцнення соціальної взаємодії. Показано, що в умовах післявоєнної трансформації українських міст та селищ, де відновлення культурно-мистецьких осередків стає важливим фактором формування стійких соціальних структур, візуальні звернення, що втілюються у варіативний спектр морфологічних форм, в тому числі і в інфографічні комунікативні моделі, виконують функції не лише художньої репрезентації, а й інструментів діалогу між громадами. Візуальна мова в цьому контексті постає як універсальний канал комунікації, що здатний поєднувати історичний досвід, травматичні наративи та перспективні стратегії розвитку. Практичний вимір дослідження полягає в аналізі конкретних кейсів: локальних мистецьких ініціатив, спрямованих на ревіталізацію занедбаних культурно-мистецьких осередків, та міжнародних прикладів використання візуальної комунікації в цілому та інфографіки зокрема, для підсилення брендингу територій та популяризації культурної спадщини. Результати демонструють, що міждисциплінарний аналіз дозволяє виявити універсальні механізми впливу візуальних комунікацій на процеси відновлення, серед яких формування спільної ідентичності, залучення громадян до культурних практик, підвищення туристичної привабливості та розвиток креативних індустрій.

Ключові слова: візуальні комунікації, міждисциплінарний підхід, культурно-мистецькі осередки, ревіталізація, колективна пам'ять, культурна ідентичність, урбаністичні трансформації.

Moroz Anatoliy. INTERDISCIPLINARY APPROACHES TO STUDYING THE INFLUENCE OF INFOGRAPHIC MESSAGES ON THE PROCESSES OF RESTORING CULTURAL AND ARTISTIC CENTERS

The article examines the influence of infographic messages as one of the key tools for restoring cultural and artistic centers in modern society. Particular attention is paid to an interdisciplinary approach that allows for the integration of cultural, art, urban, sociological, and information technology perspectives. Infographic messages are analyzed not only as a form of aesthetic influence, but also as a mechanism for constructing collective memory, representing community identity, and strengthening social interaction. It is shown that in the context of the post-war transformation of Ukrainian cities and towns, where the restoration of cultural and artistic centers is becoming an important factor in the formation of stable social structures, visual appeals, embodied in a variable spectrum of morphological forms, including infographic communication models, serve not only as artistic representations but also as tools for dialogue between communities. In this context, visual language emerges as a universal channel of communication capable of combining historical experience, traumatic narratives, and promising development strategies.

The practical dimension of the study consists of analyzing specific cases: local artistic initiatives aimed at revitalizing neglected cultural and artistic centers, and international examples of the use of visual communication in general and infographics in particular to strengthen the branding of territories and promote cultural heritage. The results demonstrate that interdisciplinary analysis allows us to identify universal mechanisms of influence of visual communications on restoration processes, including the formation of a common identity, the involvement

of citizens in cultural practices, the enhancement of tourist attractiveness, and the development of creative industries.

Key words: *visual communications, interdisciplinary approach, cultural and artistic centers, revitalization, collective memory, cultural identity, urban transformations.*

Вступ. Сучасні процеси відновлення культурно-мистецьких осередків відбуваються в умовах глибоких соціальних трансформацій, спричинених війною, глобалізаційними змінами та урбаністичними викликами. У такому контексті особливу актуальність набувають візуальні комунікації, що функціонують не лише як інструмент естетичного впливу чи медіа-посередництва, а й як дієвий фактор формування спільної пам'яті, локальної ідентичності та соціальної згуртованості. Візуальні образи – від плакатних проєктів та муралів до цифрових медіа й музейних експозицій – стають каналами передачі культурних смислів та механізмами конструювання нових наративів у міських та регіональних просторах. Окрему роль у цьому контексті відіграє інфографіка, яка поєднує в собі художні, комунікаційні та аналітичні компоненти, забезпечуючи доступність складних даних для широкої аудиторії. Її застосування у візуальних стратегіях культурної ревіталізації дозволяє об'єднувати науковий, мистецький та соціальний виміри. Незважаючи на очевидну синергетичну взаємодію образної та аналітичної візуальних складових інфографіки, її впливовість у процесах ревіталізації культурно-мистецьких осередків допоки розглядається фрагментарно і в межах окремих дисциплін: мистецтвознавства, соціології, комунікативістики чи урбаністики. Такий підхід не враховує комплексності сучасних культурних процесів, де перетинаються соціальні практики, креативні індустрії, технологічні інновації та локальні ініціативи громад. Саме тому виникає потреба у міждисциплінарному аналізі, що дозволяє інтегрувати варіативні методологічні підходи для глибшого розуміння того, як візуальні комунікації впливають на відновлення культурно-мистецьких осередків, активізують громади та підсилюють сталість культурних процесів.

Метою дослідження є виявлення специфіки міждисциплінарних підходів до

вивчення впливовості інфографічних повідомлень на процеси культурної ревіталізації та окреслення теоретичних основ для визначення можливостей застосування інфографіки як стратегічного ресурсу відновлення культурно-мистецьких осередків.

