



74.01/.09  
ID ORCID 0000-0002-8305-6813  
DOI 10.33625/visnik2020.03.005

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЗАСОБІВ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ДИЗАЙНУ КНИГИ

*Величко Н. В. Тенденції розвитку засобів візуальної комунікації в контексті дизайну книги. У статті розглядаються етапи та фактори еволюції візуальних комунікацій, аналізуються основні принципи побудови такої комунікації. Показано особливості книги як комунікативного носія. У статті розкрито сучасні тенденції еволюції візуальних комунікацій, витоки їх генезису та історичні аналоги. Показано, що зміни в комунікаційних технологіях тісно пов'язані зі зміною принципів споживання інформації. Розкривається специфіка сучасного етапу розвитку комунікативного простору – інтерактивність, мультимедіа, гіпертекстуальність. Завдяки всім цим факторам у комунікативній культурі останніми роками відбувається розширення ролі візуального компонента та його більш активне використання як головного носія.*

*Проаналізовано сучасний комунікативний простір та показано тенденцію не лише до візуалізації. По-перше, відмінною рисою сучасних комунікацій є легкий доступ майже до будь-якої інформації, накопиченої людством. По-друге, загальне прискорення темпу життя зумовлює необхідність швидко вчитися та перевчатися, отримувати нові знання щодня, витрачаючи якомога менше часу. По-третє, існує звичка користувача інтерактивно реагувати на будь-який тип інформації. Це одна з найважливіших змін у принципах передачі та сприйняття інформації, яка залучає користувача до процесів сприйняття і робить його співавтором. У статті висвітлено, що візуальні комунікації*

*використовують не лише сучасні підходи, такі як гіпертекстуальність, мультимедіа та інтерактивність, а й традиційні методи художніх практик, такі як колір, композиція, формування тощо. Сучасні тенденції у візуальній комунікації – це переосмислення прийомів, властивих візуальному спілкуванню довгий час. Водночас відбувається взаємопроникнення методів, властивих комп'ютерним та друкованим ЗМІ. Продовжується розвиток методів передачі інформації, можлива поява нових форм, які можуть послужити темою для подальших досліджень.*

**Ключові слова:** книга з тривимірними елементами, візуальна комунікація, дизайн книги, інтерактивність, візуалізація, інтерактивна книга.

*Velichko N. Trends in the Evolution of Visual Communication in the Context of Book Design. The article reviews the stages and factors of evolution in visual communication. It also analyzes the basic principles in construction of such communication. Features of a book as a communicative carrier are reviewed.*

*The article reveals current trends of visual communication evolution, their origins and historical analogues. The author proves that changes in communication technologies are closely related to changes in the principles of information consumption. Modern features of communicative space development are revealed. They include interactivity, multimedia, and hypertextuality. Due to these factors, expansion of the role of the visual component and its more active use as the main carrier in the communicative culture keeps going on in recent years.*

*Analysis of the modern communicative space indicates not only the tendency to visualize. Firstly, a distinctive feature of modern communications is an easy access of almost any information accumulated by mankind. Secondly, general acceleration of the pace of life pushes to the need to learn and relearn, gain new knowledge every day, spending as little time as possible. Third, the user has a habit to respond to any type of information interactively. This is one of the most important changes in the principles of transmission and perception of information, which involves the user in the process of perception and makes him a co-author.*

*The present research shows that visual communication uses not only modern approaches, such as hypertextuality, multimedia and interactivity, but also traditional methods of artistic practices, such as color, composition, shaping, etc. Modern trends in visual communication feature redefining of the techniques inherent in visual communication for a long time. At the same time, there is a certain interpenetration of techniques inherent in computer and print media. The development of methods of information transfer is continuing. The emerging of new forms is possible, which may serve as a topic for further research.*

**Keywords:** pop-up book, visual communication, book design, interactivity, visualization, interactive book.

**Постановка проблеми та актуальність дослідження.** Протягом усієї історії людство мало справу з різними методами передачі та накопи-

чення інформації. Одним із широко використовуваних був і залишається візуально-комунікативний спосіб. Різноманітні позначки, що несуть інформацію, знаходять на стінах найдавніших людських поселень. При цьому останніми десятиріччями відбуваються помітні зміни в системі візуальних комунікацій. Розвиток технічних засобів не тільки сприяє створенню нових підходів у способах відтворення інформації, але й змінює структуру її сприйняття та засвоєння користувачем, особливо молодшого покоління.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання візуалізації сучасного комунікативного простору привертають увагу дослідників з різних країн. Так, Елізабет Роулі-Жоліве у статті «Different Visions, Different Visuals: a Social Semiotic Analysis of Field-Specific Visual Composition in Scientific Conference Presentations» («Різні бачення, різні візуальності: соціально-семіотичний аналіз візуальної складової наукових досліджень») [19] звертається до теми візуальної комунікації при презентації результатів наукового дослідження. Авторка розглядає сучасні методи структурування інформації, методологію, візуальні ефекти, побудову взаємозв'язків між візуальною та змістовною частинами на прикладі природничих наукових дисциплін. Е. Роулі-Жоліве доходить висновку, що візуальна комунікація глибоко впроваджена в сучасну наукову діяльність і є невід'ємною частиною методології транслявання та збереження інформації в науковому середовищі.

