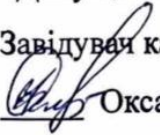


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Навчально-науковий гуманітарний інститут
Кафедра журналістики, реклами та PR-технологій

«Допущений до захисту»

Завідувач кафедри

 Оксана ФІЛАТОВА

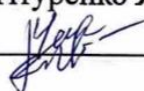
«10» червня 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»
на тему: Особливості створення візуалізації в діджитал-просторі
медіа «Суспільне Мовлення»

Виконав: студентка групи 4561
спеціальності

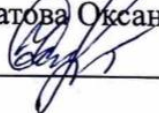
061 Журналістика

Тітуренко Яна Ігорівна



Керівник: доктор філологічних
наук, професор

Філатова Оксана Степанівна



Миколаїв – 2025 р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Навчально-науковий гуманітарний інститут
Кафедра журналістики, реклами та PR-технологій
Спеціальність 061 Журналістика
Освітня програма Реклама і зв'язки з громадськістю

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Гарант освітньої програми
Філатова О. С.

(підпис)

«10» лютого 2025 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»**

Студенту Тітуренко Яні Ігорівні

1. Тема роботи: Особливості створення візуалізації в діджитал-просторі
медіа «Суспільне Мовлення»

Керівник роботи доктор філологічних наук, професор Філатова О. С.

Затверджено наказом ректора № 46 від «05» лютого 2025 року

2. Термін подання роботи: до 30.05.2025 р.

3. Вихідні дані по роботі: фахова література, матеріали конференцій,
репозитарій університету

4. Перелік питань, що належать до розробки (найменування розділів)

Розділ 1. Теоретичні основи візуалізації в діджитал-просторі

Розділ 2. Візуальний стиль медіа «Суспільне Мовлення»

Розділ 3. Трансформація візуальних комунікацій у сучасному медіа
просторі

5. Перелік презентаційних матеріалів виконаний в програмі Power Point

6. Дата видачі завдання 12.02.2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

п/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз науково-дослідницької літератури. Складання розгорнутого плану роботи	Лютий 2025	виконано
2	Огляд теоретичних засад візуалізації в медіа, написання розділу 1	Березень 2025	виконано
3	Дослідження підходів до візуалізації в діджитал-просторі на прикладі «Суспільне Мовлення», написання розділу 2	Квітень 2025	виконано
4	Дослідження впливу візуалізації на сприйняття контенту, апробація результатів дослідження на конференції, написання розділу 3	Травень 2025	виконано
5	Оформлення роботи, подання документів на захист	Червень 2025	виконано
6	Подання кваліфікаційної роботи рецензенту для рецензування	Червень 2025	виконано
7	Попередній захист кваліфікаційної роботи	Червень 2025	виконано
8	Захист кваліфікаційної роботи	Червень 2025	виконано

Студент

Керівник роботи



Тітуренко Я. І.

Філатова О. С.

Анотація

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню особливостей створення візуалізації в діджитал-просторі на прикладі діяльності медіа «Суспільне Мовлення». Основною метою дослідження є аналіз і розробка ефективних візуальних стратегій для цифрових платформ, що сприятимуть покращенню комунікації з аудиторією, підвищенню залученості користувачів та конкурентоспроможності контенту в умовах сучасного інформаційного середовища.

У першому розділі роботи розглянуто теоретичні основи візуальної комунікації в медіа, трансформацію споживчих практик в цифрову епоху, а також значення візуалізації як ключового чинника впливу на сприйняття інформації. Другий розділ присвячений аналізу підходів до візуалізації контенту на прикладі «Суспільне Мовлення»: вивчено типові формати, адаптацію до мультиплатформного середовища, технологічні інновації (AI, AR/VR), а також роль візуального контенту в зміцненні національної ідентичності. У третьому розділі представлено проект моделі оптимізації візуального контенту для цифрових платформ, що включає визначення цілей і завдань, характеристику аудиторії, підбір інструментів і форматів візуалізації, розробку сценаріїв використання та критерії оцінки ефективності.

Ключові слова: візуалізація, діджитал-простір, журналістика, дизайн, «Суспільне Мовлення».

Abstract

This qualification work is devoted to researching the peculiarities of creating visualizations in digital space using the example of the media outlet “Suspilne Media” (Public Broadcasting). The main goal of the research is to analyze and develop effective visual strategies for digital platforms that will help improve communication with the audience, increase user engagement, and make content more competitive.

The first chapter of the work examines the theoretical foundations of visual communication in the media, the transformation of consumer practices in the digital age, and the importance of visualization as a key factor influencing the perception of information. The second chapter is devoted to the analysis of approaches to content visualization using the example of “Suspilne Media”: typical formats, adaptation to a multi-platform environment, technological innovations (AI, AR/VR), as well as the role of visual content in strengthening national identity are studied. The third chapter presents a draft model for optimizing visual content for digital platforms, which includes defining goals and objectives, characterizing the audience, selecting visualization tools and formats, developing usage scenarios, and establishing criteria for evaluating effectiveness.

Keywords: visualization, digital space, journalism, design, “Suspilne Media”

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ В ДІДЖИТАЛ-ПРОСТОРІ	9
1.1. Поняття та сутність візуалізації у цифрових медіа	9
1.2. Сучасні технології, інструменти та принципи для створення дизайну візуального цифрового контенту	13
1.3. Психологічні особливості впливу візуальних елементів на сприйняття інформації	20
Висновки до розділу 1	25
РОЗДІЛ 2. ВІЗУАЛЬНИЙ СТИЛЬ МЕДІА "СУСПІЛЬНЕ МОВЛЕННЯ"	28
2.1. Комплексний аналіз айдентики та брендингу "Суспільного"	28
2.2. Специфіка візуального оформлення контенту на різних платформах	37
2.3. Інноваційні формати візуалізації в медійних проєктах "Суспільного"	45
Висновки до розділу 2	51
РОЗДІЛ 3. ТРАНСФОРМАЦІЯ ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ У СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ	51
3.1. Креативні підходи до створення візуального контенту в цифрових медіа	53
3.2. Інтеграція технологій штучного інтелекту у візуальні комунікації	58
3.3. Стратегічні напрями розвитку та рекомендації щодо вдосконалення візуалізації в українських медіа	63
Висновки до розділу 3	67
ВИСНОВКИ	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	73
ДОДАТКИ	81
Додаток А. Приклади візуальної айдентики "Суспільного мовлення"	81
Додаток Б. Зразки інфографіки з цифрових платформ "Суспільного"	83
Додаток В. Колажі та візуальні матеріали соціальних мереж "Суспільного"	89
Додаток Г. Скріншоти інтерактивних форматів з сайту "Суспільного"	100
Додаток Д. Порівняльний аналіз візуального контенту "Суспільного" за 2022-2024 роки	106
Додаток Е. Приклади використання штучного інтелекту у створенні візуального контенту "Суспільного"	117

ВСТУП

Актуальність теми. Стрімкий розвиток діджитал-простору кардинально змінив механізми сприйняття та обробки інформації сучасною аудиторією, перетворивши візуальну комунікацію на домінуючий фактор взаємодії медіа зі споживачами контенту. В умовах інформаційного перенасичення та фрагментації уваги аудиторії, візуалізація стає не просто допоміжним елементом, а стратегічним компонентом медіаконтенту, який безпосередньо впливає на його ефективність, конкурентоспроможність та здатність утримувати увагу користувачів.

Значущість дослідження посилюється в контексті переходу українських медіа до мультиплатформної моделі дистрибуції контенту, що вимагає розробки диференційованих підходів до візуалізації для різних цифрових платформ. Трансформація споживчих звичок аудиторії, яка дедалі більше орієнтується на візуальні формати, стимулює медіа до переосмислення традиційних принципів роботи з контентом. Технологічні інновації, зокрема розвиток інструментів штучного інтелекту, доповненої та віртуальної реальності, відкривають безпрецедентні можливості для експериментів з візуалізацією, одночасно створюючи виклики для редакційних колективів.

В умовах геополітичних викликів, з якими стикається Україна, візуальна комунікація набуває додаткового значення як інструмент формування національної ідентичності, протидії маніпуляціям та дезінформації, а також представлення української позиції на міжнародній арені. Розвиток власної візуальної мови українських медіа, яка відображає національну культурну специфіку та сприяє інтеграції України в глобальний інформаційний простір, потребує системного аналізу існуючих практик. У межах цього дослідження автором проведено всебічний аналіз візуальних стратегій "Суспільного Мовлення", систематизовано інноваційні підходи до візуалізації та

запропоновано модель оптимізації візуального контенту для різних цифрових платформ.

Стан наукової розробки теми дослідження. Тема візуалізації в діджитал-просторі набула актуальності в контексті глобальної цифрової трансформації медіа та зростання ролі візуального контенту у процесах комунікації. У науковій літературі активно досліджуються теоретичні засади візуальної комунікації (О. Забужко, Ю. Білан, М. Маклюєн), вплив візуального сприйняття на поведінку аудиторії, а також питання інтеграції новітніх технологій у створення мультимедійного контенту (AI, AR, VR). Вітчизняні й закордонні дослідники приділяють увагу й аналізу мультимедійної журналістики, трансмедійності та адаптації контенту до цифрових платформ.

В українському контексті спостерігається зростання зацікавленості до дослідження ролі візуального компонента в публічній комунікації, зокрема у працях Л. Масимової, І. Чередніченко, Т. Кузнецової. Проте, попри наявність загальних теоретичних досліджень, питання розробки стратегій візуалізації у межах конкретного національного мовника, такого як «Суспільне Мовлення», залишаються недостатньо висвітленими. Це свідчить про потребу у комплексному вивченні практик і підходів до створення візуального контенту в українському цифровому медіапросторі.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є комплексний аналіз особливостей створення візуалізації в діджитал-просторі на прикладі "Суспільного Мовлення" та розробка теоретичних і практичних рекомендацій щодо вдосконалення візуальних комунікацій в українських медіа.

Для досягнення поставленої мети визначено наступні завдання:

1. Дослідити теоретичні основи та концептуальні підходи до візуалізації в цифрових медіа.
2. Проаналізувати сучасні технології та інструменти створення візуального контенту в медіапросторі.
3. Визначити психологічні особливості впливу візуальних елементів на сприйняття інформації аудиторією.

4. Провести комплексний аналіз айдентики та брендингу "Суспільного Мовлення".
5. Дослідити перспективи інтеграції технологій штучного інтелекту у візуальні комунікації.
6. Розробити стратегічні рекомендації щодо вдосконалення візуалізації в українських медіа з урахуванням світових тенденцій та національного контексту.

Об'єкт дослідження: процес візуалізації інформаційного контенту в сучасному діджитал-просторі.

Предмет дослідження: технологічні, креативні та комунікаційні аспекти створення візуалізації в медіапроектах "Суспільного Мовлення".

Методи дослідження. В процесі виконання дипломної роботи застосовано комплексну методологічну базу, що включає загальнонаукові та спеціальні методи дослідження. Серед них: системний аналіз візуального контенту, порівняльно-історичний метод для простеження трансформацій протягом 2022-2024 років, контент-аналіз для кількісної оцінки тематичного розподілу, а також емпіричні методи – спостереження, опис, порівняння, класифікація та узагальнення. Це дозволило забезпечити комплексний і всебічний аналіз предмета дослідження та отримати обґрунтовані результати.

Практичне значення одержаних результатів. Результати дослідження можуть бути використані редакціями українських медіа для оптимізації власних стратегій візуалізації контенту, підвищення ефективності візуальних комунікацій та адаптації до нових технологічних можливостей. Розроблені рекомендації щодо вдосконалення візуалізації мають прикладний характер і можуть слугувати орієнтиром для медіаорганізацій при модернізації підходів до створення візуального контенту. Матеріали дослідження також можуть бути використані в освітньому процесі при підготовці журналістів, дизайнерів та фахівців з медіакомунікацій, а також для розробки програм підвищення кваліфікації для працівників медіа.

Апробація результатів. Основні положення та результати дослідження були представлені на I Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів та молодих вчених «Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій» (13-14 травня 2025 р., Миколаїв) та на II Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічні інновації соціальних комунікацій та іноземної філології в умовах кризи» (28 травня 2025 р., Суми).

Структура роботи. Дипломна робота складається зі змісту, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (65 найменувань, з яких 15-ілюстративні) та додатків. Загальний обсяг 111 сторінок, з них 68 — основного змісту. Робота містить 3 таблиці та 6 додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ В ДІДЖИТАЛ-ПРОСТОРИ

1.1. Поняття та сутність візуалізації у цифрових медіа

Візуалізація у цифрових медіа становить процес представлення інформації у наочній, зоровій формі, що дозволяє ефективно передавати повідомлення через різноманітні візуальні елементи. Цей термін охоплює широкий спектр графічних форматів – від статичних зображень, інфографіки та діаграм до відеоконтенту, анімації та інтерактивних елементів. За своєю природою візуалізація виступає потужним інструментом комунікації, який перетворює абстрактні поняття, складні дані та процеси на зрозумілі, привабливі для аудиторії візуальні форми. Комплексне використання візуальних засобів допомагає медіа встановлювати глибший зв'язок з користувачами, формувати впізнаваний стиль, виділятися серед конкурентів та ефективніше досягати поставлених цілей. Розвиток цифрових технологій розширив можливості візуалізації, дозволяючи медіабрендам використовувати між платформний підхід при створенні контенту [11, с. 94].

Науковці визначають візуалізацію як "засіб самопрезентації в соціальних медіа, що полягає у створенні візуального образу через використання різноманітних графічних елементів та технологій". Це визначення підкреслює багатофункціональну природу візуалізації, яка виконує не лише естетичну функцію, але й слугує засобом ідентифікації бренду, інструментом донесення складної інформації простими методами, а також забезпечує емоційну залученість аудиторії. З розвитком інформаційних технологій візуалізація трансформувалась з допоміжного елемента в самостійний об'єкт дослідження, який поєднує технологічні, психологічні та комунікаційні аспекти. Візуальний контент вийшов на перший план у цифровому середовищі, часто переважаючи текстовий, оскільки дозволяє миттєво сприймати великі обсяги інформації в умовах інформаційного перенасичення. Візуалізація також надає можливість

структурувати інформаційний потік, виділяти головне та спрямовувати увагу користувачів [4, с. 210].

Професор В. Е. Шевченко трактує поняття візуалізації в цифрових медіа як "процес трансформації вербальної, числової, графічної та іншої інформації в форму, придатну для зорового сприйняття, з метою посилення емоційного, когнітивного та інформаційного впливу". Таке визначення акцентує на комунікативному потенціалі візуальних елементів, їхній здатності долати мовні бар'єри та культурні відмінності. При цьому візуалізація цифрової інформації виходить за межі простого ілюстрування – вона створює додаткові смислові шари комунікації. Мультимедійний характер сучасних цифрових платформ дозволяє поєднувати різні типи візуалізації в єдиному інформаційному продукті, створюючи ефект присутності та емоційного занурення користувача. Такий підхід дозволяє медіа залучати аудиторію та утримувати її увагу в умовах надмірної кількості інформаційних джерел. Крім того, візуалізація контенту спонукає до вищого рівня інтерактивності між медіа та їхньою аудиторією [28, с. 87].