Аналіз попередніх досліджень. Сучасні дослідження впливовості візуальних комунікацій у процесах культурної ревіталізації демонструють розмаїття міждисциплінарних підходів, що інтегрують культурологічні, мистецтвознавчі, соціальні та інформаційно-технологічні виміри. У працях І. Рижової та ін. [1, с. 65–78] візуальні комунікації розглядаються як дієвий соціокультурний інструмент формування колективної свідомості, а у дослідженнях Ж. Денисюк [2, с. 64–70] та В. Добровольської [3, с. 30] акцентовано на трансформації музейних і архівних практик у цифрову добу, що сприяє розширенню комунікативних форматів збереження культурної спадщини. У публікаціях О. Яворського та ін. [4, с. 300–303] розкривається семіотика візуальної мови українських мистецьких просторів, тоді як М. Мітін [5] аналізує етнокультурний вимір візуальної комунікації в музейному дизайні. Водночас дослідження К. Мазуренко [6, с. 47–49] та С. Дичковського [7, с. 12–16] підкреслюють взаємозв'язок між культурною ідентичністю та цифровими технологіями, де інфографіка та мультимедійні формати постають ключовими засобами інтеграції спільнот у культурні процеси. М. Кулиняк [8, с. 218–227] і Т. Горбул [9, с. 212–218] наголошують на феномені цифрової культурної спадщини як чинника розвитку цифрової культури, що створює умови для міжінституційної співпраці у сфері збереження й популяризації культурних надбань.

Питання візуальної репрезентації простору у контексті урбаністичної ревіталізації досліджено у працях М. Лубинської [10] та Ю. Шеменьової [11], які демонструють,

що мурали й стріт-арт стали засобом відновлення міської ідентичності. Європейський досвід ревіталізації через мистецькі втручання описано у роботах Н. Кабіш [12], тоді як О. Жукова [13, с. 105–113] вказує на роль реконструйованих архітектурних об'єктів як культурних хабів. У публікаціях О. Пушонкової та С. П'янзіна [14, с. 304–311] простежено, як візуальні наративи війни формують культуру пам'яті, а дослідження К. Майнеке [15] висвітлюють проблеми і виклики, пов'язані з репрезентацією культурної спадщини та значенні партисипативного проектування у процесах її відновлення.

С. Боняр, І. Тарновська та В. Власова [16, с. 17–22] описують зін-культуру як інструмент локальної самоідентифікації. Водночас В. Мулкохайнен [17, с. 169–175] та О. Мельник і І. Селіванов [18, с. 121–127] аналізують інфографіку як нову комунікативну модель, що поєднує логічну структуру та емоційну виразність у відтворенні культурних смислів. Дотичні проблеми формування мови візуальних образів та комунікативних практик у контексті культурної та мистецької спадщини України розглянуто в публікаціях М. Яковлев та ін. [19].

У роботах О. Крупи [20] та W. Liu і співавт. [21] підкреслено потенціал цифрових і AR/VR-технологій для розбудови інтерактивних культурних платформ.

Результати дослідження. Спираючись на висновки І. Рижової та ін. [1, с. 65–78] отримуємо можливість розглядати візуальні комунікацію не тільки як засоби передачі образів, а комплексну систему, що включає семіотику, культурний контент, соціальну взаємодію, психологічну сприйнятливості та естетику. Така інтеграція створює підґрунтя для міждисциплінарного аналізу, особливо у контексті відновлення культурно-мистецьких осередків, де відзначається необхідність врахування історичних, соціальних, технологічних та візуальних факторів. Вивчення візуальних комунікацій, як інструменту відновлення культурно-мистецьких осередків ґрунтується на інтеграції різних галузей знань, що дозволяє комплексно осмислити впливовість візуальних звернень

на процеси відновлення культурно-мистецьких осередків.

Культурологія та мистецтвознавство дають підґрунтя для реконструкції локальної ідентичності через візуальні образи. В дослідженнях науковців цих галузей простежується значення мистецьких практик у культурній репрезентації, що підкреслює важливість збереження автентичних візуальних кодів у локальних спільнотах. Зокрема, у дослідженнях Т. Горбул [9, с. 212–128] візуальні стратегії розглядаються як інструмент формування національного мистецького наративу, що впливає на відновлення та переосмислення культурних просторів. Необхідність внесення змін у форми репрезентації музейних колекцій знаходить відображення в публікаціях, Ж. Денисюк [2, с. 64–70], де автор звертає увагу на необхідність оновлення музейних форматів, що відпер мають виходити у міський простір і створювати інтерактивні майданчики для комунікації. Ця думка корелюється з дослідженнями О. Мельник та І. Селіванова [18], що доводять необхідність і неминучість збільшення трансляції інформації через інтернет-середовище, водночас підіймаючи цілу низку актуальних питань, пов'язаних з такою формою трансляції. До числа найбільш проблемних питань автори відносять:

- скорочення середнього часу концен-трації уваги реципієнтів та збільшення обсягу інформації з якими людина щоденно стикається;
- ускладнення процесів засвоєння та усвідомлення інформації, що потребують її ущільнення та обґрунтованості засобів кодування;
- проблему правильного декодування інформації, та уникнення хибних висновків на підставі власних міркувань реципієнтів;
- проблему визначення стійких логічних взаємозв'язків між всіма складниками інформаційних повідомлень, що реалізуються у вигляді інфографіки.
- проблему кінцевого впровадження інфографічного матеріалу в контексті веб-середовища [18].