Жан де Врі у статті «Newspaper Design as Cultural Change» («Дизайн газети як культурні зміни») [15] аналізує зміни, які відбуваються в дизайні газет і журналів у сучасних умовах. Автор доходить висновку, що зараз дизайн періодичних видань виходить за рамки розроблення універсального макета або правильної верстки великих обсягів тексту. Натомість проектування сучасного багатосторінкового видання включає в себе елементи роботи з інфографікою, вміння структуровано та швидко довести до глядача основну інформацію, тобто вимагає постійної роботи з дизайном кожної сторінки. При цьому Жан де Врі наполягає, що візуальна складова дизайну сьогодні нерозривно пов'язана зі змістовною складовою від самого початку роботи з текстом.

А. Дроздова у статті «Визуальность как феномен современного медиаобщества» («Візуальність як феномен сучасного медіасупільства») [3] розглядає вплив візуальної складової на всі ЗМІ. Цій самій темі присвячена стаття Л. Макарука «Візуалізація як характерна ознака сучасного англомовного газетного дискурсу» [8]. Н. Галімулліна у статті «Визуальная и вербаль-

ная рекламная коммуникация в полиэтничном регионе» («Візуальна й вербальна рекламна комунікація в поліетнічному регіоні») [2] розглядає особливості візуалізації рекламної сфери на прикладі Татарстану.

К'юї Лі у статті «Data Visualization as Creative Art Practice» («Візуалізація даних як творча мистецька практика») [17] досліджує трансформацію візуалізації даних зі сфери суто практичної до галузі творчої діяльності. Сучасні технології роботи з великими масивами даних, на думку автора, відкривають нові можливості для мистецтва, поєднуючи його з цифровими технологіями. Водночас вдала візуалізація інформації спрощує її сприйняття. Отже, через мистецькі практики, використання традиційних мистецьких засобів, таких як колір, композиція тощо, можна досягнути покращення сприйняття інформації в будь-якій сфері.

Р. Ленглер і М. Епплер у статті «Towards a Periodic Table of Visualization Methods for Management» («Періодична таблиця метода візуалізації в управлінні») [16] намагаються систематизувати існуючі методи візуалізації у вигляді періодичної таблиці. Автори аналізують та створюють критерії систематизації для 100 методів візуалізації і дають пропозицію щодо їх використання.

Багато уваги сучасні дослідники приділяють технічним аспектам забезпечення якості передачі візуальних даних. Так, «Journal of Visual Communication and Image Representation» («Журнал візуальної комунікації та представлення зображень») присвятив спеціальний випуск темі візуальної комунікації в епоху глобалізації [14], де розглянуто технічні аспекти запису, обробки, трансляції візуальних даних цифровими методами.

Цікава ця тема й українським дослідникам. О. Швед у статтях «Визуальная коммуникация в современном мире» («Візуальна комунікація в сучасному світі») [12] та «Инфографика как засіб візуальної комунікації в сучасній журналістиці» [13] розмірковує про вплив візуалізації на соціум, соціальну комунікацію, зокрема ЗМІ, та доходить висновку, що наразі значно зростає роль саме інфографіки у представленні інформації в новинарнях.

У статті Я. Вискварки «Сутність та становлення візуальної мови графічного дизайну в Україні» [1] розглядаються процес і результат формування візуальної мови графічного дизайну в Україні, проаналізовано фактори, які вплинули на становлення візуальної мови українського дизайну, її особливості.

Тож ця тема є актуальною та злободенною. Більшість дослідників розглядає ці питання доволі широко або в контексті соціальних наук. Не

приділяється достатньо уваги еволюції у візуальній комунікації саме дизайну книги. При цьому треба зазначити, що відбувається великий вплив цих змін на дизайн книги як одного з традиційних носіїв візуальної комунікації. Таким чином, зміни у галузі візуальних комунікацій потребують розгляду в контексті дизайну книги.

**Мета дослідження.** Проаналізувати та систематизувати зміни, які відбуваються у сфері візуальної комунікації, зробити висновки щодо тенденцій їх подальшого розвитку.

**Методи дослідження.** Методологічну основу дослідження становить комплексно-історичний науковий підхід, відповідно до якого розвиток візуальних комунікацій у контексті дизайну книги розглянуто на підґрунті методів синхронного аналізу для встановлення тенденцій розвитку дизайну книг і взаємозв'язку цієї галузі дизайну зі змінами в дизайні візуальних комунікацій у цілому. Також був використаний мистецтвознавчий (образно-стилістичний) аналіз різних книжок.