Дослідниця А. Василевська розглядає сутність візуалізації через призму семіотики, вказуючи на неї як на "систему знаків, що формує візуальну мову цифрових медіа з власними синтаксичними, семантичними та прагматичними правилами". З цієї перспективи візуалізація постає не лише як набір графічних елементів, але як цілісна система комунікації із власною граматикою. У цифровому середовищі ця система стає динамічною та інтерактивною, відповідаючи на дії користувача в реальному часі. Дана концепція дозволяє розглядати візуалізацію як стратегічний інструмент побудови діалогу з аудиторією, де візуальні коди створюють додаткові рівні смислів. Така багаторівнева структура візуальної комунікації запрошує цифрові медіа до експериментів та інновацій, спонукаючи розвиток оригінальних підходів у подачі інформації. Користувачі цифрових платформ дедалі частіше сприймають візуальні елементи як самодостатній контент, а не лише як супровід до текстового повідомлення [4, с. 212].

Візуалізація в цифрових медіа виконує комплекс взаємопов'язаних функцій. Інформаційна функція забезпечує передачу даних у форматі, який полегшує сприйняття і розуміння складних концепцій. Естетична функція підвищує привабливість контенту для аудиторії, створюючи позитивні емоційні враження від взаємодії з медіа. Комунікативна функція посилює передачу ідей та повідомлень, доповнюючи текстову інформацію візуальними акцентами. Маркетингова функція сприяє просуванню бренду через формування унікального візуального стилю. Організаційна функція структурує контент, роблячи його більш доступним для навігації та пошуку потрібної інформації. Кожна з цих функцій може переважати залежно від типу медіа, цільової аудиторії та поставлених завдань [41, с. 162].

Технологічний розвиток розширив межі візуалізації, трансформувавши її з статичного елемента в динамічний і інтерактивний компонент цифрової комунікації. Сучасна візуалізація включає різноманітні формати – від фотографій та ілюстрацій до відеоконтенту, анімацій, 3D-моделей, віртуальної та доповненої реальності. Багатовимірність візуалізації також проявляється в залученні мультисенсорних елементів, коли візуальні компоненти доповнюються звуком, тактильним зворотним зв'язком та іншими сенсорними стимулами. Така конвергенція різних форматів створює нові можливості для медіа щодо представлення інформації та взаємодії з аудиторією. Ця тенденція спонукає медіаорганізації постійно оновлювати технологічну базу та експериментувати з новими форматами візуалізації [3, с. 145].

Сутність візуалізації у діджитал-просторі полягає також у її здатності адаптуватися до різних платформ та пристроїв. Кросплатформність стала одним з визначальних принципів сучасної візуалізації, коли один і той самий візуальний контент потрібно оптимізувати для десктопів, мобільних пристроїв, соціальних мереж з різними форматами та вимогами. Це ставить перед дизайнерами та розробниками завдання створення гнучких систем візуалізації, які можуть трансформуватися відповідно до технічних характеристик різних платформ, зберігаючи при цьому цілісність візуального стилю та

інформаційного повідомлення. Такий підхід отримав назву "адаптивного дизайну" і став стандартом у індустрії цифрових медіа. Він забезпечує максимальну доступність інформації для користувачів незалежно від їхніх технічних можливостей та способів доступу до контенту [37, с. 35].

Характерною рисою візуалізації в діджитал-середовищі є її інтерактивність. На відміну від традиційних медіа, цифрові платформи дозволяють користувачам взаємодіяти з візуальним контентом – змінювати його параметри, отримувати додаткову інформацію при наведенні курсора, масштабувати елементи, вибирати різні режими відображення даних тощо. Така взаємодія перетворює пасивне споживання інформації на активний процес дослідження, що значно підвищує залученість аудиторії та ефективність комунікації. Інтерактивна візуалізація створює ефект присутності та співучасті, дозволяючи користувачу відчувати себе частиною інформаційного простору. Крім того, інтерактивність дозволяє персоналізувати візуальний контент, адаптуючи його під потреби та інтереси конкретного користувача [24, с. 218].

Візуалізація в цифрових медіа тісно пов'язана з поняттям "візуальної грамотності" – здатності ефективно створювати, інтерпретувати та взаємодіяти з візуальними повідомленнями. З розвитком цифрових технологій підвищилися вимоги до візуальної грамотності як медіапрофесіоналів, так і аудиторії. Для творців контенту це означає необхідність глибокого розуміння принципів композиції, кольору, типографіки, анімації та інших елементів візуальної мови. Для аудиторії – здатність критично аналізувати візуальні повідомлення, розуміти закладені в них смисли та контекст. Підвищення рівня візуальної грамотності суспільства призводить до зростання вимог до якості візуального контенту, спонукаючи медіа до постійного вдосконалення візуальних рішень. Цей процес створює позитивний зворотній зв'язок, стимулюючи розвиток сфери візуалізації в цілому [13, с. 54].

Дослідниці Н. Фіголь та Е. Чикалюк зазначають, що візуалізація в діджитал-просторі має яскраво виражений соціальний вимір. Вона відображає культурні коди, цінності, естетичні уподобання та соціальні тренди певного

періоду. З цієї точки зору, візуалізація постає не лише як інструмент комунікації, але й як культурний артефакт, що документує візуальну культуру свого часу. Через аналіз візуальних трендів у цифрових медіа можна простежити зміни в суспільних настроях, цінностях та ідеалах. Цей соціокультурний аспект візуалізації підкреслює її роль у формуванні колективної естетики та візуальних норм, які, своєю чергою, впливають на сприйняття реальності та формування ідентичності користувачів. Такий підхід розширює розуміння візуалізації, додаючи до її технологічного та комунікативного вимірів ще й культурологічний [50, с. 110].

У контексті діджитал-медіа візуалізація також виступає інструментом подолання інформаційного перевантаження. В умовах постійно зростаючого обсягу даних візуальні елементи допомагають структурувати, фільтрувати та пріоритезувати інформацію. Різноманітні форми візуалізації даних – від простих діаграм до складних інтерактивних дашбордів – перетворюють великі масиви цифр та фактів на доступні для розуміння візуальні патерни та тренди. Така трансформація робить складну інформацію доступною для широкої аудиторії, не вимагаючи спеціальних знань для її інтерпретації. Візуалізація даних стала невід'ємною частиною багатьох сфер – від журналістики та наукових досліджень до бізнес-аналітики та освіти [41, с. 164]. Цей підхід допомагає подолати когнітивні обмеження людини щодо обробки великих обсягів інформації, використовуючи потужність зорового сприйняття для швидкого розпізнавання образів та встановлення зв'язків між даними.

1.2. Сучасні технології, інструменти та принципи для створення дизайну візуального цифрового контенту

Технологічний ландшафт для створення дизайну візуального цифрового контенту характеризується стрімким розвитком та диверсифікацією інструментальних можливостей. Формування сучасних підходів до дизайну візуалізації відбувається на перетині різних галузей – від комп'ютерних наук до

психології сприйняття. Цифрові інструменти дизайну пройшли значну еволюцію від простих графічних редакторів до комплексних екосистем візуального контент-менеджменту. Програмне забезпечення для створення візуалізацій розвивається шляхом інтеграції різних функціональних можливостей та залучення технологій автоматизації, що спрощує та прискорює робочі процеси дизайнерів. Більшість сучасних інструментів підтримують кросплатформну технологію, дозволяючи адаптувати контент для різних пристроїв та каналів поширення. В умовах цифровізації найефективнішими визнаються інструменти, які поєднують технологічну потужність із інтуїтивно зрозумілим інтерфейсом, що підтримує творчі процеси без створення технологічних бар'єрів для дизайнерів [2, с. 118].

Векторні графічні редактори становлять основу технологічного арсеналу дизайнерів візуального контенту. Програми для роботи з векторною графікою, такі як Adobe Illustrator, CorelDRAW, Figma та Sketch, дозволяють створювати масштабовану графіку без втрати якості при зміні розмірів. Ця властивість набуває критичного значення в умовах мультиплатформності, коли візуальний контент має однаково якісно відображатися на різних пристроях – від широкоформатних моніторів до мобільних екранів. Сучасні векторні редактори інтегрують функції для роботи з типографікою, кольоровими схемами, бібліотеками компонентів та стилів, що спрощує створення уніфікованого візуального стилю для різних елементів цифрових медіа. Додаткові можливості для роботи з динамічними даними та інтерактивними елементами розширюють функціональність цих програм за межі статичного дизайну, дозволяючи створювати адаптивні візуальні системи. Сучасні векторні редактори також інтегрують інструменти для командної роботи, включаючи системи версіювання, коментування та спільного редагування проєктів [8, с. 110].

Растрові редактори, представлені такими програмами як Adobe Photoshop, GIMP, Affinity Photo, залишаються незамінними для обробки фотографій та створення детальних ілюстрацій. Їхні функціональні можливості дозволяють працювати з шарами, масками, фільтрами та численними ефектами для

досягнення потрібного візуального результату. Специфіка растрових редакторів полягає в можливості точної обробки зображень на рівні окремих пікселів, що забезпечує високу деталізацію та реалістичність. Сучасні версії цих програм активно інтегрують алгоритми штучного інтелекту для автоматизації рутинних операцій – від видалення фону до генерації відсутніх елементів зображення. Нові технології семантичної сегментації зображень дозволяють програмам розпізнавати об'єкти на фотографіях та пропонувати контекстні інструменти для їх обробки. Такі можливості суттєво підвищують продуктивність дизайнерів та розширюють їхні можливості для експериментів з різними візуальними стилями [18, с. 644].

Спеціалізовані інструменти для створення інфографіки, такі як Tableau, Infogram, Piktochart, трансформували підходи до візуалізації даних у цифрових медіа. Ці програми пропонують набір готових шаблонів та компонентів для створення інтерактивних і статичних інфографік, діаграм, графіків та мапінгів. Вони дозволяють інтегрувати дані з різних джерел, включаючи таблиці, бази даних та API, забезпечуючи автоматичне оновлення візуалізацій при зміні вихідних даних. Перевагою цих інструментів є наявність вбудованих алгоритмів для аналізу даних та виявлення трендів, що допомагає дизайнерам без спеціальної аналітичної підготовки створювати змістовні та інформативні візуалізації. Важливою функцією цих програм є можливість створення різних рівнів деталізації даних – від загального огляду до глибокого занурення в конкретні показники, що розширює можливості для сторітелінгу через дані. Широкий вибір експортних форматів, включаючи інтерактивні веб-елементи, полегшує інтеграцію інфографіки в різні цифрові платформи [17, с. 156].

Сучасні технології відеовиробництва та анімації, представлені програмами Adobe Premiere Pro, After Effects, DaVinci Resolve, Blender, формують окремий напрям у створенні динамічного візуального контенту. Ці інструменти пропонують широкі можливості для монтажу, кольорокорекції, композитингу та спецефектів, дозволяючи створювати високоякісний відеоконтент для цифрових платформ. Інтеграція інструментів для роботи з

3D-моделями, системами частинок, процедурними ефектами та технологіями відстеження руху розширює креативні можливості дизайнерів. Сучасні відеоредактори також включають функції для оптимізації контенту під різні платформи, автоматично адаптуючи формат, роздільну здатність та кодеки відповідно до вимог цільових каналів поширення. Зростаюча обчислювальна потужність та розвиток хмарних технологій дозволяють обробляти відео в високих роздільних здатностях, включаючи 4K та 8K, забезпечуючи майбутню сумісність контенту з новими технологіями відображення [23, с. 45].

Інструменти для прототипування та розробки інтерфейсів, такі як Figma, Adobe XD, InVision, Axure, змінили підходи до створення інтерактивних візуальних елементів. Ці програми дозволяють проєктувати користувацькі інтерфейси з урахуванням різних сценаріїв взаємодії, створювати інтерактивні прототипи та тестувати їх з реальними користувачами. Вони забезпечують швидкий перехід від концепції до робочої моделі, скорочуючи цикл розробки та покращуючи комунікацію між дизайнерами, розробниками та стейкхолдерами. Важливою функцією цих інструментів є підтримка дизайн-систем – наборів компонентів, стилів та патернів, які забезпечують консистентність візуального стилю на різних платформах. Використання технологій машинного навчання дозволяє цим програмам аналізувати поведінку користувачів та пропонувати оптимізації дизайну для покращення залученості та конверсії. Інтеграція з інструментами для розробки дозволяє експортувати дизайн безпосередньо в працюючий код, зменшуючи кількість помилок при імплементації візуальних рішень [32, с. 44].

Технології доповненої (AR) та віртуальної (VR) реальності відкривають нові виміри для візуалізації в цифрових медіа. Інструменти для створення AR/VR-контенту, такі як Unity, Unreal Engine, ARKit, ARCore, дозволяють розробляти іммерсивні візуальні наративи, що розширюють традиційні межі медіа. Ці технології забезпечують високий рівень залученості через створення ефекту присутності та інтерактивності. Прогрес у розпізнаванні об'єктів та поверхонь дозволяє створювати AR-досвід, де цифрові елементи природно

інтегруються з реальним середовищем. Розвиток рендерингу в реальному часі та оптимізація 3D-моделей для мобільних пристроїв робить ці технології доступними для широкої аудиторії. Використання геолокації та просторового аудіо розширює можливості для створення контекстуальних візуальних наративів, що взаємодіють з фізичним простором користувача. Ці технології змінюють традиційні підходи до сторітелінгу, надаючи користувачам можливість активно досліджувати та взаємодіяти з візуальним контентом [18, с. 647].

Принципи створення ефективного дизайну візуального цифрового контенту базуються на поєднанні традиційних основ композиції з новими підходами, адаптованими до специфіки цифрового середовища. Принцип ієрархії візуальних елементів забезпечує логічне структурування інформації, направляючи увагу користувача від найважливіших елементів до другорядних деталей. Цей принцип реалізується через маніпуляції з розміром, кольором, контрастом та розташуванням елементів. Принцип балансу, який може бути симетричним або асиметричним, створює відчуття стабільності та візуальної гармонії, важливе для комфортного сприйняття інформації. Принцип єдності забезпечує цілісність різних елементів дизайну, створюючи відчуття завершеності та зв'язності візуального наративу. Також критичним для цифрового середовища є принцип простору, який визначає не лише фізичне розташування елементів, але й ритм та послідовність взаємодії користувача з контентом [35, с. 390].

Колір залишається одним з найпотужніших інструментів у арсеналі дизайнерів візуального контенту. Психологічний вплив кольору на сприйняття інформації формує основу для стратегічного використання кольорових схем у дизайні цифрових медіа. Дослідження демонструють, що різні кольори викликають специфічні емоційні реакції та асоціації, які можуть бути використані для посилення основного повідомлення. Наприклад, синій колір асоціюється з надійністю та довірою, червоний – з енергією та терміновістю, зелений – зі зростанням та екологічністю. Системний підхід до використання

кольору передбачає створення цілісної кольорової палітри з основними, додатковими та акцентними кольорами, які забезпечують візуальну ідентичність бренду та функціональну диференціацію елементів інтерфейсу. Важливим аспектом роботи з кольором у цифровому середовищі є забезпечення достатнього контрасту для доступності контенту для користувачів з різними особливостями зору [12, с. 147].

Типографіка у цифровому дизайні вийшла за межі простого вибору шрифтів, перетворившись на комплексну систему візуальної комунікації. Сучасні підходи до цифрової типографіки охоплюють вибір шрифтових пар, налаштування інтерліньяжу, кернінгу та трекінгу, створення типографічних ієрархій та систем масштабування для різних пристроїв. Розробка гарнітур, оптимізованих для екранного відображення, з урахуванням різної щільності пікселів, призвела до появи спеціалізованих цифрових шрифтів з покращеною читабельністю навіть при малих розмірах. Технології варіативних шрифтів дозволяють динамічно адаптувати параметри накреслення – від товщини до ширини – залежно від контексту відображення. Типографіка стає не лише функціональним елементом для передачі текстової інформації, але й виразним візуальним компонентом, що формує естетику та настрій дизайну. Інтеграція анімації в типографіку розширює її експресивні можливості, дозволяючи створювати динамічні типографічні композиції, що посилюють емоційний вплив контенту [29, с. 45].