Отже, спираючись на висновки щодо неминучості збільшення обсягів трансляції інформації саме через інтернет-середовище, маємо необхідність більш прискіпливо розглянути морфологічні форми і умови її репрезентації, в контексті відновлення культурно-мистецьких осередків.

Дослідження О. Яворського та ін. [4, с. 300–303) доводять, що візуальна мова культурних просторів визначає характер ідентичності будь-якого середовища та формує новий дизайн публічних комунікацій. Отже, зважаючи на висновки науковців, викладені вище, констатуємо, що в основу візуальних звернень, мають бути покладені ті форми, що вирішують вище зазначені проблеми. А відтак, найбільш дієвими формами є саме інфографіка. Підтвердження наведеному висновку знаходимо у публікації В. Мулкохайнен [17]. Автор праці поділяє позицію, що саме інфографічні повідомлення здатні ефективно ущільнювати інформацію, водночас реалізуючи її у вигляді диференційованих комунікативних моделей, що сприяють вирішенню означених проблем.

Соціологія та антропологія дозволяють виявити глибинні механізми взаємодії громади з візуальними практиками. Так, А. Мітін [5, с. 45–52] показує, що унаочнення етнічної та культурної ідентичності через репрезентацію музейних колекцій і їх представлення у сучасних форматах комунікації (насамперед в інтернет-середовищі), є не лише актом збереження спадщини, але й процесом соціальної консолідації. У цьому ж контексті К. Мазуренко [6, с. 47–49] акцентує на культурних трансформаціях, що виникають у результаті інформаційної взаємодії та візуальної присутності у масовій комунікації. Проте, ці трансформації також потребують синтезу лаконічності та образності, що, на нашу думку, може бути ефективним переважно втілюючись у форми інфографіки.

Інформаційні технології та дизайн, в свою чергу, пропагують та обстоюють ефективність нових інструментів візуальних комунікацій. С. Дичковський [7] в своїй монографії наголошує на ролі цифрової культурної спадщини та її інтеграції

у міждисциплінарні проєкти. Зарубіжні дослідники Liu, W., Lee, K. та ін. [21] також підкреслюють значення інноваційних методів, аналізують трансдисциплінарні стратегії у візуальному дизайні, що охоплюють цифрові платформи та інноваційні інструменти. Однак, вкотре зауважимо, що використання інноваційних каналів комунікації повинно інтегруватись з тими морфологічними форматами представлення інформації, що подають її в ущільненому та концентрованому вигляді. Вважаємо, що всім цим комплексним вимогам найбільше відповідають інфографічні звернення.

Міждисциплінарний підхід дає змогу поєднати культурологічний, урбаністичний, соціологічний та технологічний підходи та здійснити комплексний аналіз, що забезпечує інтегроване розуміння ролі візуальних комунікацій у відновленні культурно-мистецьких осередків і формуванні стійких практик взаємодії громади з культурним простором. За висновками М. Яковлев та ін. [19, с. 96–105], візуальні комунікації виконують ключову роль у процесах ревіталізації культурно-мистецьких осередків, адже саме вони стають медіатором між спільнотою, культурною інституцією та зовнішніми партнерами. Формування спільної пам'яті та наративів громади через візуальні образи здійснюється за рахунок відтворення культурних кодів та символів, що відображають етнічну та культурну ідентичність, сприяючи консолідації громади. Вкотре зауважимо, що такі коди і символи можуть бути інтегровані яку форми плакатів, так і в широкий спектр диференційованих комунікативних моделей інфографіки. Подібну тенденцію до синергічного формування візуальних комунікацій, підкреслює і Ж. Денисюк [2, с. 64–70], наголошуючи, що цифрові формати музейної комунікації створюють простір для колективної пам'яті, який поєднує індивідуальні та соціальні інтерпретації образів.

Звідси маємо можливість стверджувати, що підсилення туристичного та культурного потенціалу культурно-мистецьких осередків може бути реалізоване, насамперед через туристичну інфографіку, що є синергічною

формою поєднання айдентики історичних та сучасних культурних закладів та заходів з їх навігаційними системами, а відтак може розглядатись як важливий фактор розвитку культурно-мистецьких осередків. Аналіз сучасних практик вказує, що саме інфографічні проєкти можуть втілюватись у числений спектр варіативних морфологічних форм: від візуальних путівників і авторських знівів з відтворенням емоційних складників, до візуальних постерів з діаграмами та гістограмами, що дозволяють унаочнити великі обсяги фактологічних даних, що у своїй сукупності здатні формувати позитивний імідж культурних інституцій та підвищувати їх конкурентоспроможність у туристичній царині. Дослідження локальних культурних трансформацій підтверджують, що синтез візуальної айдентики з інфографікою є фактором посилення соціокультурної привабливості територій, сприяючи їхній впізнаваності та залученню аудиторій.