**Виклад основного матеріалу.** Комунікативна взаємодія є однією з основних рушійних сил розвитку цивілізації. Людина витрачає на комунікативну діяльність близько 70 % свого часу [7]. «Під комунікацією (від лат. *communicatio* – єдність, передача, з'єднання, повідомлення) розуміємо в першу чергу процес обміну інформацією (фактами, ідеями, поглядами, емоціями тощо)» [6, с. 5]. Існує багато видів комунікації, які можна систематизувати за різними критеріями, як-от вербальна, невербальна; наукова, соціальна, особиста; аудіальна, тактильна, візуальна тощо. Одним із найважливіших каналів сприйняття інформації є візуальний. Даний факт пов'язаний з тим, що візуальне сприйняття є найбільш простим, фізіологічним видом сприйняття для людини. Візуальні об'єкти швидше формують асоціації, що сприяє кращому засвоєнню інформації та її запам'ятовуванню [2].

У будь-якій комунікативній системі можна виділити два компоненти: саму інформацію, зміст повідомлення, та його форму, носій інформації. Таким чином, розвиток систем візуальних комунікацій має також два компоненти. По-перше, це поліпшення візуального компонента, тобто прискорення й спрощення зчитування інформації через систему знаків і символів. По-друге, це удосконалення технічної складової, тобто форми носія, під впливом розвитку техніки й технології.

Еволюція в галузі комунікації завжди є не тільки наслідком розвитку засобів відтворення, а й відповіддю на соціальні та культурні зміни, які відбуваються в суспільстві. У кожний історичний період людство виробляло свою систему передачі інформації, максимально відповідну потребам

епохи. Часто це були суттєво різні завдання – від необхідності хоч якось передати інформацію або зберегти її якомога довше до потреби зацікавити, залучити, емоційно вплинути й спровокувати на певні дії. Відмінність цих завдань обумовлювала різні шляхи рішення й результати [5; 8].

На ранніх етапах розвитку цивілізації для передачі інформації використовувалися схематичні зображення, що перетворилися згодом на піктографічні системи, такі як руни, клинопис, ієрогліфи. Кожна піктограма була зображенням предмета або явища, які вона презентувала, тобто інформація була безпосередньо візуалізована в знаку. Такі наочні системи були доволі прості для сприйняття, але викликали неоднозначності трактування й зовсім не підходили для передачі складних наукових знань. З еволюцією пізнань людства про навколишній світ з'явилася необхідність збереження більш складного, образного, ненаочного знання. Це привело до появи й розвитку опосередкованого механізму передачі інформації, де знак не відповідав поняттю безпосередньо й не ніс змісту сам по собі – виникає буквенна система, передача вербальної інформації через знаки-літери [18].

Але поряд із візуально-вербальною системою розвивалась і невербальна, суто візуальна складова, така як ілюстрації, схеми, креслення, знаки, символи, фотографія тощо. У різні часи баланс вербальної та невербальної складових змінювався під впливом розвитку технологій, соціальних запитів і вирішував різні завдання – від суто технічних пояснень до емоційного залучання реципієнта.

Одним із найдавніших і найпоширеніших донині засобів зберігання й передачі інформації, тобто опосередкованої комунікації, є книга. Останніми десятиріччями технічна складова книжкової форми активно розвивається – виникають та еволюціонують засоби електронної передачі інформації, так звані електронні книги, також технічний розвиток сприяє вдосконаленню технології виготовлення традиційних паперових книг. Одночасно відбуваються суттєві зміни в самих принципах сприйняття інформації, візуалізація всього інформаційного простору. Усе це невідворотно відбивається у змінах форми та змісту книжкового носія.

Нові канали комунікації, які забезпечує в першу чергу інтернет, відіграють сьогодні провідну роль у повсякденному житті, відображаючи процес модернізації суспільства. Це зумовлює зміни способів взаємодії із засобами комунікації не тільки на рівні електронних носіїв, а й у повсякденному житті. Візуальність стає домінуючою складовою сучасного життя, со-

ціальної практики, самої ідентичності сучасної людини [3].

Розвиток інтернету приводить до розширення сфер використання візуальної комунікації. Візуальне спілкування відіграє все важливішу роль у суспільному житті, й ці тенденції будуть посилюватися, бо наступні покоління стають більш зануреними у візуалізований віртуальний світ. Зі зростанням якості та території охопту мобільного зв'язку зростає і ступінь звичності в постійному використанні інтернету без економії кількості переданих даних, тому візуальна передача інформації стає все більш поширеною [14].