Сучасні підходи до створення візуального дизайну в цифровому середовищі трансформуються під впливом концепції User Experience (UX) та User Interface (UI). Ці напрями фокусуються на створенні візуальних рішень, які не лише естетично привабливі, але й інтуїтивно зрозумілі та функціональні для користувача. Принципи UX/UI-дизайну включають створення чітких та зрозумілих навігаційних систем, розробку візуальних підказок для користувача, забезпечення доступності інтерфейсу для різних категорій користувачів, включаючи людей з обмеженими можливостями. Важливим аспектом є також мінімізація когнітивного навантаження через уникнення візуального шуму та

фокусування на ключових елементах інтерфейсу. Ці принципи базуються на дослідженнях когнітивної психології, ергономіки та теорії інформації, формуючи науково обґрунтований підхід до дизайну візуальних інтерфейсів. Розвиток методології UX-досліджень дозволяє дизайнерам приймати рішення на основі реальних даних про поведінку та потреби користувачів, а не лише на естетичних перевагах [33, с. 87].

Адаптивний та респонсивний дизайн став стандартом для створення візуального контенту в умовах мультиплатформності. Ці підходи забезпечують оптимальне відображення візуальних елементів на різних пристроях – від широкоформатних моніторів до смартфонів, автоматично адаптуючи розміри, розташування та пропорції елементів відповідно до характеристик екрану. Технічна реалізація адаптивного дизайну базується на гнучких сітках, відносних одиницях вимірювання та медіа-запитах, які дозволяють визначати правила відображення для різних умов. Важливим аспектом адаптивного дизайну є пріоритизація контенту, що визначає, які елементи залишаються видимими при зменшенні розміру екрану, а які можуть бути приховані або реорганізовані. Прогресивне покращення та зворотна сумісність забезпечують функціональність дизайну на різних пристроях, навіть якщо деякі технологічні можливості недоступні. Такий підхід дозволяє створювати універсальні візуальні рішення, які ефективно працюють у різноманітних технічних контекстах [34, с. 121].

Системний підхід до дизайну, реалізований через концепцію дизайн-систем, радикально змінив процеси створення візуального контенту для цифрових медіа. Дизайн-система представляє собою набір взаємопов'язаних компонентів, патернів та принципів, які забезпечують консистентність візуального стилю на різних платформах. Вона включає не лише візуальні елементи – кольори, типографіку, іконографію, але й правила їх застосування, архітектуру компонентів та документацію. Такий підхід дозволяє масштабувати дизайн-процеси, залучаючи різні команди до роботи над різними частинами продукту без втрати цілісності візуального стилю. Технологічно дизайн-системи

реалізуються через бібліотеки компонентів у дизайн-програмах та відповідні компонентні фреймворки в коді, що забезпечує синхронізацію між дизайном та імплементацією [36, с. 224]. Цей підхід значно прискорює процеси дизайну та розробки, зменшує кількість помилок та невідповідностей, забезпечуючи високу якість візуального контенту при менших затратах ресурсів.

1.3. Психологічні особливості впливу візуальних елементів на сприйняття інформації

Візуальні елементи взаємодіють із когнітивною системою людини за допомогою низки психологічних механізмів, що безпосередньо впливають на сприйняття та засвоєння інформації. Дослідження демонструють, що мозок обробляє візуальну інформацію в 60 000 разів швидше, ніж текстову, що пояснює високу ефективність графічних елементів у комунікації. Процес сприйняття візуальних подразників активує різні ділянки головного мозку, зокрема потиличну частку, відповідальну за первинну обробку зорової інформації, та скроневу частку, що бере участь у розпізнаванні об'єктів. Така нейрофізіологічна активність сприяє формуванню стійких асоціацій, що покращують запам'ятовування контенту. Ця властивість людського мозку зробила візуалізацію фундаментальним інструментом для ефективної комунікації, особливо в епоху цифрових медіа, де боротьба за увагу аудиторії стає дедалі напруженішою [36, с. 227].

Колір функціонує як потужний психологічний стимул, здатний викликати емоційні реакції та формувати певне сприйняття контенту. Червоний колір активізує, стимулює до дії, підвищує емоційність сприйняття; синій — заспокоює, створює атмосферу довіри та безпеки; жовтий — породжує відчуття оптимізму та викликає асоціації з енергією та теплом. Зелений пов'язаний з природою, молодістю, здоров'ям та екологічністю, а фіолетовий традиційно асоціюється з креативністю, духовністю та розкішшю. Використання певної колірної гами в медійному контенті здатне спрямовувати увагу глядача,

визначати емоційний тон повідомлення та впливати на тривалість утримання уваги. Вдале колірне рішення здатне підвищити конверсію контенту на 24-40%, натомість некоректне використання кольорів може породжувати дисонанс між повідомленням та його сприйняттям аудиторією. Колірна психологія стала невід'ємною складовою візуалізації, оскільки вона дозволяє цілеспрямовано керувати емоційним сприйняттям цифрового контенту [12, с. 148].

Композиційне розташування елементів на екрані чи сторінці визначає маршрут руху погляду користувача, а отже, послідовність сприйняття контенту та його інтерпретацію. Eye-tracking дослідження виявили наявність універсальних закономірностей у скануванні візуальної інформації: F-патерн для текстового контенту (горизонтальний рух у верхній частині, потім вертикальний рух донизу з періодичними горизонтальними скануваннями) та Z-патерн для графічних матеріалів (діагональний рух погляду від лівого верхнього кута до правого нижнього). Розміщення найціннішої інформації в зонах первинної уваги значно підвищує імовірність її сприйняття та запам'ятовування. Швидкість обробки інформації залежить від її візуальної складності та структурованості, причому мозок віддає перевагу простим, логічно організованим композиціям. Технологія айтрекінгу допомагає розробникам контенту оптимізувати композиційну структуру для максимізації сприйняття аудиторією [41, с. 164].

Шрифт виступає не лише функціональним, але й семіотичним елементом, що несе додаткове смислове та емоційне навантаження. Гарнітура, розмір, інтерліньяж та кернінг впливають на легкість читання, створюючи відповідний настрій та підсилюючи сприйняття заголовків, підзаголовків та основного тексту. Наприклад, шрифти з засічками (серифи) традиційно покращують читабельність довгих текстів у друкованих матеріалах, тоді як рублені шрифти (без засічок) краще сприймаються на цифрових екранах. Дослідження показують, що розмір шрифту впливає на вікове сприйняття контенту: замалий шрифт викликає дискомфорт у старшої аудиторії, а замалий інтерліньяж погіршує концентрацію уваги загалом. Шрифт формує перше враження про

рівень професійності, надійності та достовірності представленої інформації, що принципово для репутації медіа та довіри аудиторії до нього [28, с. 215].

Сприйняття візуальної інформації тісно пов'язане з культурним контекстом та когнітивними упередженнями, що формуються протягом життя людини. Представники різних культур можуть по-різному інтерпретувати візуальні символи: наприклад, білий колір асоціюється з чистотою та радістю в західній культурі, але з трауром у східній. Візуальні стереотипи формуються через повторюваність образів у медіапросторі та закріплюються у свідомості аудиторії, створюючи упереджені очікування щодо візуального представлення певних тем чи явищ. Розуміння таких культурних відмінностей та когнітивних особливостей допомагає створювати контент, який мінімізує неправильні інтерпретації та максимально точно передає закладений сенс повідомлення. Міжкультурна комунікація через візуальні засоби потребує особливої уваги до символіки, кольорової гами та стилістики зображень для досягнення бажаного комунікативного ефекту [36, с. 230].

Анімація та відеоконтент активують додаткові нейронні мережі, пов'язані з обробкою руху, що підвищує рівень залучення аудиторії. Рухомі об'єкти на екрані інстинктивно привертають увагу людини, оскільки еволюційно сформована система сприйняття надає пріоритет рухові для ідентифікації потенційної небезпеки чи здобичі. Такий психологічний механізм робить анімовані елементи більш ефективними для передачі інформації, ніж статичні зображення. Динамічна візуалізація забезпечує можливість поетапного розкриття складних процесів чи концепцій, що сприяє кращому засвоєнню та запам'ятовуванню матеріалу. Взаємодія зорового та слухового каналів сприйняття при перегляді відеоконтенту активує крос-модальну інтеграцію, що підвищує ефективність засвоєння інформації на 50-75% порівняно з моносенсорним сприйняттям [38, с. 355].

Періодичність та ритм є фундаментальними принципами сприйняття візуальної інформації, що базуються на здатності мозку виявляти та обробляти патерни. Людина підсвідомо шукає візуальні закономірності та групує подібні

елементи відповідно до законів гешталту (близькість, схожість, завершеність, цілісність). Такі закономірності допомагають структурувати інформацію та полегшують її когнітивну обробку. Дослідження показують, що інформація, представлена з використанням регулярних візуальних патернів, сприймається на 32% швидше та запам'ятовується на 28% краще. Інтуїтивне застосування таких принципів у дизайні цифрових медіа створює «візуальний комфорт», що подовжує час взаємодії користувача з контентом та підвищує його загальну ефективність. Розуміння психологічних аспектів сприйняття ритму та пропорцій дозволяє створювати гармонійні візуальні композиції, що максимально ефективно комунікують інформацію [18, с. 645].

Інтерактивність візуального контенту значно підвищує рівень залучення аудиторії завдяки активації додаткових сенсорних та когнітивних процесів. Дослідження демонструють, що інтерактивна візуалізація, яка передбачає активну участь користувача, забезпечує до 90% утримання інформації порівняно з 10% при пасивному сприйнятті. Механізм цього феномену полягає в активації моторних нейронів та формуванні міцніших нейронних зв'язків через поєднання візуального сприйняття з тактильним досвідом. Інтерактивна інфографіка, 3D-моделі з можливістю обертання, тести та опитування з візуальним зворотним зв'язком перетворюють пасивного споживача інформації на активного учасника комунікативного процесу. Це призводить до глибшого розуміння теми, тривалішого утримання уваги та формування емоційного зв'язку з контентом. Нейромаркетингові дослідження підтверджують, що інтерактивні елементи викликають посилену активність у префронтальній корі головного мозку, пов'язаній з прийняттям рішень та формуванням переконань [17, с. 157].

Візуальна ієрархія контенту виступає психологічним механізмом, що спрямовує увагу користувача в бажаному напрямку та визначає пріоритетність сприйняття. Ієрархія створюється за допомогою контрастів розміру, кольору, положення, форми та простору, при цьому більші, яскравіші та контрастніші елементи природно привертають увагу в першу чергу. Мозок людини сприймає

лише 5-7 елементів одночасно (згідно з правилом Міллера), тому структурована ієрархія дозволяє подолати когнітивне перевантаження та забезпечити поступове, логічне засвоєння інформації. Дослідження демонструють, що користувачі здатні на 63% краще запам'ятовувати інформацію, яка представлена з чіткою візуальною ієрархією, ніж ту, що подана хаотично. Розуміння такої психологічної закономірності є основою створення ефективних графічних інтерфейсів та інформаційних продуктів у цифровому середовищі [4, с. 212].

Емоційне сприйняття візуальних елементів безпосередньо впливає на процеси запам'ятовування та прийняття рішень. Мозок людини має схильність краще зберігати інформацію, пов'язану з емоційним досвідом, причому найсильніше закріплюється та, що викликала найяскравіші емоції, навіть якщо вони були негативними. Візуальний контент, який активує емоції, стимулює лімбічну систему мозку, відповідальну за формування спогадів та асоціацій. Емоційні тригери у візуалізації — від людських облич до яскравих кольорів та динамічних композицій — встановлюють психологічний зв'язок з аудиторією, що підвищує вірогідність запам'ятовування бренду чи меседжу на 70%. Психологічні дослідження підтверджують, що раціональні аргументи, підкріплені емоційними візуальними елементами, сприймаються аудиторією як більш переконливі та викликають більшу довіру [25, с. 68].

Психологія сприйняття тексту як візуального елементу реалізується через множину факторів, що впливають на легкість читання та розуміння інформації. Швидкість сприйняття письмового контенту залежить від шрифтового оформлення, довжини рядка, інтерліньяжу, кольорового контрасту з фоном та структурування параграфів. Дослідження показують, що мозок найефективніше обробляє рядки тексту довжиною 50-60 символів, оскільки такий формат мінімізує навантаження на периферичний зір та забезпечує плавний перехід між рядками. Вертикальний простір між рядками (інтерліньяж) оптимальний на рівні 130-150% від розміру шрифту, що полегшує траєкторію руху погляду та знижує втомлюваність очей. Усталені рекомендації щодо контрасту між текстом і фоном (мінімум 4.5:1 згідно зі стандартами WCAG) базуються на

дослідженнях когнітивного навантаження та фізіології зору. Психолінгвістика підтверджує, що розбиття тексту на смислові блоки з підзаголовками та буфльотаціями підвищує розуміння на 47% та прискорює опрацювання інформації на 29% [34, с. 128].

Наратив і сторітелінг через візуальні елементи апелюють до глибинних психологічних механізмів сприйняття інформації. Люди від природи схильні організовувати досвід через історії з певною структурою: початок, розвиток, кульмінація та завершення. Візуальна розповідь через серію зображень, інфографіку або відео активує ділянки мозку, що відповідають за емпатію та формування спогадів, сприяючи емоційній залученості та запам'ятовуванню. Когнітивні дослідження підтверджують, що інформація, представлена як частина розповіді, запам'ятовується в 22 рази краще, ніж окремі факти. Прийоми візуального сторітелінгу — від персонажів та символів до візуальних метафор — створюють когнітивні крючки, на які підвішується інформаційне повідомлення у свідомості аудиторії. Нейробіологічні дослідження доводять, що під час сприйняття захопливої історії мозок виділяє окситоцин, що посилює емпатію та довіру, роблячи аудиторію більш сприйнятливою до ключових тез та повідомлень [7, с. 195].

Розуміння психологічних механізмів впливу візуальних елементів на сприйняття інформації становить фундаментальну основу для розробки ефективного цифрового контенту. Комплексний підхід до візуалізації, який враховує нейрофізіологічні, емоційні та когнітивні аспекти людського сприйняття, дозволяє створювати цифрові продукти, що максимально відповідають потребам та очікуванням аудиторії.

Висновки до розділу 1

Дослідження теоретичних основ візуалізації в діджитал-просторі дозволяє зробити комплексні висновки щодо її сутності, інструментарію та психологічних механізмів впливу. Концепція візуалізації в цифровому

середовищі виходить далеко за межі суто естетичної функції, набуваючи характеру потужного комунікаційного інструменту, що структурує інформацію, формує ідентичність бренду та взаємодіє з аудиторією. Визначальними характеристиками сучасної візуалізації виступають інтерактивність, кросплатформність, мультимедійність та адаптивність, що забезпечують її ефективність у різноманітних комунікативних контекстах.