Візуальна комунікація у формах інфографіки дедалі більше є інструментом взаємодії громади, культурних інституцій та донорів у міждисциплінарній перспективі. Мистецькі звернення, підтримані і унаочнені логічними викладами, розглядаються як важливий елемент формування культурної дипломатії та репрезентації спільнот назовні. Цифрова культурна спадщина в поєднанні з інформаційними технологіями створює нові платформи для співпраці між громадою, владними структурами та міжнародними партнерами, забезпечуючи доступність культурних ресурсів та підтримку ревіталізаційних процесів.

У науковому дискурсі наголошується на значущості міждисциплінарного підходу, що поєднує дизайн, комунікаційні технології та культурологічні аспекти. Як зазначає В. Добровольська [3, с. 30], цифрова культурна спадщина є результатом синтезу цих напрямів, адже її збереження та популяризація потребують інтеграції знань із галузей інформаційних технологій, архівної справи та мистецтва. Застосування інтерактивних середовищ, зокрема AR/VR-технологій, розглядається як засіб активізації діалогу між культурними інституціями, донорами та громадами, що дозволяє створювати інноваційні

культурні практики та підтримувати зацікавленість ними спільнот, навіть в умовах тимчасового обмеженого доступу до самих культурно-мистецьких осередків.

Впливовість візуальних комунікацій на процеси ревіталізації полягає в їхній здатності формувати спільну пам'ять громади, підсилювати культурний та туристичний потенціал територій, а також виступати дієвим інструментом міжінституційної та міжнародної взаємодії. За свідченням О. Пушонкової та С. П'янзіна [14, с. 304–311], після початку повномасштабної війни в Україні (2022) візуальні практики стали одним із центральних способів як документувати руйнування, так водночас інструментами відновлення соціальної тканини місцевих громад. Однією з найпомітніших форм є мурали, які не лише меморіалізують події й конкретних людей (воїнів, волонтерів, символів спротиву), а й перетворюють локальні руйнації на місця публічного вшанування, діалогу та туризму. Такі мурали часто з'являються за ініціативи громад, художніх платформ і інколи за підтримки державних чи благодійних фондів; вони функціонують як візуальні наративи, що кодують спільну пам'ять та сприяють відновленню символічного простору. Проте, в разі обмеження доступу до таких об'єктів, їх представлення може бути втілено у формі туристичної інфографіки, реалізованої, як в друкованих, так і в цифрових форматах.

За висновками О. Жукової [13, с. 105–113] зростає роль *локальних виставкових просторів*, які реорганізуються або з'являються в оновлених (іноді – реконструйованих) архітектурних об'єктах: прикладом є перепрофілювання радянських експо-павільйонів чи індустріальних споруд у культурні хаби – такі трансформації поєднують збереження матеріальної спадщини з новими програмними функціями для громади. Ці простори стають центрами виставок, воркшопів, кіно-та лекційних програм, водночас виконуючи практичну роль бомбосховищ або пунктів гуманітарної координації в умовах воєнного часу, що додає їм особливого соціального статусу. Зважаючи на роззосередженість таких просторів і заходів, що проводяться на їх

локаціях в різні часові терміни, дієвою формою ущільнено викладу як їх розташування, так і нагадування про терміни проведення і змістове наповнення заходів, вкотре виявляються саме інфографічні повідомлення.

Не менш цікавою формою емоційного кодування і фіксації значущості культурно-мистецьких осередків є *зіни* та локальні архівні ініціативи. За свідченням С. Боняр, І. Тарновської та В. Власової [16, с. 17–22], *зіни* слугують оперативною формою документування пережитого, особистих візуальних свідчень, їх використовують як «маленькі архіви пам'яті», що легко поширюються в громадах та між ними (включно з українською діаспорою). Приклади організованих *зінів-воркшопів* і бібліотечних ініціатив демонструють, як друковані та цифрові *зіни* стають інструментом індивідуальної та колективної репрезентації. Крім того, культурні інститути й проєкти (напр., ініціативи зі збору візуальних свідчень руйнувань, проєкти «Postcards from Ukraine», доку-лабораторії) поєднують експертизу кураторів, архівістів та активістів, створюючи платформи для збереження й інтерпретації матеріалів війни як частини культурної пам'яті. Маємо доповнити, що *зіни* також можуть містити інфографічні повідомлення, репрезентуючи індивідуальні враження кожного з їх авторів.

Особливої уваги заслуговують ті інфографічні повідомлення, що природно здатні синтезувати образний вплив та логічно-комерційну складові в одному візуальному зверненні. Попри те, що потенціал інфографіки для відновлення культурно-мистецьких осередків наразі є найменш дослідженим, заслуговують на увагу окремі свідчення науковців, як-то О. Крупи [20], що дозволяють робити припущення щодо ефективності реалізації і поширення саме інфографічних звернень, як засобів залучення інвесторів і посилення згуртованості громад культурно-мистецьких осередків.