Останніми роками зміни у візуально-комунікативному середовищі відбуваються дуже швидко та яскраво. У першу чергу вони зумовлені впливом електронних засобів інформації й глибокого проникнення в повсякденність електронних інтерактивних пристроїв. Постійна взаємодія споживача з таким обладнанням викликає зміни у патернах сприйняття інформації. С. Квіт [7, с. 154–155] виділяє наступні риси, притаманні сучасним електронним формам масових комунікацій:

- гіпертекстуальність. Гіпертекст – це «комп'ютерна текстова система, що пов'язує між собою різні електронні документи, забезпечуючи користувачеві перехід з одного на інший» [11]. Розвиненість цієї системи в інтернеті дозволяє знаходити зв'язки не просто між словами, а між поняттями та системами знань;
- інтерактивність. Це «можливість двостороннього або багатостороннього впливу один на одного в реальному часі незалежно від того, де територіально перебувають учасники» [4]. Інтерактивність в інтернеті набуває великого значення, дозволяючи комунікувати в режимі реального часу як окремим користувачам, так і групам, а також дозволяє залучати в систему зв'язку електронні бази даних, елементи анімації тощо;
- мультимедійність. Мультимедіа – це «контент, у якому одночасно представлена інформація в різних формах – звук, анімаційна комп'ютерна графіка, відеоряд» [11].

Через усі ці чинники в комунікативній культурі останніми роками триває розширення ролі візуальної складової, її більш активне використання як основного носія. Синтез вищезначених проявів «інтернетизації» інформації приводить до нової якості її сприйняття та поширення [7].

Відповідно до цих тенденцій відбуваються зміни і в організації книги. Найпомітнішим є вплив візуальної складової в дитячих книгах. Це зумовлено декількома факторами. По-перше, дитяче сприйняття за своєю природою, особли-

во на ранніх етапах розвитку, активно функціонує саме у візуальному напрямку. По-друге, що пов'язано з першим, дитячі книжки традиційно мають активний візуальний ряд, іноді навіть без вербальної складової. Саме як дитяча – візуальна книга найбільш очікувано сприймається користувачами. По-третє, діти активно використовують електронні носії, та, не маючи раннього досвіду життя в менш візуалізованому оточенні, стають найактивнішими носіями прогресу й вимагають відповідних змін від предметів свого повсякденного користування.

Гіпертекстуальність наразі є найбільш складною в реалізації рисою для перенесення її з електронних носіїв до матеріального світу. Повсякденне використання цифрових технологій формує в читача звичку сприймати текст вибірково, самостійно обираючи необхідний фрагмент тексту за рівнем значення чи візуальної привабливості. З цим пов'язана трансформація книжкової форми, поєднання в сучасній книзі як аналогового, традиційного, так і сучасного цифрового компонента. Сучасні книги часто мають цифрову версію, яка все більше відрізняється від паперової, не копіюючи її, а беручи паперову книгу за основу, розширюючи та доповнюючи її за рахунок цифрового мультимедійного контенту.

До однієї з тенденцій, які витікають з цього, можна віднести розповсюдження друкованих QR-кодів, використовуваних, наприклад, у серії книг WOW-box. У цих книгах за допомогою сканування такого коду з мобільного телефона пропонується перейти на сторінку застосунку, який допоможе «оживити» окремі ілюстрації в книзі (Іл. 1).

Ця сама серія є яскравим прикладом напряму інтерактивності й мультимедійності у сучасній дитячій літературі. За допомогою застосунку та смартфона можна анімувати деякі ілюстрації на екрані, подивитися невеликі сценки, прослухати пісні та навіть пограти в ігри (Іл. 2, 3).

Інтерактивність у сучасних книжках реалізується не тільки завдяки використанню додатково електронних пристроїв, як у серії WOW-box. Дизайнери знаходять рішення щодо зміни самої форми книги для організації взаємодії її та читача. Одним із яскравих прикладів такої взаємодії можуть служити так звані «книжки з віконцями». Це книги, в яких за допомогою технології висічки, багаточислової ілюстрації та вибіркової поклейки організовані спеціальні області, котрі можна «відчиняти» та дивитися, як змінюється при цьому ілюстрація (Іл. 4). Така форма активності дуже схожа на активність, яку можна організувати в комп'ютерних іграх. При цьому дитина отримує навіть повніший «зворотний зв'язок», бо

відгук іде не тільки візуальним, але й тактильним і моторним каналами.

Усі зміни в технологіях комунікації тісно пов'язані зі змінами в принципах засвоєння інформації. Розглядаючи сучасний комунікативний простір, ми можемо виділити не тільки тенденцію до візуалізації. По-перше, особливістю сучасних комунікацій є легкодосяжність практично будь-якої інформації, накопиченої людством. При цьому слід зазначити полегшений пошук інформації через гіперпосилання, тобто відпадає необхідність навіть швидко переглянути великий обсяг тексту, відшукуючи необхідне. По-друге, загальне прискорення темпів життя підштовхує до необхідності швидко вчитися та перевчатися, отримувати нові знання щодня, витрачаючи на це якомога менше часу. По-третє, виникає звичка користувача до інтерактивного відгуку будь-якого інформаційного масиву. Це одна з найважливіших змін у принципах передачі й сприйняття інформації, яка втягує користувача в процес сприйняття і робить його співавтором. В електронному інформаційному просторі кожний стає одночасно і джерелом, і приймачем повідомлення, існуючи в стані постійного зворотного зв'язку [5].