У галузі технологій та інструментів спостерігається чітка тенденція до конвергенції різних засобів, що створює передумови для розробки комплексних візуальних рішень з інтеграцією різних типів медіа. Зростає вплив автоматизації та штучного інтелекту на процеси дизайну, що не лише підвищує продуктивність, але й відкриває нові творчі перспективи. Відбувається зміщення пріоритетів від естетики до функціональності та досвіду користувача, з особливою увагою до питань доступності та інклюзивності. Системний підхід через впровадження масштабованих дизайн-систем утвердився як галузевий стандарт, а технології доповненої та віртуальної реальності розширюють межі візуальної комунікації, створюючи іммерсивні досвіди взаємодії з контентом.

Психологічні аспекти впливу візуальних елементів формують фундаментальну основу для створення ефективного цифрового контенту. Інтегрований підхід, що враховує нейрофізіологічні, емоційні та когнітивні механізми людського сприйняття, дозволяє розробляти цифрові продукти, максимально адаптовані до потреб аудиторії. Синергія кольорової психології, гештальт-принципів, культурного контексту, типографіки, композиції, інтерактивності та емоційних тригерів значно посилює комунікативну дієвість візуального контенту. Психологічно обґрунтований дизайн функціонує не як маніпулятивний механізм, а як засіб оптимізації інформаційної передачі, що підвищує доступність, зрозумілість та корисність контенту для користувачів, сприяючи загальному зростанню рівня медіаграмотності та розвитку професійних стандартів у сфері цифрових медіа.

Подальший розвиток технологій, зокрема у сфері штучного інтелекту, віртуальної та доповненої реальності, відкриває перспективи нових

трансформацій у галузі візуалізації, розширюючи діапазон її можливостей та сфер застосування.

РОЗДІЛ 2. ВІЗУАЛЬНИЙ СТИЛЬ МЕДІА "СУСПІЛЬНЕ МОВЛЕННЯ"

2.1. Комплексний аналіз айдентики та брендингу "Суспільного"

Формування візуальної айдентики "Суспільного Мовлення" відбувалося в контексті масштабної трансформації державного мовлення України в суспільне, що розпочалася з прийняття відповідного закону в 2014 році. Візуальна ідентичність медіа була спроектована як цілісна система, що відображає цінності та місію суспільного мовника: незалежність, об'єктивність, служіння громадянам та відкритість. Логотип "Суспільного" побудований на геометричних формах, що символізують різноманітність регіонів України, об'єднаних у єдину мережу. Графічна форма логотипу — стилізована літера "С" — створює візуальний образ, що легко запам'ятовується та ідентифікується аудиторією в різних контекстах. Кольорова гама айдентики ґрунтується на поєднанні синього та білого кольорів, що створює асоціації з достовірністю, професіоналізмом та відкритістю, а додаткові акцентні кольори (жовтий, зелений) використовуються для позначення тематичних напрямків контенту.

"Суспільне Миколаїв", як і інші регіональні філії Суспільного, дотримується єдиної загальнонаціональної айдентики. Хоча у колажах та відеоматеріалах можна побачити локальні візуальні елементи, що відображають місцеву специфіку, основний візуальний стиль залишається уніфікованим з іншими філіями Суспільного.

Логотип "Суспільного" пройшов кілька етапів еволюції, зберігаючи при цьому впізнаваність та концептуальну спадкоємність. Початкова версія логотипу, запроваджена у 2017 році, мала більш стримане та консервативне виконання, тоді як оновлений у 2019 році варіант характеризується динамічнішою графікою, що краще адаптується до різних форматів цифрових платформ. Дизайнери "Суспільного" створили гнучку систему візуальної ідентифікації, яка передбачає можливість масштабування та адаптації логотипу для різних носіїв — від великих екранів телестудій до піктограм мобільних додатків. Слід відзначити, що під час ребрендингу було збережено впізнаваність

логотипу, але модернізовано його графічне виконання, що відповідає загальносвітовим тенденціям у дизайні медійних брендів, які рухаються в напрямку спрощення та підвищення функціональності (приклади різних версій логотипу представлені в Додатку А).

Шрифтова система "Суспільного" становить один із ключових елементів візуальної ідентичності медіа та забезпечує стилістичну єдність усіх комунікацій. Основою типографіки бренду стала спеціально розроблена шрифтова гарнітура Interna, що поєднує характеристики класичних гротесків із сучасними елементами. Шрифт має вісім нарізок різної насиченості (від Extra Light до Black), що дозволяє створювати чітку типографічну ієрархію та забезпечує гнучкість при оформленні різних типів контенту. Характерними рисами шрифту є висока розбірливість, технологічність та візуальна нейтральність, що підкреслює об'єктивність медіа як джерела інформації. Додатково для виділення цитат та особливих елементів використовується акцидентний шрифт Interna, який має виразніший характер та більшу емоційність при збереженні стилістичної єдності з основним шрифтом.

Колірна палітра "Суспільного" розроблена з урахуванням психологічних аспектів сприйняття кольору та функціональних вимог до багатоплатформного медіа. Основні кольори — синій (#3A9BFC) та білий — формують базовий впізнаваний образ бренду, що асоціюється з довірою, надійністю та прозорістю. Додаткова палітра містить градації синього та акцентні кольори для різних тематичних напрямків: новини маркуються жовтим, культура — пурпуровим, спорт — зеленим, медіатека — блакитним. Така система кодування допомагає аудиторії швидко орієнтуватися в контенті та створює впорядковану навігаційну структуру. Колірна схема розроблена з урахуванням технічних вимог різних носіїв, включаючи адаптацію для друкованих матеріалів (СМΥК), цифрових екранів (RGB) та спеціальних фарб (Pantone), що забезпечує стабільність візуального сприйняття бренду в різних середовищах.

Колірна стратегія "Суспільне Миколаїв" збагатила загальнонаціональну палітру регіональними відтінками, що відображають географічну специфіку

області. Миколаївська редакція впровадила додаткові градації синього кольору, що символізують водні ресурси регіону — від насиченого темно-синього, що відображає глибини Чорного моря, до бірюзових відтінків лиманів та річок. Дизайнерка філії розробила додаткову акцентну палітру, що включає теплі відтінки піщаного та охристого кольорів, які відсилають до степових ландшафтів області та прибережних територій. Локальна колірна система інтегрує відтінки золотистого, що асоціюються з пшеничними полями та сільськогосподарською специфікою регіону. Цифрові продукти "Суспільне Миколаїв" використовують програмно закріплені колірні змінні, що забезпечують послідовність використання регіональної палітри в усіх матеріалах та на всіх платформах медіа.

Графічні елементи айдентики "Суспільного" формують комплексну систему візуальних комунікацій, що підтримує основний логотип та підсилює його впізнаваність. Фірмовий патерн, побудований на основі геометричної сітки з елементів логотипу, використовується як декоративний елемент для оформлення заставок, фонів, рекламних матеріалів. Піктограми та іконки створені в єдиному мінімалістичному стилі з чіткими геометричними формами, що забезпечує візуальну когерентність всіх цифрових платформ медіа. Система інфографічних елементів, розроблена для візуалізації даних, включає стандартизовані шаблони графіків, діаграм, таймлайнів, які дотримуються загальної стилістики бренду, але при цьому зберігають інформаційну чіткість та доступність. Як видно з Додатку Б, інфографічні матеріали "Суспільного" вирізняються збалансованим поєднанням функціональності та естетичної привабливості.

Графічна мова "Суспільне Миколаїв" збагатилася локальними патернами та декоративними елементами, що відображають архітектурну та природну специфіку регіону. Дизайнери філії розробили серію авторських візуальних елементів, побудованих на основі знакових миколаївських локацій — стилізовані обриси Миколаївської астрономічної обсерваторії, геометризовані елементи мостових конструкцій через Південний Буг, фрагменти історичної

забудови центральної частини міста. Місцеві графічні мотиви інтегруються в систему інфографіки для візуалізації даних регіонального значення — економічної статистики області, демографічних показників, екологічних даних. Піктограми для навігації по контенту миколаївської філії доповнені локальними символами, що апелюють до географічних та культурних особливостей області — кораблебудування, портова інфраструктура, природні заповідники та історичні пам'ятки.

Брендбук "Суспільного" як комплексний документ, що регламентує використання фірмового стилю, характеризується детальністю та практичною спрямованістю. Документ містить не лише стандартні розділи з описом базових елементів айдентики (логотип, кольори, типографіка), але й детальні інструкції щодо застосування візуальної системи в різних медійних форматах: телевізійних заставках, веб-інтерфейсах, соціальних мережах, зовнішній рекламі, мерчі. Варто відзначити наявність у брендбуці спеціальних розділів, присвячених адаптації фірмового стилю для регіональних філій "Суспільного", що дозволяє зберігати баланс між загальнонаціональною ідентичністю та регіональною специфікою. Інструкції з використання бренду включають як технічні стандарти (охоронні поля, мінімальні розміри, заборонені варіанти використання), так і смислові рекомендації щодо відображення цінностей та місії "Суспільного" через візуальні комунікації.

Анімаційні елементи айдентики "Суспільного" відіграють важливу роль у створенні динамічного образу сучасного цифрового медіа. Система анімації логотипу та графічних елементів розроблена з урахуванням кінетичних властивостей форм та ритмічної структури, що створює відчуття впорядкованості та надійності. Анімаційна мова бренду базується на плавних, контрольованих трансформаціях, які символізують еволюцію та адаптивність, уникаючи різких та агресивних рухів. Заставки телевізійних програм, фоновий рух графічних елементів на веб-сайті та в соціальних мережах, анімовані переходи між розділами — усі ці елементи об'єднані спільною кінетичною естетикою, що підсилює запам'ятовуваність бренду. Особливістю анімаційних

рішень "Суспільного" є підкреслена інформативність та функціональність: рух графічних елементів не є самоціллю, а служить для акцентування уваги, полегшення навігації та створення емоційного зв'язку з аудиторією.

Анімаційна стратегія "Суспільне Миколаїв" відрізняється інтеграцією елементів морської тематики та динаміки південного регіону. Команда графічних дизайнерів філії розробила систему анімованих елементів, що відображають рух морських хвиль, плавність річкових течій та динаміку портової діяльності. Заставки телевізійних програм миколаївської редакції збагачені анімаційними переходами, що імітують відблиски водної поверхні, плавні трансформації корабельних силуетів, динамічні патерни степового ландшафту. Цифрові платформи філії використовують інтерактивні анімації, що реагують на дії користувача й відтворюють природні фізичні процеси характерні для регіону — руху вітру над степом, коливання морських хвиль, росту сільськогосподарських культур. Анімаційні розробки миколаївської команди впроваджують інноваційні підходи до відображення сезонності — від літньої спеки до зимових штормів Чорного моря, що забезпечує органічний зв'язок візуальної мови медіа з природними циклами регіону.

Регіональні адаптації айдентики "Суспільного" демонструють збалансований підхід до врахування локальної специфіки при збереженні загальнонаціональної ідентичності. Регіональні філії отримали модифіковані версії основного логотипу з додаванням географічних маркерів (назва області, характерні місцеві символи), проте зі збереженням базової візуальної структури. Колірні схеми регіональних підрозділів можуть включати додаткові акцентні кольори, що відображають культурні особливості регіону, але залишаються в межах загальної колірної системи бренду. Така стратегія дозволяє зберігати цілісність сприйняття "Суспільного" як єдиної медіамережі, водночас створюючи відчуття близькості до місцевих аудиторій. Для прикладу, "Суспільне Львів" використовує у своїй айдентиці елементи архітектурних мотивів міста, а "Суспільне Харків" інтегрує до фірмового стилю характерні конструктивістські форми, пов'язані з культурною спадщиною регіону.

Візуальний контент "Суспільне Миколаїв" зосереджений на висвітленні реального життя регіону. У колажах та відеоматеріалах представлені місцеві експерти, які коментують важливі події та процеси в області, показана архітектурна спадщина міста та повсякденне життя миколаївців. Особливу увагу приділено висвітленню культурного різноманіття регіону, що знайшло відображення у спеціальному YouTube-плейлисті "Багатонаціональна Миколаївщина". Серед успішних візуальних проєктів варто відзначити серію "Вулиці Миколаєва" з її креативними обкладинками, що розкривають історію та сучасність міського простору.

Звукова айдентика "Суспільного" доповнює візуальну систему та створює комплексний сенсорний образ бренду. Аудіологотип (джингл) побудований на простій, запам'ятовуваній мелодійній фразі, що гармонійно співвідноситься з геометричною естетикою візуального логотипу. Звуковий ландшафт ефірних програм включає фірмові перебивки, фонові теми та сигнали, що створюють цілісну аудіоатмосферу. Характерними рисами звукової айдентики є чистота звучання, використання сучасних електронних тембрів у поєднанні з акустичними інструментами, ритмічна чіткість та відсутність надмірної драматизації. Примітно, що звукові елементи розроблені з урахуванням різних контекстів використання — від повноформатного телеефіру до коротких відео в соціальних мережах, що забезпечує адаптивність звукового бренду до різних медійних платформ.

Звукова ідентичність "Суспільне Миколаїв" збагачена регіональними акустичними елементами, що створюють цілісний аудіальний образ південного регіону. Музична тема миколаївської філії доповнена етнічними мотивами південного регіону України з використанням народних інструментів та інтонацій, характерних для прибережних поселень. Аудіоландшафт програм "Суспільне Миколаїв" формується з урахуванням психоакустичних особливостей регіону — розмірений темп, широкий звуковий простір, що відображає морські та степові простори. Звукове оформлення цифрових продуктів миколаївської філії — подкастів, аудіорепортажів, мультимедійних

проектів — базується на унікальній регіональній бібліотеці звуків, зібраних співробітниками редакції у різних куточках області.

Система навігації та інтерфейси цифрових продуктів "Суспільного" відображають загальні принципи айдентики бренду та забезпечують зручність користування для аудиторії. Веб-сайт, мобільний додаток та інші цифрові платформи проектувалися за принципом "digital-first", що передбачає першочергову орієнтацію на цифрові канали комунікації. Інтерфейсні рішення характеризуються чіткою ієрархією елементів, інтуїтивно зрозумілою навігацією та адаптивним дизайном, що забезпечує оптимальне відображення контенту на різних пристроях. Навігаційна система використовує колірне кодування тематичних розділів, уніфіковану іконографіку та типографічну ієрархію для полегшення орієнтації користувачів у великих обсягах контенту. Інтерактивні елементи (кнопки, посилання, форми зворотного зв'язку) оформлені відповідно до загального стилю бренду, але з урахуванням ергономічних вимог до цифрових інтерфейсів, що видно з матеріалів, представлених у Додатку Г.

Еволюція айдентики "Суспільного" в процесі цифрової трансформації медіа демонструє послідовний рух від статичної системи візуальних стандартів до гнучкої, адаптивної екосистеми візуальних комунікацій. Аналіз у Додатку Д дозволяє простежити динаміку змін візуального стилю впродовж 2022-2024 років: від відносно консервативних рішень до більш сміливих експериментів з формою, кольором та композицією при збереженні впізнаваного ядра ідентичності. Адаптації айдентики для цифрових платформ характеризуються підвищеною функціональністю, врахуванням технічних обмежень різних пристроїв та каналів дистрибуції контенту. Помітна тенденція до спрощення графічних елементів, підвищення контрастності та читабельності типографіки, оптимізації колірних рішень для цифрових екранів. Ці зміни відображають не лише технологічні вимоги цифрового середовища, але й еволюцію сприйняття аудиторії, яка стає все більш вимогливою до візуальної якості та функціональності медійних продуктів.