У Європі та Північній Америці застосування візуального мистецтва в ревіталізації міст має набагато давнішу традицію, порівняно з аналогічним досвідом України. Цей висновок підтверджено результатами

дисертаційного дослідження Ю. Шеменкової [11]. Але останні роки демонструють інтенсифікацію практик із проактивним залученням громад та міжсекторних партнерств. Міські фестивалі муралів, програми «public art» та проєкти з креативної регенерації, що супроводжуються візуальним контентом, показали, що системно сплановані художні інтервенції можуть підвищувати привабливість культурно-мистецьких осередків, стимулювати малий бізнес і збільшувати туристичний трафік, що важливо для економічного відродження після кризи. Дослідження європейських кейсів, здійснені N. Kabisch [12], підкреслюють, що успішні проєкти інтегрують соціальну участь та мають довгострокові стратегії догляду й менеджменту. В дисертації М. Лубинської [10] знаходимо відомості, що візуальні комунікації – разом із культурними програмами (резиденціями, програмами мистецької підтримки) – можуть стати каталізатором репутаційного відродження району та залучення інвестицій у креативну інфраструктуру. Дослідження також вказують на прямий зв'язок між візуальними комунікаціями та соціальною капіталізацією простору (зростання довіри, волонтерської активності, співпраці між місцевими інституціями). Аналіз практик підтверджує, що саме інфографічні формати демонструють найвищий потенціал у процесах культурної комунікації, оскільки поєднують точність візуальної аналітики з естетикою дизайну. За свідченням К. Майнеке [15], європейських кейсах інфографіка використовується для візуалізації процесів ревіталізації, моніторингу залучення громади та формування «візуальної звітності» перед донорами. В українському контексті цей підхід тільки починає впроваджуватися, проте він здатний забезпечити прозорість і сталість культурних ініціатив.

У публікаціях Т. Горбула [9, с. 212–218] та М. Кулиняка [8, с. 218–227] знаходимо свідчення, що міжнародні ініціативи часто використовують платформенний підхід, в якому інтегруються кураторські програми, цифрові архіви, мобільні застосунки для віртуальних турів (AR) та партнерства з туристичними агенціями. Це дозволяє масштабувати

локальні наративи та робити їх доступними для міжнародної аудиторії, що особливо важливо в умовах, коли фізичний доступ до певних місць обмежений.

Порівняльний аналіз українських і західних практик дозволяє виокремити кілька універсальних механізмів, що забезпечують ефективність візуальних комунікацій у процесах ревіталізації:

1. *Інклюзивність процесу*: успішні проекти – як у Європі, так і в Україні – залучають мешканців на ранніх стадіях (ідентифікація тем, спільні воркшопи, співкураторство). Це забезпечує легітимацію візуального наративу та підвищує його резонанс у громаді.

2. *Мультиформатність репрезентації*: комбінація муралів, виставок, зінів, інфографічних звернень та цифрових архівів і перформативних заходів створює багатошарову «пам'ять-мережу», де різні формати взаємно підсилюють сприйняття та зберігання інформації. Синтез форм зінів та інфографіки демонструють цю синергію.

3. *Поєднання локального й глобального*: локальні візуальні наративи, підтримані міжнародними виставками й платформами, посилюють видимість і допомагають залучати донорів, туристів і партнерів. Приклади українських проектів у міжнародних виставкових програмах підтверджують цю динаміку.

4. *Технологічні інструменти як множник впливу*: AR/VR, інтерактивні мапи, цифрові путівники й архіви та соціальні мережі збільшують доступність контенту та його емоційний вплив; водночас вони дають змогу документувати й зберігати матеріали у форматах, стійких до фізичного руйнування.

5. *Довгостроковий менеджмент і фінансова модель*: критичним фактором тривалого існування культурно-мистецьких осередків є наявність плану довгострокового обслуговування, механізмів фінансування (державні гранти, донори, локальні бізнес-партнерства) та відповідального менеджменту проектів. Багато програм у Європі вбудовують у стартові проекти бюджетні статті на подальший догляд і актуалізацію, що знижує ризик

втрати ефекту після завершення початкової хвили інтересу.