Як наслідок таких змін у користувача відпадає необхідність, а отже, й навичка читання та засвоєння великих обсягів одноманітного тексту, оскільки він може одержати доступ до необхідної інформації в будь-який момент. Для полегшення сприйняття великого обсягу інформації користувачем, що до цього не звик, сучасні візуально-комунікативні системи приходять до наступних рішень:

- дроблення інформації на невеликі підпункти. Цей прийом успадковується багато в чому з мультимедійного дизайну, який, у свою чергу, перейняв це з книжкового та плакатного дизайну;
- створення графічних підказок – іконок, значків тощо. Такий підхід сходить до прадавніх піктографічних форм писемності;
- графічна візуалізація великих масивів даних, що називається інфографікою. Метод дозволяє долати комунікативні бар'єри, в тому числі мовні, оскільки графічна інформація здебільшого не вимагає перекладу, легше сприймається (розпізнавання зображення найбільш притаманне людському мозку) і запам'ятовується. Таким чином, за допомогою інфографіки можна передати й запам'ятати більший обсяг інформації протягом меншого часу [9].

При візуалізації даних використовуються не тільки сучасні підходи, як-от гіпертекстуальність, мультимедійність та інтерактивність, а й традиційні методи художніх практик, такі як ко-

лористика, композиція, формоутворення тощо. Частково ці рішення можуть бути автоматизовані при обробці інформації в електронному вигляді, але закладення алгоритмів роботи такої системи вимагає участі спеціалістів із візуальної комунікації. При цьому якісна візуалізація великих обсягів інформації стає предметом не тільки – і навіть не стільки – естетики, як суто практичної, часом життєво важливої методики. Наприклад, при візуалізації даних медичних досліджень, систем управління великими технічними об'єктами на кшталт заводів або електростанцій – вибір відповідного кольорового кодування, вдале композиційне розміщення блоків інформації, побудова структури сприйняття є ключовими елементами, від яких залежить швидкість та правильність дій відповідних спеціалістів [17].

Ці тенденції також знаходять відгук у сучасному книжковому дизайні. При цьому схильність до використання інфографіки доповнюється вищеописаними тенденціями до інтерактивності та візуальності. Такі підходи використовуються не тільки в дитячій літературі, а й у серйозних наукових і науково-популярних книгах для дорослих.

Прикладом такої книги може служити «The Large Hadron Collider Pop-up Book: Voyage to the Heart of Matter» («Подорож до серця матерії»), видана за підтримкою CERN (Європейська організація з ядерних досліджень) та ESO (Європейська організація з астрономічних досліджень). Книга за допомогою спливаючих 3D-сцен розповідає історію експерименту ATLAS на Великому адронному колайдері, що в ньому залучено близько 3000 вчених з 38 країн світу. При цьому книга має подрібнене представлення інформації, кожна сторінка складається з невеликих розділів, які можна читати окремо. Використано багато елементів, котрі можна рухати, частину сцен читачеві пропонується зібрати власноруч (Іл. 5, 6).

Розповсюджена нині взаємодія із соціальними мережами також впливає на звичні моделі сприйняття інформації. Величезні масиви незв'язаного, різного за змістом, але одноманітного за оформленням тексту (дописи різних користувачів) стають причиною того, що зростає роль візуальних акцентів. Цей прийом навіть одержав власну назву в інтернет-культурі – «картинка для привертання уваги». Будь-яке цікаве повідомлення намагаються супроводити тематичною картинкою, часто анімованою. Соціальна мережа «Фейсбук» навіть увела можливість додавання фонового зображення для коротких повідомлень.

З одного боку, такі візуальні акценти привертають увагу й дозволяють певній інформації вирізнитись із загального ряду, з іншого боку –

різноманітність виразних засобів, що їх застосовують різні користувачі й рекламні групи, призводить до перевантаженості візуального ряду, занадто велика кількість виділень нівелює їхній зміст. Це ще одна проблема сучасної візуальної комунікації, яка потребує врахування при оформленні будь-якої комунікативної системи.

Професор статистики Едвард Тафті у своїх дослідженнях [20; 21] вводить поняття «дружньої» та «недружньої» до користувача графіки при візуалізації даних. «Дружня» графіка допомагає робити інформацію більш зрозумілою; «недружня», навпаки, заплутує користувача. Він віддає перевагу мінімалістичному представленню даних як найбільш зрозумілому та «дружньому», пояснюючи це тим, що всі зайві елементи, які не несуть інформації, треба виключати з комунікаційного процесу. Н. Сбітнева у статті «Графічний дизайн України початку III тисячоліття: проблеми та перспективи розвитку» [10] використовує поняття «візуальна екологія» стосовно до перевантаження сучасного візуального простору й необхідності спрощення візуального ряду, порівнюючи візуальне «забруднення» й забруднення повітря, води тощо.