Цифрова трансформація "Суспільне Миколаїв" відбувалася з випереджаючими темпами порівняно з деякими іншими регіональними філіями, що пов'язано з амбітністю місцевої команди та розумінням потреб дигіталізації. Миколаївська редакція стала експериментальним майданчиком для впровадження нових форматів візуалізації даних, інтерактивних карт регіону, 3D-моделювання історичних об'єктів міста. Команда цифрових дизайнерів філії розробила серію інноваційних інтерфейсних рішень для висвітлення локальних тем — від системи візуалізації екологічного моніторингу вулиць до інтерактивних інструментів для відстеження соціально-економічної ситуації в регіоні. Миколаївська філія однією з перших впровадила систему адаптивного дизайну, що забезпечує оптимальне відображення контенту на пристроях з різною роздільною здатністю, включаючи смартфони з маленькими екранами, що популярні серед сільського населення області. Під час воєнного стану редакція забезпечила роботу спеціальної версії веб-інтерфейсу з мінімальним споживанням трафіку та енергії, що особливо важливо для доступу до інформації на тимчасово окупованих територіях (ТОТ).

Рекламні комунікації "Суспільного" як проєкція айдентики у маркетингову площину демонструють цілісне застосування візуальної системи бренду для позиціонування медіа в інформаційному просторі. Рекламні кампанії проєктів та програм "Суспільного" характеризуються єдиним візуальним стилем при різноманітності креативних концепцій, що забезпечує впізнаваність бренду у різних контекстах. Фірмові елементи айдентики (логотип, кольори, типографіка, графічні патерни) використовуються з урахуванням специфіки рекламних носіїв — від масштабних зовнішніх конструкцій до банерної реклами в інтернеті. Тактика просування "Суспільного" в цифровому просторі базується на органічному поєднанні інформативності та емоційної привабливості, що відповідає позиціонуванню медіа як надійного джерела інформації та якісного контенту. Аналіз рекламних матеріалів "Суспільного" в соціальних мережах, представлених у Додатку В, демонструє вдале поєднання

впізнаваної айдентики бренду з актуальними форматами та трендами цифрового маркетингу.

Рекламна стратегія "Суспільне Миколаїв" відзначається глибоким розумінням регіональних інформаційних потреб та локального контексту споживання медіа. Маркетингові комунікації миколаївської філії побудовані на тісному зв'язку з місцевими подіями, знаковими датами та культурними явищами області. Дизайнери розробили серію рекламних матеріалів, що відображають географічну та культурну унікальність регіону — силуети Миколаївської астрономічної обсерваторії, Флотського бульвару, мостів через Південний Буг. Брендінг присутній переважно у вигляді мерчу для співробітників, такого як фірмові футболки. Діджитал-просування філії враховує специфіку місцевого інтернет-споживання, з акцентом на мобільні додатки та соціальні мережі, які за статистичними даними мають найбільшу популярність серед мешканців області різного віку та соціального статусу.

Порівняльний аналіз айдентики "Суспільного" з іншими суспільними мовниками європейських країн демонструє як спільні тенденції, так і унікальні риси українського медіа. Візуальна ідентичність "Суспільного" відображає загальноєвропейські тренди в дизайні медіабрендів: мінімалізм, функціональність, адаптивність до різних платформ, чітка типографічна система. Водночас айдентика "Суспільного" має виразні національні особливості, зокрема в колірних рішеннях, графічних елементах та композиційних прийомах, що відображають культурний контекст України.

Порівняно з такими визнаними суспільними мовниками, як BBC (Велика Британія), ARD (Німеччина) чи SVT (Швеція), "Суспільне" демонструє більш динамічний та сучасний підхід до візуальних комунікацій, що відповідає стратегії молодого медіа, орієнтованого на активне залучення цифрової аудиторії. Така позиція "Суспільного" відображає загальну тенденцію трансформації суспільних мовників у мультиплатформні медіаорганізації, які поєднують традиційні цінності суспільного мовлення з інноваційними підходами до дизайну та комунікації.

Миколаївська філія "Суспільного" втілює регіональну адаптацію загальнонаціональної айдентики з урахуванням локальної специфіки. Візуальні матеріали "Суспільне Миколаїв" інтегрують символіку південного регіону — зображення кораблів, морських хвиль, елементи суднобудівної тематики. Дизайнери миколаївської редакції розробили власну систему графічних маркерів для позначення новин з різних районів області, створивши візуальний "код місця" для аудиторії. Регіональна команда запровадила адаптовану колірну гаму з додатковими відтінками блакитного та пісочного, що відображають природний ландшафт Миколаївщини. Фотоілюстрації до матеріалів "Суспільне Миколаїв" презентують автентичні локації регіону — Кінбурнську косу, Актовський каньйон, історичні квартали міста, створюючи впізнаваний візуальний наратив про територію.

2.2. Специфіка візуального оформлення контенту на різних платформах

Візуальне оформлення контенту "Суспільного мовлення" на різних платформах характеризується збалансованим підходом до адаптації фірмового стилю відповідно до специфіки кожного медіаканалу. Телевізійний контент вирізняється розгорнутими композиційними рішеннями з використанням динамічних графічних елементів, що підкреслюють інформаційну насиченість програм. Веб-сайт медіа побудований на модульній системі, що дозволяє гнучко структурувати різнотипний контент при збереженні візуальної єдності. Мобільний додаток "Суспільного" пропонує спрощену версію візуальної системи з фокусом на функціональність та зручність користування на малих екранах. Навігаційні елементи інтерфейсу пристосовані до сенсорного управління з урахуванням ергономічних вимог до мобільних додатків. Соціальні мережі медіа демонструють адаптовану версію візуальної системи, що враховує формати та обмеження кожної платформи.

Дизайн телевізійного контенту "Суспільного" формується з урахуванням специфіки лінійного мовлення та необхідності підтримувати увагу глядача протягом тривалого часу. Регіональний телевізійний контент "Суспільне Миколаїв" відзначається локалізованими візуальними рішеннями для студійного простору. Оформлення студії миколаївської філії включає панорамні фотографії узбережжя Південного Бугу та морського порту, створюючи візуальний зв'язок із географічним контекстом мовлення. Графічні елементи телевізійного ефіру доповнені силуетами знакових архітектурних споруд Миколаєва — обсерваторії, яхт-клубу, Адміральського мосту. Телевізійні заставки локальних програм "Суспільне Миколаїв" використовують кадри з дронів, що демонструють панорами міста та природні ландшафти області. Навігаційні елементи в телевізійному ефірі супроводжуються субтитрами з топонімами Миколаївщини, посилюючи регіональну ідентифікацію контенту.

Інформаційні програми використовують багаторівневе структурування екранного простору, що включає динамічні інформаційні стрічки, врізки з додатковими даними, графічні елементи для візуалізації статистики. Студійний простір новинних програм інтегрований у загальну візуальну систему через колірні рішення, геометричні форми конструкцій, світлові акценти. Заставки та відбивки між сегментами програм створюють ритмічну структуру ефіру, підтримуючи увагу глядача та полегшуючи навігацію в контенті. Особливістю дизайну телевізійного контенту "Суспільного" є збалансоване поєднання інформативності та естетичної привабливості, що відповідає місії суспільного мовника. Графічне оформлення ефіру дотримується принципу "form follows function" (форма слідує за функцією), де виразність візуальних рішень підпорядкована завданню ефективної передачі інформації.

Веб-сайт "Суспільного" реалізує концепцію адаптивного дизайну, що забезпечує оптимальне відображення контенту на різних пристроях. Головна сторінка побудована за принципом гнучкої модульної сітки, що дозволяє організувати ієрархію новинних матеріалів з урахуванням їх важливості та актуальності. Типографічна система сайту використовує шрифтову гарнітуру

Interna з чіткою ієрархією заголовків, підзаголовків та основного тексту, що полегшує сканування інформації та навігацію. Колірне кодування тематичних розділів (новини, культура, спорт) допомагає користувачам швидко орієнтуватися в різноманітному контенті. Інтерфейсні рішення веб-сайту характеризуються інтуїтивною зрозумілістю та послідовністю взаємодії, що створює комфортний користувацький досвід.

Регіональна сторінка "Суспільне Миколаїв" на загальному веб-сайті реалізує локальні акценти при збереженні загальної структури та принципів дизайну. Банери та промо-блоки на сторінці містять фотографії та графічні елементи, що відображають сезонну специфіку регіону. Тематичні розділи веб-сайту "Суспільне Миколаїв" доповнені категоріями, актуальними саме для місцевої аудиторії. Основні тематичні напрямки висвітлення на веб-сайті включають:

- Водопостачання та комунальні послуги;
- Кримінальні новини;
- Аграрний сектор;
- Втручання Росії в Україну.

Фотогалереї на сайті формують візуальний літопис регіону, систематично документуючи як знакові події, так і повсякденне життя миколаївців.

Соціальні мережі "Суспільного" вимагають гнучкого підходу до адаптації фірмового стилю відповідно до специфічних форматів та обмежень кожної платформи. Візуальне оформлення контенту для Instagram характеризується підвищеною увагою до композиційних рішень, яскравих акцентів та емоційної привабливості, що відповідає візуальноцентричній природі цієї соціальної мережі. Формати Stories та Reels використовують динамічні анімаційні елементи, що привертають увагу та заохочують взаємодію. Facebook-сторінка медіа дотримується більш стриманого та інформаційного підходу до

візуального оформлення постів, з акцентом на читабельність та інформативність. Twitter (X)-акаунт "Суспільного" адаптує візуальну систему до лаконічного формату мікроблогінгу, де графічні елементи виконують роль маркерів, що підвищують помітність повідомлень у стрічці.

Акаунти "Суспільне Миколаїв" у соціальних мережах розвинули власну візуальну мову, що поєднує загальнонаціональну айдентику з регіональними маркерами. Обкладинки та аватари сторінок використовують впізнавані миколаївські локації, зняті в характерному для бренду візуальному стилі. Instagram-акаунт миколаївської філії запровадив серію візуальних рубрик з унікальним дизайном. На діджитал-платформах контент адаптується під специфіку кожної соціальної мережі. Особливою популярністю користуються рубрики:

- "Від обміну до обміну";
- "Таємниці Миколаєва";
- "Вулиці Миколаєва".

Facebook-сторінка "Суспільне Миколаїв" використовує спеціально розроблені шаблони для анонсування локальних подій з інтеграцією елементів міської символіки. На YouTube-каналі Телепрограма "Тиждень" має власну серію заставок, що відображає професійний підхід до створення візуального оформлення проєктів філії.

Відеоконтент "Суспільного" для YouTube характеризується системним підходом до візуального оформлення, що забезпечує впізнаваність та послідовність сприйняття. Обкладинки відео, заставки та кінцеві екрани (end screens) оформлені у єдиному стилі з використанням фірмових графічних елементів, типографіки та колірної схеми. Система візуального оформлення передбачає тематичне кодування контенту через колірні акценти та іконографіку, що допомагає глядачам орієнтуватися в різнопланових програмах та серіях. Особливістю відео-контенту для YouTube є підвищена динамічність

графічних елементів та монтажного ритму порівняно з телевізійними версіями програм, що відповідає очікуванням аудиторії цифрової платформи. Система субтитрів та текстових врізок інтегрована у загальну візуальну систему та оптимізована для перегляду на різних пристроях, від великих екранів до смартфонів.

Серед успішних проєктів філії варто відзначити серію "Вулиці Миколаєва", де за допомогою спеціальної анімації та графічних ефектів глядачі можуть детально познайомитися з історією та сучасністю міських локацій. У соціальних мережах, особливо в TikTok, команда створює інноваційний контент, зокрема серію про миколаївські катакомби в рамках проєкту "Таємниці Миколаєва".

Адаптація візуальної системи "Суспільного" для різних типів подачі контенту демонструє гнучкість та комплексність айдентики бренду. Особливістю візуальних комунікацій "Суспільне Миколаїв" стала розробка спеціалізованих графічних рішень для висвітлення регіональної проблематики. Матеріали про екологічний стан Бузького лиману супроводжуються авторською інфографікою з використанням супутникових знімків та даних моніторингу. Публікації про суднобудівну галузь, історично важливу для Миколаєва, доповнюються технічними ілюстраціями з елементами креслень та схем. Аналітичні матеріали про аграрний сектор області візуалізуються через систему іконографіки, що відображає специфіку сільськогосподарських культур Півдня України. Висвітлення культурних подій регіону супроводжується створенням унікальних комбінованих візуальних матеріалів, що поєднують фотографії, графіку та типографіку.

Лонгріди та аналітичні матеріали на веб-сайті використовують розширену типографічну систему з детальною ієрархією заголовків, підзаголовків, цитат та основного тексту, що забезпечує зручність читання об'ємних матеріалів. Інфографіка та візуалізація даних становлять окремий візуальний напрямок, що поєднує фірмовий стиль із принципами інформаційного дизайну, забезпечуючи ефективну передачу складних даних. Мультимедійні спецпроєкти

демонструють інтегрований підхід до взаємодії різних типів контенту (текст, фото, відео, графіка, інтерактивні елементи) в рамках єдиної візуальної системи, створюючи цілісний та імерсивний користувацький досвід.

Специфіка оформлення фотоконтенту "Суспільного" виявляється у системному підході до візуальної мови та стилістичної єдності. Новинні фотографії характеризуються документальністю та інформативністю, з мінімальним обробленням, що підкреслює достовірність контенту. Фоторепортажі та фотоесе мають більшу художню виразність, проте дотримуються загального тонального та композиційного підходу, що створює впізнаваний візуальний почерк медіа. Студійні фотопортрети, що використовуються для оформлення програм та спецпроектів, слідує єдиній концепції освітлення та композиції, поєднуючи документальність з естетичною привабливістю. Система кадрування та компоновання фотографій на різних платформах (веб-сайт, соціальні мережі, додаток) враховує технічні обмеження та специфіку сприйняття кожного формату, забезпечуючи оптимальне відтворення візуального контенту.

Фотодокументація "Суспільне Миколаїв" формує систематичний візуальний архів життя регіону з характерним стилістичним підходом. Портретна зйомка героїв матеріалів часто відбувається на фоні впізнаваних міських локацій, створюючи візуальний контекст для сприйняття їхніх історій. Репортажна фотографія з віддалених районів області слідує принципу "розповідь через деталі", зосереджуючись на елементах, що найкраще передають місцеву специфіку. Фотосупровід матеріалів про культурні події регіону відзначається пошуком неочевидних ракурсів та емоційних моментів, що виходять за межі стандартного репортажного підходу. Система композиційних рішень у пейзажній фотографії "Суспільне Миколаїв" виявляє характерні риси південноукраїнського ландшафту — відкриті простори, взаємодію землі та води, особливості світла.

Після початку повномасштабного вторгнення у лютому 2022 року редакція "Суспільне Миколаїв" кардинально трансформувала підходи до

візуалізації контенту, приділяючи першочергову увагу оперативності та інформаційній безпеці. Візуальна стратегія команди зосередилась на розробці чіткої системи графічних символів для маркування різних типів повідомлень – від оповіщень про тривогу до інструкцій з евакуації та розташування гуманітарних хабів. Дизайнери редакції створили спеціальну колірну схему для воєнного часу з обмеженим використанням яскравих кольорів та перевагою нейтральних відтінків, що менш стомлюють глядачів в умовах постійного стресу. Розроблені інтерактивні карти безпечних маршрутів та інфраструктурних об'єктів регіону, створені з дотриманням усіх вимог інформаційної безпеки, стали необхідним візуальним інструментом для місцевих жителів та волонтерів. Технологія геовізуалізації наслідків бойових дій, розроблена миколаївською редакцією, була згодом адаптована іншими регіональними підрозділами "Суспільного" через свою інформативність та чітку структуру представлення візуальних даних. Командою впроваджено новий формат відеоконтенту з мінімалістичним візуальним стилем та лаконічною анімаційною графікою, що дозволило продовжувати виробництво в умовах технічних обмежень та безпекових викликів, демонструючи, як візуальні рішення можуть адаптуватися до кризових умов без втрати інформаційної цінності.