Висновки. Комплексний аналіз теоретичних засад, міждисциплінарних підходів та практичних кейсів показує, що візуальні комунікації в цілому та інфографічні звернення зокрема, виступають не лише інструментом репрезентації культурної спадщини, але й активним чинником трансформації соціокультурного середовища. Їхня роль у процесах ревіталізації полягає у формуванні колективної пам'яті, створенні нових наративів та посиленні культурної ідентичності, а також у зміцненні комунікації між громадою, інституціями та міжнародними партнерами. Досвід українських ініціатив доводить, що навіть у кризових умовах мистецькі практики, медіа-арт і локальні простори, підтримані візуальним супроводом, здатні стати ресурсом відновлення і мобілізації громади. А найбільш впливовими формами візуального супроводу вважаємо синтез інфографічних проєктів з плакатами та зінами, оскільки вони здатні ефективно комунікувати та залучати широке коло реципієнтів насамперед у інтернет-середовищі. Особливо перспективним напрямом подальших досліджень є розроблення моделей інфографічного супроводу процесів культурної ревіталізації, що здатні поєднати аналітичні дані, культурну семіотику та емоційну виразність. Інфографіка виступає не лише інструментом презентації інформації, а й механізмом залучення громади до осмислення культурних процесів, формування спільної пам'яті та розбудови брендингового потенціалу територій. Міжнародний контекст засвідчує, що універсальними механізмами візуальних комунікацій є поєднання традиційних символічних кодів із цифровими технологіями, інтеграція мистецтва у міський простір та акцент на співучасті громади у творенні культурного середовища. Водночас важливим зауваженням є потреба у збереженні балансу між глобальними трендами та локальною автентичністю, а також необхідність критичного підходу до використання візуальних стратегій, аби уникнути поверхового брендингу та забезпечити сталий культурний розвиток.

Література:

1. Ригова І., Антипенко Є., Северін К., Єншуєва Т., Бобровський І. Соціально-культурна роль візуальних комунікацій у графічному дизайні та рекламі. *Humanities Studies*. 2024. Вип. 18 (95). С. 65–78. DOI: <https://doi.org/10.32782/hst-2024-18-95-07>.
2. Денисюк Ж. З. Музейна комунікація в умовах цифровізації. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2021. № 3. С. 64–70. DOI: [10.32461/2409-9805.3.2021.244718](https://doi.org/10.32461/2409-9805.3.2021.244718).
3. Добровольська В. В. *Цифрова культурна спадщина : робоча програма навчальної дисципліни, спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»*. Київ : НАКККіМ, 2022. 30 с.
4. Яворський О., Чернявський Т., Шинкарьов В., Акінчина А. Візуальна мова українських культурних та мистецьких просторів. В: *Актуальні проблеми сучасного дизайну : зб. матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції (у 2 т., Т. 1)*. Київ : КНУТД, 2022. С. 300–303. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/21031>.
5. Мітін М. В. Проектування візуальної комунікації етнічного музею культур та традицій «Ясниця» на основі дослідження регіональних етно-естетичних принципів: магістерська робота. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. URL: https://dspace.znu.edu.ua/handle/123456789/ПЗ_Мітін.
6. Мазуренко К. І. *Мала культурна столиця як комунікативний простір : магістерська робота*. Київ : Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2021. URL: <https://surl.luhztslj>.
7. Дичковський С. І. *Глобальні трансформації туристичних практик і технологій в контексті становлення цифрового суспільства (Digital society) : монографія*. Київ : Ліра-К, 2020. URL: <https://knushop.com.ua/image/catalog/lira20230617/pdf/12811.pdf>.
8. Кулиняк М. А. Цифрова культурна спадщина як феномен цифрової культури. *Культурологічний альманах*. 2022. Вип. 3. С. 218–227. DOI: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.3.28>.
9. Горбул Т. О. Діджиталізація культурної спадщини в Україні: аналіз особливостей у контексті розвитку цифрової культури. *Культурологічний альманах*. 2023. Вип. 4. С. 212–218. DOI: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.4.29>.
10. Лубинська М. *Київські муралі ХХІ століття як практика транскультурного діалогу у контексті впливу світових глобалізаційних процесів на візуальну культуру : дисертаційна робота*. Інститут проблем сучасного мистецтва Національної академії мистецтв України, 2023. URL: https://mari.kyiv.ua/sites/default/files/inline-files/annotation_lubynska.pdf.
11. Шеменьова Ю. В. *Муралі України у світовому стрім-арті: формотворення, пластичне моделювання, художньо-образні особливості : дисертаційна робота*. Київ : Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2021. URL: <https://elib.nakkkim.edu.ua/handle/123456789/3563>.
12. Kabisch N. Transformation of urban brownfields through co-creation: the multi-functional Lene-Voigt Park in Leipzig as a case in point. *Urban Transform*. 2019. Vol. 1, No. 2. DOI: <https://doi.org/10.1186/s42854-019-0002-6>.
13. Жукова О. Сучасні практики ревіталізації пам'яток палацово-паркової архітектури (на прикладі палацу Лянцкоронських-Урбанських ХІХ – поч. ХХ ст. в с. Тартаків Львівської обл.). *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Музеєзнавство і пам'яткознавство*. 2019. Т. 2, № 2. С. 105–113. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-7943.2.2.2019.188464>.
14. Пушонкова О. А., П'янзін С. Д. Культура пам'яті у мистецьких рефлексіях війни (на прикладі проекту «Війна в Україні: візуальні виміри пам'яті»). *Культурологічний альманах*. 2023. Вип. 3. С. 304–311.
15. Meinecke C. Labeling of cultural heritage collections on intersection visual analytics and digital humanities. *arXiv*. 2022. 29 серпня. URL: <https://arxiv.org/abs/2208.13512>.
16. Боняр С. М., Тарновська І. В., Власова В. П. Пріоритети розвитку культурного туризму в Україні. *Культура і сучасність : альманах*. 2023. № 1. С. 17–22. URL: https://nakkkim.edu.ua/images/vidannya/KIS_2023_1_11.pdf.
17. Мулкохайнен В. Комунікативні моделі історичної інфографіки. *Вісник КНУКіМ. Серія «Мистецтвознавство»*. 2024. Вип. 50. С. 169–175. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1176.50.2024.306806>.
18. Мельник О., Селіванов І. Особливості розробки інфографіки для веб-середовища. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2022. Вип. 50. С. 121–127. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/50-18>.
19. Яковлев М. І., Кара-Васильєва Т. В., Чуйков О. Д., Шмагалю П. Т., Чепелюк О. В. Genesis and formation of design language of visual images and communicative practices in the context of the cultural and artistic heritage of Ukraine. *Art and Design*. 2023. Вип. 1. С. 96–105. DOI: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.1.9>.
20. Крупа О. П. *Цифрова трансформація фестивалів у культурі метавесесвіту: нові можливості та виклики : дисертаційна робота*. Київ : Київський національний університет культури і мистецтв, 2025. URL: <https://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/2025/10/Dysertacziya-Krupa-O.P..pdf>.
21. Liu W., Lee K.-P., Gray C. M., Toombs A. L., Chen K.-H., Leifer L. Transdisciplinary teaching and learning in UX design: a program review and AR case studies. *Applied Sciences*. 2021. Vol. 11, No. 22. Article 10648. DOI: <https://doi.org/10.3390/app112210648>.