Отже, на тлі загального перенавантаження інформаційного поля, постійного впливу на візуальний канал сприйняття інформації, яке призводить до «візуальної втоми», виникає можливість і навіть необхідність привертання уваги потенційного адресата через лаконічність, мінімалізм, чистоту й простоту подачі. Наприклад, легкий простий текст на білому тлі виділяється в сучасному міському середовищі або на сайті набагато більше, ніж різнобарвне складне зображення.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших наукових розвідок.** Сучасні тенденції у сфері візуальних комунікацій є переосмисленням прийомів, властивих візуальній комунікації здавна. При цьому спостерігається взаємопроникнення методик, притаманних комп'ютерним і друкованим засобам комунікації. Взаємовплив електронних і паперових носіїв інформації формує нові універсальні принципи побудови візуальної комунікації. Цей процес усе ще триває, але вже зараз можна зафіксувати кілька тенденцій, які існують у сучасній візуальній комунікації:

1. Впровадження у традиційні інформаційні носії елементів інтерактивності та анімації, додавання електронних версій паперових видань.
2. Дроблення інформації на невеликі легкосприйнятні блоки з установленням чіткої ієрархії між ними.
3. Використання зображень і піктограм для структурування тексту й розміщення акцентів.

4. Поширення інфографіки для полегшення сприйняття та запам'ятовування великих обсягів інформації.
5. Використання мінімалістичного дизайну, який набирає популярності на протигагу перенавантаженню, що притаманне сучасному візуальному простору.

Розвиток методів передачі інформації триває, і є можливим виникнення нових її форм, що може послужити темою для подальших досліджень.

#### Література:

1. Вискварка Я. Сутність та становлення візуальної мови графічного дизайну в Україні. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*. Сер. : Мистецтвознавство. Тернопіль, 2018. № 2. С. 234–242.
2. Галимуллина Н. Визуальная и вербальная рекламная коммуникация в полиэтничном регионе. *Молодой ученый*, 2013. № 11(58). С. 313–315. URL : <https://moluch.ru/archive/58/8238/> (дата звернення : 12.03.2020).
3. Дроздова А. В. Визуальность как феномен современного медиаобщества. *Дискуссия*, 2014. № 10(51). URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/vizualnost-kak-fenomen-sovremennogo-mediaobschestva> (дата звернення : 05.12.2019).
4. Живой англо-русский словарь по вычислительной технике, информационным технологиям и связи / сост. : Данилкин А. А., Самсонов А. В., Дмитриев А. С. ; под общ. ред. В. А. Дмитриева. URL: <http://www.morepc.ru/dict/term11102.php> (дата звернення : 12.11.2017).
5. Золотарев Д. Дизайн печатных изданий в интерактивной среде : дис. канд. искусствоведения : 17.00.06 / Поволжский государственный университет сервиса. Тольятти, 2011. 193 с.
6. Іваненко Т. Методичні рекомендації з дисципліни «Актуальні проблеми практики візуальних комунікацій» для студентів II курсу ОНСВО «Доктор філософії» спеціальності 022 Дизайн. Харків : ХДАДМ, 2019. 16 с.
7. Квіт С. Масові комунікації : підручник. Київ : Києво-Могилянська академія, 2008. 206 с.
8. Макарук Л. Візуалізація як характерна ознака сучасного англomовного газетного дискурсу. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк, 2012. № 6. С. 47–52.
9. Почепцов Г. Имиджелогия. Москва : Рефл-бук, 2016. 574 с.
10. Сбітнева Н. Графічний дизайн України початку III тисячоліття: проблеми та перспективи розвитку. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. Харків : ХДАДМ, 2011. № 6. С. 52–55.
11. Словник української мови on-line : [в 20 т.]. Томи 1–11 / НАН України, Укр. мов.-інформ. фонд ; [наук. керівник проекту : Широков В. А.]. [Київ] : [Наукова думка], 2015–2021. URL : <https://services.ulif.org.ua/expl/Entry/index?wordid=198202&page=632> (дата звернення : 20.05.2020).
12. Швед О. Визуальная коммуникация в современном мире. *Literature, language and culture influenced by globalization : Monograph, Vol. 7 / ed. by L. Shlossman*. Vienna : “East West” Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH, 2015. P. 71–82.
13. Швед О. Інфографіка як засіб візуальної комунікації в сучасній журналістиці. *Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах*: зб. наук. праць. Київ : Університет «Україна», 2014. № 30. С. 305–313.