Інтерактивні формати візуалізації контенту "Суспільного" демонструють інноваційний підхід до залучення аудиторії при збереженні фірмового стилю бренду. Тести, інтерактивні карти, таймлайни та калькулятори оформлені відповідно до загальної візуальної системи, але включають специфічні елементи інтерфейсу, що забезпечують інтуїтивно зрозумілу взаємодію. Графічне оформлення онлайн-трансляцій поєднує елементи телевізійної естетики з інтерактивними можливостями веб-платформи, створюючи гібридний формат візуальної комунікації. Чат-боти та інші інструменти персоналізованої комунікації інтегровані у загальну систему візуальної ідентичності через використання фірмових кольорів, шрифтів та іконографіки, що підсилює цілісність сприйняття бренду в різних контекстах взаємодії. Такий

підхід до дизайну інтерактивних форматів забезпечує оптимальний баланс між функціональністю та естетичною привабливістю.

Адаптивність візуальної системи "Суспільного" найбільш яскраво проявляється у здатності відповідати технічним вимогам та очікуванням користувачів різних платформ. Елементи айдентики трансформуються залежно від контексту використання, зберігаючи при цьому впізнаваність та концептуальну єдність. Векторна графіка логотипу та фірмових елементів забезпечує масштабованість від великих екранів до мініатюрних іконок. Шрифтова система адаптується до різних роздільних здатностей екранів, зберігаючи читабельність та виразність. Колірні рішення оптимізовані для різних кольорних просторів (RGB, CMYK, HEX) та враховують особливості відтворення кольору на різних пристроях та носіях. Графічні елементи мають модульну структуру, що дозволяє комбінувати та трансформувати їх відповідно до потреб конкретного формату чи платформи.

Архітектура користувацького інтерфейсу цифрових платформ "Суспільного" демонструє системний підхід до організації взаємодії з контентом. Навігаційна структура веб-сайту та мобільного додатку базується на принципах когнітивної ергономіки, що забезпечує інтуїтивну зрозумілість та передбачуваність взаємодії. Система фільтрації та пошуку контенту візуально інтегрована у загальний дизайн інтерфейсу через використання фірмових елементів оформлення. Персоналізовані розділи та функції (збережені матеріали, історія перегляду, рекомендації) оформлені з урахуванням психологічних аспектів користувацького досвіду та відповідають загальній візуальній концепції бренду. Візуальне оформлення форм зворотного зв'язку та інтерактивних елементів спрямоване на створення комфортної атмосфери взаємодії, що заохочує активне залучення аудиторії до комунікації з медіа.

Візуальна система оформлення навігаційних елементів "Суспільного" відіграє ключову роль у забезпеченні ефективної взаємодії користувачів з контентом. Меню різних рівнів, кнопки, перемикачі та інші інтерфейсні елементи оформлені в єдиному стилі, що забезпечує передбачуваність їх

функціонального призначення. Система візуальних станів інтерактивних елементів (нормальний, наведення, активний, неактивний) розроблена з урахуванням принципів доступності та інклюзивності, забезпечуючи комфортну взаємодію для користувачів з різними потребами. Патерни взаємодії (прокручування, гортання, масштабування) відображені у відповідних анімаційних ефектах, що створюють природний та інтуїтивний користувацький досвід. Візуальні підказки та мікровзаємодії інтегровані у загальну естетику бренду та підсилюють емоційний зв'язок аудиторії з медіа

Процес адаптації візуального стилю "Суспільного" до специфіки різних платформ базується на глибокому розумінні принципів крос-платформенного дизайну. Створення візуальних систем відбувається з використанням модульного підходу, де базові елементи айдентики (логотип, кольори, шрифти, графічні елементи) комбінуються та трансформуються відповідно до потреб конкретного медіаформату. Дизайнерські рішення спираються на дослідження користувацького досвіду (UX research) та аналітику поведінки аудиторії на різних платформах, що дозволяє оптимізувати візуальне оформлення відповідно до реальних сценаріїв взаємодії. Технічна реалізація дизайн-системи включає використання гнучких технологій верстки (CSS Grid, Flexbox), векторної графіки (SVG) та адаптивних мультимедійних форматів, що забезпечують оптимальне відтворення контенту в різних технічних умовах.

2.3. Інноваційні формати візуалізації в медійних проєктах "Суспільного"

Медіа "Суспільне Мовлення" впроваджує різноманітні інноваційні формати візуалізації контенту, що відповідають сучасним потребам аудиторії та світовим тенденціям цифрової комунікації. Візуальні рішення "Суспільного" спрямовані на забезпечення змістовної інформаційної взаємодії з користувачами через максимально зрозумілі та привабливі форми подання матеріалів. Застосування креативних підходів до створення візуального контенту дозволяє

медіа ефективно працювати на різних платформах і залучати різні сегменти аудиторії. Технології візуалізації, що використовуються "Суспільним", допомагають споживачам інформації краще сприймати складні дані та полегшують розуміння процесів і явищ. Трансформація візуальних комунікацій у проєктах "Суспільного" відображає загальні зміни у медіапросторі, де візуальний компонент часто стає домінуючим над текстовим.

Одним із провідних форматів візуалізації, який активно використовує "Суспільне", є інфографіка, що поєднує графічні елементи з текстом для представлення складної інформації у доступній формі. Інфографіка "Суспільного" відрізняється чітким дотриманням фірмового стилю, використанням обмеженої палітри кольорів та типографіки, що відповідає загальному брендингу медіа. Для створення інфографіки редакція використовує як стандартні графічні редактори, так і спеціалізовані онлайн-інструменти, що дозволяють швидко генерувати візуальний контент відповідно до інформаційних приводів. При цьому інфографіка "Суспільного" виконує не лише ілюстративну функцію, але й стає самостійним інформаційним продуктом, який може поширюватися через соціальні мережі та викликати додаткове залучення аудиторії. Зокрема, для висвітлення складних соціально-політичних процесів, статистичних даних та хронологій подій інфографіка виявляється найбільш ефективним інструментом візуалізації.

Інтерактивні карти та схеми становлять інший перспективний напрям візуалізації, який розвиває "Суспільне". Цей формат надає користувачам можливість взаємодіяти з даними, самостійно обираючи режим перегляду інформації та фільтруючи дані за різними параметрами. Інтерактивність візуалізацій підвищує залученість аудиторії та сприяє глибшому розумінню матеріалу через активну взаємодію з контентом. Технологія створення інтерактивних карт базується на використанні JavaScript-бібліотек та спеціалізованих платформ для геовізуалізації, які інтегруються у веб-сторінки "Суспільного".

Анімаційні відеоролики та пояснювальні відео (explainer videos) посідають вагоме місце серед інноваційних форматів візуалізації "Суспільного". Ці короткі анімовані ролики тривалістю від 30 секунд до 3 хвилин дозволяють пояснити складні концепції, процеси або події у візуально привабливий спосіб. Анімація дає можливість моделювати ситуації, які неможливо зафіксувати на фото чи відео, та спрощувати складну інформацію через метафоричні образи. Психологи відзначають, що анімаційний контент має особливий вплив на сприйняття глядача через поєднання візуальних, аудіальних та часових параметрів, що створює ефект занурення та підвищує запам'ятовування інформації. Характерною рисою анімаційних проєктів "Суспільного" є використання мінімалістичної графіки, що відповідає загальному візуальному стилю медіа, та фокус на інформаційній складовій, а не лише на естетичному аспекті.

Відеографіка та моушн-дизайн застосовуються "Суспільним" для створення динамічних заставок, титрів, переходів та інших елементів візуального оформлення відеоконтенту. Моушн-дизайн дозволяє оживити статичні елементи фірмового стилю, перетворюючи їх на динамічні композиції, які привертають увагу глядача та підвищують впізнаваність бренду. Цей формат візуалізації особливо цінний для створення єдиного візуального стилю різних програм та проєктів "Суспільного", що транслюються як на телебаченні, так і на цифрових платформах. Важливою характеристикою відеографіки "Суспільного" є її адаптивність до різних форматів екранів та платформ, що забезпечує однаково високу якість перегляду на телевізорах, комп'ютерах та мобільних пристроях. Методика створення моушн-дизайну для "Суспільного" ґрунтується на попередній розробці статичних макетів та їх подальшій анімації з використанням професійного програмного забезпечення.

Візуалізація користувацького контенту (UGC) є одним із соціально орієнтованих форматів візуалізації, який розвиває "Суспільне". Цей підхід передбачає інтеграцію візуальних матеріалів, створених аудиторією, у професійний контент медіа, що сприяє розвитку діалогу з громадою та

підвищує релевантність медіаконтенту. "Суспільне" розробило спеціальні механізми збору, модерації та візуалізації користувацького контенту, які забезпечують його органічне включення до загального інформаційного потоку. Використання UGC дозволяє "Суспільному" розширювати географію висвітлення подій, отримувати унікальні візуальні матеріали та посилювати емоційний зв'язок з аудиторією. Водночас редакція дотримується строгих стандартів верифікації користувацького контенту, щоб запобігти поширенню недостовірної інформації.

Регіональний осередок "Суспільне Миколаїв" запровадив унікальну систему візуалізації місцевого контенту, що органічно інтегрується в загальну концепцію медіа, проте має виразні локальні особливості. Візуальний стиль миколаївської редакції відображає морську тематику та історичні корабельні традиції міста через сукупність тонких візуальних елементів – насичену синю палітру, хвилясті лінії в інфографіці та стилізовані морські мотиви в заставках. Команда дизайнерів "Суспільне Миколаїв" розробила власний комплект шаблонів для цифрових платформ, який дозволяє швидко створювати візуальний контент під час висвітлення місцевих подій без втрати фірмового стилю та впізнаваності бренду. Запроваджена візуальна стратегія миколаївської редакції стала прикладом гнучкої адаптації медіабренду до локального контексту без втрати цілісності візуальної ідентичності.

Візуальний сторітелінг "Суспільне Миколаїв" фокусується на висвітленні трансформації міського середовища та портової інфраструктури через серію мультимедійних проєктів із виразним візуальним компонентом. Проєкти поєднують історичні фотографії, сучасні аерозйомки та інтерактивну часову шкалу, щоб продемонструвати еволюцію міста як морських воріт України. Режисерський підхід до візуалізації в документальних серіях регіональної редакції ґрунтується на використанні контрастних візуальних рішень – від статичних панорамних кадрів до динамічної репортажної зйомки, що створює емоційний наратив про місцеві події та феномени. Візуальна мова проєктів "Суспільне Миколаїв" формується поєднанням загальнонаціональних

стандартів із локальними візуальними традиціями, відображаючи унікальний культурний контекст міста. Комплексний підхід до візуалізації дозволяє миколаївській редакції "Суспільного" ефективно конкурувати з місцевими комерційними медіа за увагу аудиторії, попри обмежені ресурси регіонального підрозділу.

Співпраця миколаївської редакції з місцевими освітніми закладами та креативними спільнотами сприяє розвитку інноваційних форматів візуалізації через залучення молодих дизайнерів та медіамитців. Програма дозволяє студентам профільних спеціальностей створювати експериментальний візуальний контент під керівництвом досвідчених фахівців "Суспільного", що призводить до появи нестандартних візуальних рішень та свіжих ідей у медіапроєктах. Миколаївська редакція розробила систему візуальних маркерів для різних тематичних напрямків висвітлення місцевих подій – від промислових новин до культурних ініціатив, що дозволяє аудиторії швидко ідентифікувати контент за візуальними ознаками без необхідності читання заголовків.

Інтеграція місцевих візуальних символів та іконографії в загальнонаціональну систему "Суспільного" дозволила створити унікальний візуальний діалект, що відображає регіональну ідентичність без втрати зв'язку з основним брендом. Архівні фотоматеріали, оцифровані та візуально оброблені командою "Суспільне Миколаїв", утворюють цінну візуальну базу даних, яка використовується для створення інтерактивних проєктів про історію міста та регіону. Візуальна стратегія миколаївської редакції може слугувати моделлю для інших регіональних підрозділів "Суспільного", демонструючи, як локалізація візуальної мови здатна підвищити релевантність контенту для місцевої аудиторії.

Сторітелінг із візуальними елементами становить перспективний формат, який дозволяє "Суспільному" створювати захопливі наративи, що поєднують текст, фотографії, відео, аудіо та інтерактивні елементи. Такий мультимедійний підхід до розповіді історій створює багаторівневий досвід для користувачів, які можуть взаємодіяти з контентом у власному темпі та обирати бажану глибину

занурення в матеріал. Візуальний сторітелінг "Суспільного" характеризується чіткою структурою, продуманим темпоритмом та балансом між різними типами контенту. Для реалізації таких проєктів використовуються спеціалізовані веб-платформи та інструменти, що забезпечують плавну інтеграцію різних медіаформатів. Найбільш успішні приклади візуального сторітелінгу "Суспільного" присвячені соціально значущим темам, історичним подіям та культурним феноменам, які потребують глибокого контексту для розуміння.

Висновки до розділу 2

Комплексне дослідження візуального стилю медіа "Суспільне Мовлення" дозволяє сформулювати багаторівневі висновки щодо його айдентики та функціонування в сучасному медіапросторі України. Візуальна система "Суспільного" демонструє органічне поєднання загальноєвропейських трендів медіадизайну (мінімалізм, функціональність, адаптивність) з виразними національними елементами, що проявляються через специфічні колірні рішення, графічні компоненти та композиційні прийоми, глибоко вкорінені в українському культурному контексті. На відміну від таких визнаних європейських мовників як BBC, ARD чи SVT, український медіабренд обрав динамічнішу та сучаснішу візуальну стратегію, що відображає позиціонування молодого медіаорганізації з амбіціями активного залучення цифрової аудиторії.

Айдентика "Суспільного" вирізняється цілісністю, професійною розробкою та послідовним впровадженням на всіх комунікаційних платформах. Збалансованість функціональних та естетичних характеристик формує впізнаваний образ, який резонує з цінностями та місією суспільного мовника. Модульний підхід до дизайну забезпечує когерентність візуального досвіду при взаємодії аудиторії з медіа через різноманітні точки контакту – від традиційного телебачення до діджитал-середовища, від соціальних мереж до фізичних просторів та носіїв. Така візуальна гнучкість при збереженні ідентифікаційних констант дозволяє бренду залишатись стабільним у сприйнятті, незважаючи на технологічні трансформації медіаландшафту. Досвід регіональних редакцій, зокрема "Суспільне Миколаїв", демонструє ефективність адаптації загальнонаціональної візуальної системи до локальних контекстів, що посилює зв'язок з місцевою аудиторією без втрати цілісності бренду.

Еволюція візуальних форматів "Суспільного" прослідковується у переході від базових ілюстративних елементів до розвинених мультимедійних структур, що створюють умови для імерсивного сприйняття інформаційного контенту. Систематичне оновлення технологічного інструментарію в поєднанні з

креативним підходом до візуальних рішень забезпечує медіа конкурентоспроможність у порівнянні з комерційними платформами. "Суспільне" запровадило інтегрований підхід до візуальних стратегій, який враховує як технічний потенціал цифрових платформ, так і психологічні механізми сприйняття візуальної інформації різними демографічними групами.