References:

1. Ryzhova, I., Antypenko, Ye., Severin, K., Yenshueva, T., & Bobrovskiy, I. (2024). Sotsialno-kulturna rol vizualnykh komunikatsii u hrafichnomu dyzaini ta reklami [Socio-cultural role of visual communications in graphic design and advertising]. *Humanities Studies*, 18(95), 65–78. <https://doi.org/10.32782/hst-2024-18-95-07> [in Ukrainian].
2. Denysiuk, Zh. Z. (2021). Muzeina komunikatsiia v umovakh tsyfrovizatsii [Museum communication in the context of digitalization]. *Bibliotekoznavstvo. Dokumentoznavstvo. Informolohiia*, (3), 64–70. <https://doi.org/10.32461/2409-9805.3.2021.244718> [in Ukrainian].
3. Dobrovolska, V. V. (2022). Tsyfrova kulturna spadshchyna: Robocha prohrama navchalnoi dystsypliny, spetsialnosti 029 “Informatsiina, bibliotekna ta arkhivna sprava” [Digital cultural heritage: A course syllabus for specialty 029 “Information, Library and Archival Studies”]. Kyiv: NAKKKiM [in Ukrainian].
4. Yavorskyi, O., Cherniavskiy, T., Shynkarov, V., & Akinchyna, A. (2022, April 27). Vizualna mova ukrain skykh kulturnykh ta mystetskykh prostoriv [Visual language of Ukrainian cultural and artistic spaces]. In *Aktualni problemy suchasnoho dyzainu: Proceedings of the 4th International Scientific and Practical Conference* (Vol. 1, pp. 300–303). Kyiv: KNU TD. Retrieved from <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/21031> [in Ukrainian].
5. Mitin, M. V. (2024). Proektuvannia vizualnoi komunikatsii etnichnoho muzeiu kultur ta tradytsii “Yasnytsia” na osnovi doslidzhennia rehionalnykh etno-estetychnykh pryntsyipiv [Designing visual communication of the ethnic museum of cultures and traditions “Yasnytsia” based on regional ethno-aesthetic principles] [Master’s thesis, Zaporizhzhia National University]. Institutional Repository of ZNU. Retrieved from https://dspace.znu.edu.ua/handle/123456789/PZ_Mitin [in Ukrainian].
6. Mazurenko, K. I. (2021). Mala kulturna stolytsia yak komunikatyvnyi prostir [Small cultural capital as a communicative space] [Master’s thesis, National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts]. Retrieved from <https://surl.lu/xztslj> [in Ukrainian].
7. Dychkovskiy, S. I. (2020). Hlobalni transformatsii turystychnykh praktyk i tekhnolohii v konteksti stanovlennia tsyfrovoho suspilstva (Digital society) [Global transformations of tourism practices and technologies in the context of the digital society]. Kyiv: Lira-K. Retrieved from <https://knushop.com.ua/image/catalog/lira20230617/pdf/12811.pdf> [in Ukrainian].
8. Kulyniak, M. A. (2022). Tsyfrova kulturna spadshchyna yak fenomen tsyfrovoy kultury [Digital cultural heritage as a phenomenon of digital culture]. *Kulturolohichniy Almanakh*, (3), 218–227. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.3.28> [in Ukrainian].
9. Horbul, T. O. (2023). Didzhitalizatsiia kulturnoi spadshchyny v Ukraini: analiz osoblyvosti u konteksti rozvytku tsyfrovoy kultury [Digitalization of cultural heritage in Ukraine: Analysis in the context of digital culture development]. *Kulturolohichniy Almanakh*, (4), 212–218. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.4.29> [in Ukrainian].
10. Lubyńska, M. (2023). Kyivski muraly XXI stolittia yak praktyka transkulturnoho dialohu u konteksti vplyvu svitovykh hlobalizatsiinykh protsesiv na vizualnu kulturu [Kyiv murals of the 21st century as a practice of transcultural dialogue in the context of globalization influence on visual culture] [Doctoral dissertation, Institute for Contemporary Art Problems of the National Academy of Arts of Ukraine]. Retrieved from https://mari.kyiv.ua/sites/default/files/inline-files/annotation_lubynska.pdf [in Ukrainian].
11. Shemenova, Yu. V. (2021). Muralei Ukrainy u svitovomu strit-arti: formatvorennya, plastychne modeliuvannia, khudozhno-obrazni osoblyvosti [Ukrainian murals in world street art: formation, plastic modeling, artistic features] [Doctoral dissertation, National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts]. Retrieved from <https://elib.nakkkim.edu.ua/handle/123456789/3563> [in Ukrainian].
12. Kabisch, N. (2019). Transformation of urban brownfields through co-creation: The multi-functional Lene-Voigt Park in Leipzig as a case in point. *Urban Transform*, 1(2). <https://doi.org/10.1186/s42854-019-0002-6> [in English].
13. Zhukova, O. (2019). Suchasni praktyky revitalizatsii pamiatok palatsovo-parkovoi arkhitektury (na prykladi palatsu Liantkoronskykh-Urbanskykh XIX – poch. XX st. v s. Tartakiv Lvivskoi obl.) [Modern revitalization practices of palace and park architectural monuments (on the example of the Liantkoronsky-Urbansky Palace of the 19th–early 20th centuries in Tartakiv, Lviv region)]. *Visnyk KNUKiM. Seriia: Muzeieznavstvo i Pamiatkoznavstvo*, 2(2), 105–113. <https://doi.org/10.31866/2617-7943.2.2.2019.188464> [in Ukrainian].
14. Pushonkova, O. A., & Pianzin, S. D. (2023). Kultura pamiaty u mystetskykh refleksiiakh viiny (na prykladi proiektu “Viina v Ukraini: vizualni vymiry pamiaty”) [Culture of memory in artistic reflections of war (on the example of the project “War in Ukraine: Visual Dimensions of Memory”)]. *Kulturolohichniy Almanakh*, (3), 304–311 [in Ukrainian].