Іл. 1. Остання сторінка обкладинки книги «Кіт у чоботях» з використанням QR-коду<sup>1</sup>



Іл. 2. Книга «Аліса у Країні Див»<sup>2</sup>



Іл. 3. Інтерактивна гра «Знайди пару» у книжці «Кіт у чоботях»<sup>3</sup>

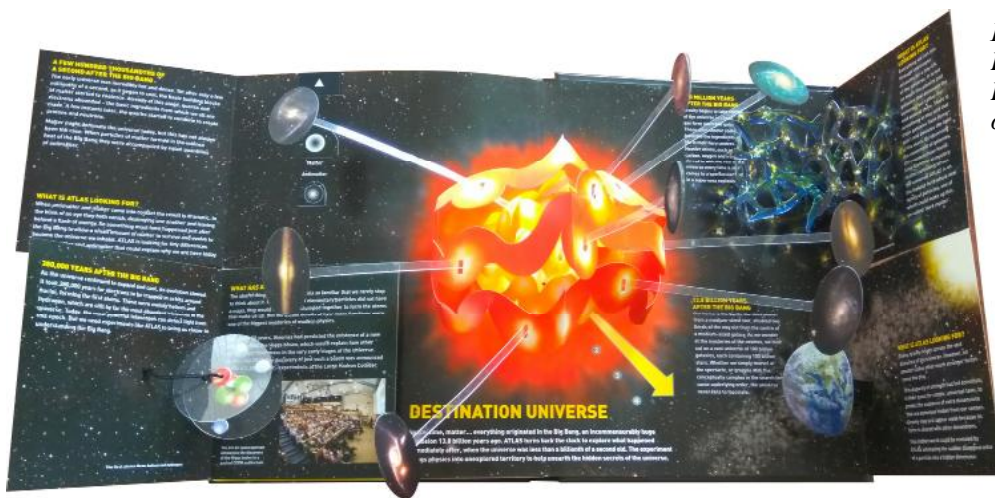
1. [unclear] : Vivat, 2020. 35 [4] с. : . ( [unclear] ) ( [unclear] ). : 6+. [unclear] , 2018. 144 .  
 2. [unclear] : [unclear] Wonderland-AR/ [unclear] , 2020. . 23.  
 3. [unclear] : [unclear] , 2020. . 23.



Іл. 4. С. Мішлен, А. Піу. Ілюстрації до книги «День народження Білочки»<sup>4</sup>



Іл. 5. Книга «The Large Hadron Collider Pop-up Book: Voyage to the Heart of Matter»<sup>5</sup>



Іл. 6. Книга «The Large Hadron Collider Pop-up Book: Voyage to the Heart of Matter»<sup>6</sup>

<sup>4</sup> Sanders E., Radevsky A. The Large Hadron Collider Pop-up Book: Voyage to the Heart of Matter. Papadakis Publisher, 2013. (First edition 2009). . 5–6.  
<sup>6</sup> . 7–8.