Таким чином, візуальна стратегія "Суспільного Мовлення" виступає не лише потужним інструментом брендингу, але й каталізатором розвитку стандартів українських медіа в сфері візуальних комунікацій, демонструючи, що суспільний мовник може бути водночас традиційним у цінностях та інноваційним у формах їх візуальної репрезентації.

РОЗДІЛ 3. ТРАНСФОРМАЦІЯ ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ У СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРИ

3.1. Креативні підходи до створення візуального контенту в цифрових медіа

Креативність у сфері цифрових медіа стає визначальним фактором успіху контенту та його здатності залучати й утримувати цільову аудиторію. Креативний підхід до візуалізації передбачає застосування нестандартних, оригінальних рішень, що виділяють контент серед інформаційного шуму. Креативність як характеристика сучасної медіаудиторії трансформувалася з простого споживання в активне співтворення, де глядач стає співавтором контенту через різноманітні форми інтерактивної взаємодії. Візуальна креативність проявляється через нетипові кольорові рішення, композиційні структури, використання метафор та асоціацій, що викликають емоційний відгук. Творчий підхід дозволяє медіа створювати унікальний візуальний наратив, розповідати історії через візуальні елементи, формуючи глибший зв'язок з аудиторією. Застосування креативних підходів дозволяє трансформувати складні концепції у візуально зрозумілі образи, роблячи їх доступними для широкого загалу [7, с. 194].

Значення креативності в цифровому просторі зростає пропорційно збільшенню інформаційного потоку, де традиційні форми візуалізації вже не привертають достатньої уваги. Креативна економіка формує запит на генерацію інноваційних візуальних рішень, що стають частиною комунікаційної стратегії брендів. Трансформація креативних індустрій під впливом цифровізації створила нове середовище для експериментів з візуальними форматами. Цифрові медіа працюють на перетині журналістики, дизайну та мистецтва, де креативність стає інструментом налагодження комунікації з аудиторією. Візуальна сфера цифрових медіа характеризується високою динамікою змін, де вчорашні новаторські підходи сьогодні стають стандартом індустрії. Генерування унікального контенту вимагає від журналістів та дизайнерів не

лише технічних навичок, але й розвиненого креативного мислення. Мультимедійність сучасних медіа відкриває простір для експериментів із формою подачі матеріалу, інтеграцією різних типів візуалізації в єдиний наратив. Цифрові технології розширили інструментарій для втілення творчих ідей, зробивши доступними методи візуалізації, що раніше потребували значних ресурсів.

Креативний підхід до візуалізації проявляється через декілька основних стратегій, які активно застосовуються цифровими медіа. Використання інтерактивності трансформує пасивного споживача в активного учасника, який взаємодіє з контентом через різноманітні інтерфейси. Персоналізація візуального досвіду через адаптивний дизайн дозволяє створювати унікальні користувацькі траєкторії взаємодії з матеріалами.

Таблиця 3.1. Креативні підходи до створення візуального контенту в цифрових медіа

Напрямок креативних підходів	Характеристика	Приклади застосування
Інтерактивна візуалізація	Залучення користувача до взаємодії з контентом через різноманітні інтерфейси	Інтерактивні інфографіки, тести, квізи, опитування
Персоналізований візуальний досвід	Адаптація візуального контенту до потреб та інтересів конкретного користувача	Динамічні дашборди, адаптивна інфографіка, персоналізовані візуальні історії
Імерсивні технології	Використання технологій занурення для створення ефекту присутності	VR/AR репортажі, 360° відео, віртуальні екскурсії
Гейміфікована візуалізація	Впровадження ігрових механік для подачі інформації	Newsgames, інтерактивні симуляції, освітні ігри
Трансмедійне сторітелінг	Розгортання єдиного наративу через різні медіаплатформи з унікальними візуальними рішеннями	Мультиплатформні проекти з адаптованими візуальними компонентами

Імерсивні технології, такі як віртуальна та доповнена реальність, формують новий рівень залучення аудиторії, занурюючи її безпосередньо у візуальний наратив. Гейміфікація інформаційного контенту через ігрові механіки значно підвищує рівень взаємодії користувачів із складними темами. Трансмедійне розповідання історій дозволяє створювати цілісні наративи, що

розгортаються на різних медіаплатформах із використанням унікальних візуальних підходів для кожної з них. Експериментальні формати, що поєднують різні медіатехнології, стають лабораторією для розробки нових візуальних мов цифрової комунікації [14, с. 32].

Аналіз контенту користувачів (UGC) демонструє значний потенціал для креативних візуальних рішень у цифрових медіа. Залучення аудиторії до співтворення візуального контенту трансформує односторонню комунікацію в багатосторонній діалог. Медіакомпанії активно інтегрують користувацький контент у свої матеріали, надаючи йому професійного оформлення та контексту. Такий підхід дозволяє значно розширити візуальне покриття подій, особливо в ситуаціях, коли професійні журналісти не мають доступу до місця події. Візуальний контент, створений користувачами, часто характеризується автентичністю та емоційністю, що підвищує довіру аудиторії. Розвиток мобільних технологій зробив процес створення якісного візуального контенту доступним для широкого кола користувачів, що значно збільшило потенційну базу авторів. Розробка ефективних механізмів верифікації користувацького контенту стала важливим завданням для медіа, що прагнуть зберегти баланс між креативністю та достовірністю [30, с. 72].

Креативні підходи до кольорового оформлення відіграють значну роль у формуванні візуальної ідентичності цифрових медіа. Колір як інструмент впливу на сприйняття інформації має потужний психологічний ефект, формуючи емоційний фон сприйняття контенту. Нетрадиційні колірні схеми та сміливі кольорові рішення стають елементом впізнаваності медіабренду та способом виділитися в інформаційному просторі. Динамічні колірні системи, що адаптуються до контексту матеріалу або особистих уподобань користувача, формують новий рівень персоналізації візуального досвіду. Психологічно обґрунтований підбір кольорів для різних типів контенту підвищує ефективність комунікації та впливає на тривалість взаємодії з матеріалом. Колірне кодування різних типів контенту спрощує навігацію користувача та структурує інформаційний простір. Експериментальні колірні рішення стають

способом привернути увагу до соціально значущих тем та викликати дискусію навколо них. Гармонійне поєднання кольорів із типографікою та іншими візуальними елементами створює цілісний візуальний образ, що посилює комунікативний ефект [12, с. 148].

Трансформація візуального контенту під впливом цифрових технологій призвела до появи нових форматів, що поєднують креативність із технологічними інноваціями. Анімована інфографіка додає динамічний вимір до статичної інформації, полегшуючи сприйняття складних процесів та причинно-наслідкових зв'язків. Скролітелінг як формат розповіді через прокручування сторінки створює унікальний досвід поступового розгортання наративу, що супроводжується візуальними трансформаціями. Відеоінфографіка поєднує переваги відеоконтенту та інфографіки, створюючи потужний інструмент для пояснення складних концепцій. Інтерактивні карти та дашборди дозволяють користувачам самостійно досліджувати дані через зручні візуальні інтерфейси. Мікроанімації в інтерфейсах не лише покращують користувацький досвід, але й стають елементом візуального стилю медіа. Креативні підходи до типографіки трансформують текст із носія інформації у повноцінний візуальний елемент, що бере участь у формуванні загального образу. Експериментальні формати, такі як генеративний дизайн, створюють унікальні візуальні рішення для кожного користувача, використовуючи алгоритмічні підходи [41, с. 165].

Креативне переосмислення традиційних журналістських жанрів через призму цифрових технологій відкриває нові можливості для візуалізації. Довгі форми журналістики трансформуються через інтеграцію мультимедійних елементів, які структурують наратив та підтримують увагу читача. Документальні історії набувають нового виміру через імерсивні технології, що дозволяють аудиторії відчувати ефект присутності на місці подій. Журналістика даних використовує креативні візуальні рішення для перетворення складних наборів інформації у зрозумілі та привабливі візуальні наративи. Експериментальні формати на межі журналістики та мистецтва розширюють

межі традиційного репортажу, пропонуючи нові способи осмислення дійсності. Візуальні розслідування використовують різноманітні технології для реконструкції подій та візуалізації складних взаємозв'язків. Мультимедійні спецпроекти інтегрують різні формати в єдиний наратив, створюючи комплексний візуальний досвід. Креативні підходи до візуалізації новин трансформують традиційний новинний формат, роблячи його більш доступним та привабливим для цифрової аудиторії [37, с. 35].

Розвиток мобільних платформ вимагає креативних підходів до адаптації візуального контенту для різних пристроїв та умов споживання. Адаптивний дизайн візуалізацій забезпечує оптимальне відображення контенту на різних пристроях без втрати інформаційної цінності та візуальної привабливості. Розробка візуальних рішень, орієнтованих на мобільне споживання, враховує специфіку взаємодії користувача з пристроєм та контекст використання. Вертикальний формат відео, оптимізований для мобільних пристроїв, трансформує підхід до композиції та розміщення ключових візуальних елементів. Мінімалістичні візуальні рішення з фокусом на ключову інформацію забезпечують ефективну комунікацію в умовах обмеженого екранного простору та уваги користувача. Технології прогресивного завантаження візуального контенту оптимізують досвід користувачів з повільним інтернет-з'єднанням, забезпечуючи доступність матеріалів. Креативне використання мобільних технологій, таких як геолокація та датчики руху, розширює можливості для контекстуалізації візуального контенту. Розробка інтерфейсів із урахуванням ергономіки мобільного використання покращує користувацький досвід та збільшує тривалість взаємодії з контентом [17, с. 156].

Інтеграція маркетингових підходів у журналістську практику створює нові можливості для креативної візуалізації контенту. Візуальний сторітелінг стає потужним інструментом залучення аудиторії, де візуальні елементи не просто ілюструють текст, а формують самостійний наративний шар. Цільовий контент, розроблений з урахуванням інтересів та потреб конкретних сегментів аудиторії, використовує специфічні візуальні рішення для максимальної

релевантності. Крос-платформний підхід до дизайну візуального контенту забезпечує цілісність сприйняття бренду медіа на різних площадках з урахуванням специфіки кожної з них. Візуальна складова контент-маркетингу трансформує інформаційні матеріали у привабливий продукт, що конкурує за увагу аудиторії. Експериментальні формати на перетині журналістики та реклами створюють нові моделі монетизації контенту без компромісу з журналістськими стандартами. Креативні підходи до візуалізації брендованого контенту дозволяють інтегрувати комерційні повідомлення в редакційні матеріали органічним шляхом [48]. Аналітика взаємодії аудиторії з візуальним контентом стає основою для оптимізації майбутніх креативних рішень.

3.2. Інтеграція технологій штучного інтелекту у візуальні комунікації

Інтеграція технологій штучного інтелекту (ШІ) у візуальні комунікації започаткувала нову еру розвитку цифрових медіа, трансформуючи процеси створення, обробки та поширення візуального контенту. Штучний інтелект як сукупність методів та технологій, що дозволяють комп'ютерним системам виконувати завдання, які традиційно вимагали людського інтелекту, відкриває безпрецедентні можливості для автоматизації та оптимізації виробничих процесів у медіасфері. Машинне навчання, глибинні нейромережі, комп'ютерний зір та генеративні алгоритми стають невід'ємною частиною інструментарію сучасних медіа-дизайнерів та журналістів. Технології ШІ дозволяють аналізувати масиви візуальних даних, виявляти паттерни та тренди, генерувати унікальний візуальний контент та персоналізувати візуальний досвід користувачів. Трансформація робочих процесів під впливом технологій ШІ змінює роль дизайнерів та журналістів, переорієнтовуючи їх з рутинних операцій на більш креативні та стратегічні завдання. Впровадження ШІ-технологій потребує розвитку нових компетенцій у працівників медіа та переосмислення етичних принципів роботи з візуальним контентом [47].

Генеративні неймережі створили революцію у сфері продукування візуального контенту, надавши медіа інструменти для швидкого створення унікальних зображень. Генеративні змагальні мережі (GAN) продемонстрували здатність створювати фотореалістичні зображення, що важко відрізнити від справжніх фотографій. Дифузійні моделі, такі як Stable Diffusion, DALL-E та Midjourney, трансформували процес створення ілюстрацій, дозволяючи генерувати зображення на основі текстових запитів. Технології нейронного перенесення стилю дають можливість застосовувати художні стилі класичних творів мистецтва до сучасних фотографій, створюючи унікальні візуальні образи. Генеративні моделі дозволяють працювати з різними аспектами зображення — від композиції та кольорової гами до деталізації та стилістики. Можливість швидкого створення візуального контенту з мінімальними витратами значно розширила візуальний інструментарій невеликих медіа з обмеженими ресурсами. Системи генерації відео на основі ШІ дозволяють створювати динамічний контент, трансформуючи статичні зображення у відеосюжети. Інтеграція гейтових механізмів контролю дозволяє дизайнерам точніше керувати результатами генерації, зберігаючи баланс між автоматизацією та креативним контролем [32, с. 46].

Технології комп'ютерного зору трансформують процеси аналізу та каталогізації візуального контенту, значно підвищуючи ефективність роботи з візуальними архівами. Алгоритми розпізнавання об'єктів дозволяють автоматично ідентифікувати та класифікувати елементи зображень, спрощуючи пошук та організацію візуальних матеріалів. Системи семантичної сегментації розділяють зображення на смислові компоненти, що відкриває нові можливості для аналізу візуального контенту. Технології розпізнавання облич допомагають медіа ідентифікувати персони на фотоматеріалах, автоматизуючи процес підписування зображень. Алгоритми виявлення емоцій аналізують вираз обличчя на фотографіях, надаючи додаткову інформацію для контекстуалізації візуальних матеріалів. Системи автоматичного опису зображень генерують текстові описи візуального контенту, підвищуючи доступність матеріалів для

людей з вадами зору. Технології виявлення маніпуляцій із зображеннями допомагають виявляти фейки та підроблений візуальний контент, посилюючи медіагігієну. Алгоритми виявлення візуальних закономірностей знаходять повторювані патерни у великих масивах зображень, допомагаючи виявляти тренди та тенденції [41, с. 166].