15. Meinecke, C. (2022, August 29). Labeling of cultural heritage collections on intersection visual analytics and digital humanities. *arXiv*. Retrieved from <https://arxiv.org/abs/2208.13512>.
16. Boniar, S. M., Tarnovska, I. V., & Vlasova, V. P. (2023). Priorytety rozvytku kulturnoho turyzmu v Ukraini [Priorities of cultural tourism development in Ukraine]. *Kultura i Suchasnist: Almanakh*, (1), 17–22. Retrieved from https://nakkkim.edu.ua/images/vidannya/KIS_2023_1_11.pdf [in Ukrainian].
17. Mulkochainen, V. (2024). Komunikatyvni modeli istorychnoi infohrafiky [Communicative models of historical infographics]. *Visnyk KNUKiM. Seriya "Mystetstvoznavstvo"*, (50), 169–175. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.50.2024.306806> [in Ukrainian].
18. Melnyk, O., & Selivanov, I. (2022). Osoblyvosti rozrobky infohrafiky dlia veb-seredovyscha [Features of developing infographics for the web environment]. *Aktualni Pytannia Humanitarnykh Nauk*, (50), 121–127. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/50-18> [in Ukrainian].
19. Yakovlev, M. I., Kara-Vasylieva, T. V., Chuikov, O. D., Shmagalo, R. T., & Chepeliuk, O. V. (2023). Genesis and formation of design language of visual images and communicative practices in the context of the cultural and artistic heritage of Ukraine. *Art and Design*, (1), 96–105. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.1.9>
20. Krupa, O. P. (2025). Tsyfrova transformatsiia festyvaliv u kulturi metaversvitu: novi mozhlyvosti ta vyklyky [Digital transformation of festivals in the metaverse culture: New opportunities and challenges] [Doctoral dissertation, Kyiv National University of Culture and Arts]. Retrieved from <https://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/2025/10/Dysertaciya-Krupa-O.P..pdf> [in Ukrainian].
21. Liu, W., Lee, K.-P., Gray, C. M., Toombs, A. L., Chen, K.-H., & Leifer, L. (2021). Transdisciplinary teaching and learning in UX design: A program review and AR case studies. *Applied Sciences*, 11(22), 10648. <https://doi.org/10.3390/app112210648>

Стаття надійшла: 21.10.2025

Прийнято: 06.11.2025

Опубліковано: 28.11.2025