14. Chen C. W., Ghanbari M., Ngan K. N. Special issue on visual communication in the ubiquitous era. *Journal of Visual Communication and Image Representation*. 2005. № 16, C. 393–396. DOI:10.1016/j.jvcir.2005.04.002
  15. de Vries J. Newspaper Design as Cultural Change. *Visual Communication*. 2008. Vol. 7, no. 1. P. 5–25. DOI:10.1177/1470357207084862
  16. Lengler R., Eppler M. Towards a periodic table of visualization methods for management. *Graphics and Visualization in Engineering (GVE '07) : Proceedings of the IASTED International Conference*, January 3–5, 2007, Clearwater, Florida, USA. [Calgary]: ACTA Press, 2007. P. 83–88.
  17. Li Q. Data Visualization as Creative Art Practice. *Visual Communication*. 2018. Vol. 17, no. 3. P. 299–312. DOI:10.1177/1470357218768202
  18. O'Grady W., Dobrovolsky M., Katamba A. *Contemporary Linguistics*. Essex: Pearson Education Limited, 2001. 596 p.
  19. Rowley-Jolivet E. Different Visions, Different Visuals: a Social Semiotic Analysis of Field-Specific Visual Composition in Scientific Conference Presentations. *Visual Communication*. 2004. Vol. 3, no. 2. P. 145–175. DOI:10.1177/147035704043038
  20. Tufte E. R. *The Visual Display of Quantitative Information*. 2<sup>nd</sup> ed. Cheshire, CT: Graphics Press, 2001[1983]. 200 p.
  21. Tufte E. R. *Visual Explanations: Images and Quantities, Evidence and Narrative*. Cheshire, CT: Graphics Press, 1997. 158 p.
- References:**
1. Vyskvarka, Ya. (2018). Sutnist ta stanovlennia vizualnoi movy hrafichnogo dizainu v Ukraini [Essence and making visual language of the graphic design in Ukraine]. *The Scientific Issues of Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University. Specialisation: Art Studies*, 2, 234–242. [In Ukrainian].
  2. Galimullina, N. (2013). Vizualnaia i verbalnaia reklamaia komunikatsiia v polietnichnom regione [Visual and Verbal Advertising Communication in a Multiethnic Region]. *Young Scientist*, 11(58), 313–315. Retrieved from <https://moluch.ru/archive/58/8238/>. [In Russian].
  3. Drozdova, A. (2014). Vizualnost kak fenomen sovremennogo mediaobschestva [Visualization as a phenomenon of a modern media society]. *Discussion*, 10(51). Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/vizualnost-kak-fenomen-sovremennogo-mediaobschestva>. [In Russian].
  4. Danilkin, A. A., Samsonov, A. V. & Dmitriev, A. S. (Eds.). (N. d.). *Zhivoi anglo-russkii slovar po vychislitelnoi tekhnike, informatcionnym tekhnologiiam i sviazi* [Living English-Russian Dictionary of Computing, Information Technology and Communication]. Retrieved from <http://www.morepc.ru/dict/term11102.php>. [In Russian].
  5. Zolotarev, D. (2011). *Dizain pechatnykh izdaniy v interaktivnoi brede* [Design of printed publications in an interactive environment]. (PhD dissertation). Volga Region State University of Service, Togliatti, Russia. [In Russian].
  6. Ivanenko, T. (2019). *Metodychni rekomendatsii z dystsypliny "Aktualni problemy praktyky vizualnykh komunikatsii" dlia studentiv II kursu ONSVO "Doktor filosofii" spetsialnosti 022 Dizain* [Methodical recommendation]. Kharkiv: KhDADM.
  7. Kvit, S. (2008). *Masovi komunikatsii* [Mass communications]. Kyiv: Kyievo-Mohylianska akademiia. [In Ukrainian].
  8. Makaruk, L. (2012). Vizualizatsiia yak kharakterna oznaka suchasnoho anhlovnoho hazetnoho dyskursu [Visualization as a Distinctive Feature of Modern English Newspaper Discours]. *Naukovyi visnyk Skhidnoevropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky. Filolohichni nauky. Movoznavstvo*, 6, 49–50. [In Ukrainian].
  9. Pocheptcov, G. (2016). *Imidzhologiia* [Imageology]. Moscow: Refl-buk. [In Russian].
  10. Sbitnieva, N. (2011). Hrafichniy dizain Ukrainy pochatku III tysiacholittia: problemy ta perspektyvy [Graphic design of Ukraine at the beginning of the III millennium: problems and prospects of development]. *Bulletin of Kharkiv state academy of design and arts*, 6, 52–55. [In Ukrainian].
  11. Shyrokov, V. A. (Ed.). (2015–2021). *Slovnnyk ukrainskoi movy on-line* [Dictionary of the Ukrainian language on-line] (Vols 1–11). [Kyiv]: [Naukova dumka]. Retrieved from <https://services.ulif.org.ua/expl/Entry/index?wordid=198202&page=632> [In Ukrainian].
  12. Shved, O. (2015). Vizualnaia komunikatsiia v sovremenom mire [Visual communication in contemporary world]. In L. Shlossman (Ed.), *Literature, language and culture influenced by globalization* (Vol. 7, pp. 70–82). Vienna: "East West" Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH. [In Russian].
  13. Shved, O. (2014). Infografika yak zasib vizualnoi komunikatsii v suchasni zhurnalistytsi [Infographics as a mean of visual communication in contemporary journalism]. *Humanitarian education in technical universitites*, 30, 305–313. [In Ukrainian].
  14. Chen, C. W., Ghanbari, M., & Ngan, K. N. (2005). Special issue on visual communication in the ubiquitous era. *Journal of Visual Communication and Image Representation*, 16(4–5), 393–396. doi:10.1016/j.jvcir.2005.04.002
  15. de Vries, J. (2008). Newspaper Design as Cultural Change. *Visual Communication*, 7(1), 5–25. doi:10.1177/1470357207084862
  16. Lengler, R. & Eppler, M. (2007). Towards a periodic table of visualization methods for management. In *Graphics and Visualization in Engineering (GVE '07). Proceedings of the IASTED International Conference*, January 3–5, 2007, Clearwater, Florida, USA (pp. 83–88). [Calgary]: ACTA Press.
  17. Li, Q. (2018). Data visualization as creative art practice. *Visual Communication*, 17(3), 299–312. doi:10.1177/1470357218768202
  18. O'Grady W., Dobrovolsky, M. & Katamba, A. (2001). *Contemporary Linguistics*. Essex: Pearson Education Limited.
  19. Rowley-Jolivet, E. (2004). Different Visions, Different Visuals: a Social Semiotic Analysis of Field-Specific Visual Composition in Scientific Conference Presentations. *Visual Communication*, 3(2), 145–175. doi:10.1177/147035704043038
  20. Tufte, E. R. (2001[1983]). *The Visual Display of Quantitative Information*. (2<sup>nd</sup> ed.). Cheshire, CT: Graphics Press.
  21. Tufte, E. R. (1997). *Visual Explanations: Images and Quantities, Evidence and Narrative*. Cheshire, CT: Graphics Press.