Таблиця 3.2. Напрями використання технологій штучного інтелекту в процесах візуалізації

Напрямок	Технології	Застосування в медіа
Генерація зображень	Генеративні змагальні мережі (GAN), дифузійні моделі, нейронне перенесення стилю	Створення ілюстрацій, фотореалістичних зображень, художніх візуалізацій
Обробка та редагування	Інтелектуальні інструменти редагування, алгоритми покращення якості, автоматичне ретушування	Оптимізація робочих процесів, підвищення якості зображень, автоматизація рутинних завдань
Аналіз візуального контенту	Розпізнавання об'єктів, семантична сегментація, розпізнавання облич	Каталогізація візуальних архівів, автоматичне тегування, пошук схожих матеріалів
Персоналізація візуального досвіду	Рекомендаційні системи, аналіз поведінки користувачів, динамічна адаптація контенту	Створення персоналізованих стрічок новин, адаптація візуального оформлення до переваг користувача
Автоматизація виробництва відео	Автоматичний монтаж, генерація титрів, мультимовна локалізація	Прискорення процесів виробництва відеоконтенту, збільшення обсягів відеопродукції
Розширена та віртуальна реальність	Розпізнавання просторових об'єктів, трекинг рухів, нейромережеві фільтри	Створення імерсивних журналістських матеріалів, інтерактивних візуалізацій даних
Виявлення маніпуляцій	Алгоритми виявлення дипфейків, аналіз метаданих зображень	Верифікація автентичності візуального контенту, боротьба з дезінформацією

Персоналізація візуального досвіду за допомогою технологій ШІ трансформує взаємодію аудиторії з медіаконтентом, адаптуючи візуальні елементи до індивідуальних переваг користувачів. Рекомендаційні системи на основі машинного навчання аналізують поведінку користувачів та пропонують релевантний візуальний контент, підвищуючи залученість аудиторії. Алгоритми динамічної адаптації інтерфейсу модифікують візуальне оформлення відповідно до патернів взаємодії конкретного користувача з платформою. Системи персоналізованої візуалізації даних представляють

інформацію у форматі, оптимальному для сприйняття конкретним користувачем, враховуючи його когнітивні особливості. Інтелектуальні алгоритми кураторства візуального контенту формують індивідуальні стрічки новин, балансуючи між розширенням кругозору та відповідністю інтересам користувача. Технології прогнозування емоційної реакції на візуальний контент дозволяють оптимізувати психологічний вплив матеріалів. Персоналізований відеомонтаж адаптує структуру та темп відеоматеріалів відповідно до патернів перегляду окремих користувачів. Інтелектуальні системи тайм-таргетингу визначають оптимальний час для представлення певних типів візуального контенту, максимізуючи вплив матеріалів [40].

Автоматизація процесів аналізу та візуалізації даних за допомогою ШІ значно розширила можливості журналістики даних та аналітичних матеріалів. Алгоритми автоматичного виявлення трендів та аномалій у наборах даних допомагають журналістам знаходити сюжети для матеріалів, пов'язаних з аналізом статистичної інформації. Системи автоматичної генерації інфографіки перетворюють структуровані дані на візуально привабливі та інформативні графічні матеріали без необхідності ручного дизайну. Інтелектуальні алгоритми вибору типу візуалізації рекомендують оптимальні способи представлення даних залежно від їхньої структури та задач комунікації.

Таблиця 3.3. Інструменти штучного інтелекту для створення візуального контенту в цифрових медіа

Категорія інструментів	Назва	Функціональність	Застосування в медіапроектах
Генерація зображень	Midjourney	Створення високоякісних зображень на основі текстових запитів	Ілюстрації до матеріалів, концепт-арти, тематичні заставки
	DALL-E	Генерація візуального контенту з текстовими промптами, можливість редагування існуючих зображень	Створення унікальних візуальних метафор, адаптація зображень до контексту матеріалу
	Stable Diffusion	Відкрита модель для генерації зображень з можливістю локального розгортання	Кастомізовані рішення для візуального стилю медіа, брендована графіка

Обробка та редагування	Adobe Sensei	Інтелектуальні інструменти для прискорення редагування фото та відео	Оптимізація робочих процесів, автоматизація рутинних завдань
	RunwayML	Інструменти для роботи з відео на основі ШІ, включаючи генерацію та редагування	Створення та редагування відеоконтенту, візуальні ефекти
	Canva Magic Studio	Автоматизовані рішення для дизайну та композиції	Швидке створення візуалів для соціальних мереж, типові елементи дизайну
Аналіз та обробка даних	Datawrapper	Автоматизована візуалізація даних з елементами ШІ	Створення інфографіки, дашбордів, інтерактивних графіків
	Flourish	Платформа для створення інтерактивних візуалізацій даних	Динамічна інфографіка, інтерактивні карти, анімовані графіки
	Tableau з ШІ-функціями	Аналіз та візуалізація даних з використанням ШІ для виявлення закономірностей	Аналітичні матеріали, розслідування на основі даних

Технології доповненого аналізу даних підсвічують значущі взаємозв'язки та залежності, допомагаючи журналістам знаходити причинно-наслідкові зв'язки. Системи автоматичного оновлення візуалізацій даних забезпечують актуальність інформаційних матеріалів для довготривалих процесів та явищ. Інтерактивні дашборди з елементами прогностичного моделювання дозволяють аудиторії досліджувати можливі сценарії розвитку подій на основі наявних даних. Технології контекстуалізації даних автоматично інтегрують історичні тренди та порівняльну інформацію, збагачуючи візуалізації додатковим контекстом [1, с. 9].

Етичні аспекти використання технологій ШІ для створення візуального контенту викликають значні дискусії в професійному середовищі. Проблема достовірності ШІ-генерованих зображень створює нові виклики для верифікації візуальної інформації та боротьби з дезінформацією. Питання авторських прав на контент, створений за допомогою ШІ, потребує розробки нових правових рамок та етичних стандартів галузі. Ризики дискримінації та упередженості в алгоритмах ШІ можуть призводити до підсилення стереотипів та нерівностей у візуальних репрезентаціях. Необхідність прозорості щодо використання ШІ у

створенні візуального контенту формує запит на розробку стандартів маркування та атрибуції ШІ-генерованих матеріалів. Баланс між автоматизацією та збереженням творчого контролю людини стає ключовим питанням для редакційних процесів. Виклики забезпечення приватності та захисту персональних даних, пов'язані з технологіями розпізнавання облич та аналізу поведінки користувачів, потребують розробки комплексних підходів до роботи з чутливою інформацією. Необхідність розвитку алгоритмічної грамотності серед журналістів та медіаспоживачів стає важливою складовою формування критичного підходу до оцінки візуального контенту [16, с. 285].

Трансформація професійних ролей та компетенцій у медіасфері під впливом технологій ШІ створює нові вимоги до фахівців, що працюють із візуальним контентом. Розвиток навичок ефективної роботи з ШІ-інструментами стає необхідною складовою професійної підготовки дизайнерів та журналістів. Здатність формувати точні та ефективні запити (промпти) для генеративних моделей перетворюється на ключову компетенцію для створення якісного візуального контенту. Навички валідації та верифікації ШІ-генерованих матеріалів стають критично важливими для збереження достовірності інформації. Виникнення нових професійних спеціалізацій, таких як промпт-інженер, ШІ-куратор та спеціаліст з етики ШІ, відображає еволюцію медіаіндустрії. Зміщення фокусу роботи дизайнерів від механічного виконання рутинних завдань до стратегічного планування та креативної роботи з концепціями трансформує професійні практики. Необхідність постійного вдосконалення та адаптації до нових технологій формує запит на безперервне навчання та професійний розвиток працівників медіасфери [22, с. 54]. Розвиток міждисциплінарних компетенцій на перетині дизайну, програмування та аналітики стає конкурентною перевагою для фахівців з візуальних комунікацій.

3.3. Стратегічні напрями розвитку та рекомендації щодо вдосконалення візуалізації в українських медіа

Пріоритетним завданням українських медіа в контексті модернізації візуальних комунікацій стає формування унікальної екосистеми цифрового контенту, адаптованої до викликів інформаційного суспільства та потреб аудиторії. Трансформаційні процеси медіапростору вимагають критичного переосмислення традиційних підходів до візуалізації інформації та впровадження новітніх стратегій з урахуванням глобальних тенденцій. Гармонійне поєднання художніх принципів, технологічних інновацій та комунікаційної стратегії забезпечує медіа конкурентоспроможність на ринку та підвищує ефективність взаємодії з аудиторією. Цифрова гуманістична модель комунікації, яка передбачає зміщення акцентів з пасивного споживання контенту до активної співтворчості, відкриває принципово нові можливості для розвитку візуальних наративів [2, с. 117].

Перспективним напрямом модернізації візуалізації в українських медіа виступає інтеграція користувацького контенту (UGC) у професійні медійні продукти. Дослідження показують, що залучення користувацького контенту не лише підвищує рівень залученості аудиторії, але й розширює палітру візуальних рішень, формуючи більш автентичний та різноманітний медіаландшафт. Механізми курування такого контенту мають базуватися на чітких редакційних стандартах, які забезпечують верифікацію інформації та дотримання етичних норм. Методологія відбору та інтеграції користувацького контенту повинна враховувати специфіку платформи, формат повідомлення та контекст використання, що дозволяє максимізувати комунікативний потенціал візуальних елементів. Разом з тим, відповідальність за дотримання авторських прав та належне атрибутування джерел залишається пріоритетним завданням редакційних колективів при роботі з UGC [30, с. 71].

Диверсифікація форматів візуалізації даних становить ще один стратегічний напрям розвитку українських медіа. Сучасні технології візуалізації дозволяють перетворювати складні набори даних на зрозумілі та естетично привабливі візуальні наративи, які підвищують інформаційну цінність контенту. Графіки, інфографіка, інтерактивні карти, таймлайни та інші форми візуалізації

даних стають невід'ємними елементами аналітичних матеріалів, розслідувань та репортажів. Запровадження систематичного підходу до візуалізації даних передбачає формування спеціалізованих відділів у структурі редакцій, де журналісти, дизайнери та аналітики працюють над створенням мультимодальних наративів. Принципово важливим аспектом цього напрямку є підвищення рівня візуальної грамотності як серед працівників медіа, так і серед аудиторії, що сприятиме ефективнішому декодуванню та інтерпретації візуалізованої інформації [41, с. 163].

Формування крос-платформної стратегії візуалізації контенту вимагає від українських медіа розробки гнучких адаптивних систем, які забезпечують цілісність бренду на різних медіаплатформах при одночасному врахуванні їхньої специфіки. Мультиплатформна концепція медіа передбачає створення взаємодоповнюючих візуальних елементів, які функціонують як інтегрована екосистема, де кожен елемент посилює комунікативний потенціал інших. Стратегія візуалізації має враховувати технічні можливості та обмеження кожної платформи, поведінкові патерни аудиторії та контекст споживання контенту. Диференційований підхід до проєктування візуальних комунікацій для різних платформ має поєднуватися з дотриманням єдиних принципів дизайну, що забезпечує впізнаваність бренду та когерентність комунікації [37, с. 35].

Екологізація візуальних комунікацій як стратегічний напрям розвитку передбачає критичне переосмислення естетичних норм та практик візуалізації з урахуванням їхнього впливу на інформаційне середовище та психологічне благополуччя аудиторії. Цей підхід орієнтований на зниження рівня візуального шуму, відмову від надмірної кількості атракторів уваги та звернення до осмисленого мінімалізму у візуальних рішеннях. Екологія візуальної культури протистоїть поширенню візуальних стереотипів, які спрощують сприйняття реальності та обмежують критичне мислення аудиторії. Натомість пропонується розвиток системи креативних технологій, які сприяють формуванню більш рефлексивного та усвідомленого ставлення до візуальної інформації. Дизайнери

та редактори, які працюють над візуалізацією контенту, мають враховувати довгострокові наслідки своїх рішень для інформаційної екосистеми та культурного ландшафту [36, с. 223].

Розвиток мультимедійних технологій відкриває перед українськими медіа широкі можливості для експериментів з інтерактивними формами візуалізації, що дозволяють аудиторії безпосередньо взаємодіяти з контентом. Інтерактивні візуалізації перетворюють пасивних споживачів інформації на активних учасників комунікаційного процесу, надаючи їм можливість самостійно досліджувати дані, змінювати параметри відображення та персоналізувати візуальний досвід. Технології веб-інтерфейсів, доповненої та віртуальної реальності, а також нейромережеві інструменти розширюють інструментарій журналістів для створення іммерсивних наративів, які забезпечують глибше занурення у тему та емоційне залучення аудиторії. Впровадження таких інновацій вимагає від редакцій інвестицій у технічну інфраструктуру та розвиток відповідних компетенцій серед працівників [32, с. 44].

Удосконалення стратегій цільового контентного маркетингу становить вагомий напрям розвитку візуалізації в українських медіа. Персоналізований підхід до створення та дистрибуції контенту потребує розробки диференційованих візуальних рішень, адаптованих до потреб та очікувань різних сегментів аудиторії. Цілеспрямований контент, підкріплений релевантними візуальними елементами, дозволяє підвищити рівень залученості аудиторії та формувати довгострокові відносини з користувачами. Для реалізації цієї стратегії необхідне глибоке розуміння психологічних механізмів сприйняття візуальної інформації різними групами користувачів, а також впровадження систем аналітики, які дозволяють оцінювати ефективність різних візуальних форматів. Результати такого аналізу мають стати основою для ітеративного вдосконалення візуальних стратегій та оптимізації комунікаційних процесів [48].

Формування нового технологічного та креативного інструментарію для роботи з візуальним контентом вимагає від українських медіа систематичного

підходу до навчання та підвищення кваліфікації персоналу. Розвиток цифрових компетенцій журналістів, редакторів та дизайнерів стає критично важливим фактором для успішної трансформації візуальних комунікацій. Програми навчання мають охоплювати як технічні аспекти створення візуального контенту, так і теоретичні засади візуальної семіотики, психології сприйняття та медіаетики. Співпраця з освітніми інституціями та професійними спільнотами дозволяє створювати інтегровані освітні екосистеми, які забезпечують безперервний розвиток людського капіталу в галузі візуальних комунікацій.

Висновки до розділу 3

Дослідження трансформації візуальних комунікацій у сучасному медіапросторі дозволяє сформулювати комплексні висновки щодо динаміки розвитку цієї сфери та її перспектив. Визначальним фактором еволюції візуального контенту в цифрових медіа стала синергія технологічних інновацій та креативних концепцій, що породжує принципово нові формати комунікації та суттєво трансформує модель взаємодії аудиторії з інформацією. Персоналізація візуального досвіду через адаптивні технології формує індивідуалізований підхід до різних сегментів аудиторії, тоді як інтерактивність перетворює пасивного споживача на активного учасника комунікаційного процесу.

Інтеграція технологій штучного інтелекту в медіавиробництво має фундаментальний характер і впливає на весь цикл роботи з візуальним контентом – від генерації ідей до аналітики взаємодії з аудиторією. Автоматизація рутинних операцій вивільняє ресурси для творчих та стратегічних завдань, підвищуючи загальну продуктивність медіа. Розширення аналітичних можливостей завдяки технологіям ШІ відкриває нові горизонти для журналістики даних та візуалізації складних інформаційних масивів. Поява генеративних технологій збагачує арсенал виражальних засобів цифрових медіа, створюючи передумови для розвитку інноваційних жанрів та форматів.

Водночас, оптимальний розвиток візуалізації в українських медіа потребує збалансованого підходу, що інтегрує глобальні тренди мультиплатформності, інтерактивності, персоналізації контенту з урахуванням національної специфіки – культурних кодів, соціальної динаміки та економічних реалій. Етичні та правові аспекти застосування новітніх технологій, зокрема штучного інтелекту, вимагають системного осмислення та розробки галузевих стандартів, що збалансують технологічні можливості з принципами об'єктивності, достовірності та відповідальності.

Успішність трансформації візуальних комунікацій у перспективі залежатиме від здатності медіаорганізацій формувати інтегровані стратегії, які забезпечуватимуть не лише економічну ефективність, але й соціальну відповідальність та культурну значущість візуального контенту в умовах інформаційного перенасичення. Баланс між технологічними інноваціями та збереженням людської креативності залишається принциповим викликом для галузі, визначаючи конкурентоспроможність медіа в динамічному цифровому середовищі.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження особливостей створення візуалізації в діджитал-просторі на прикладі "Суспільного Мовлення" дозволяє сформулювати ряд теоретичних та практичних висновків щодо трансформації візуальних комунікацій у медіапросторі. Аналіз теоретичних основ візуалізації в цифрових медіа засвідчив, що розвиток технологій та зміна моделей споживання інформації зумовили зростання ролі візуальної комунікації як стратегічного компонента медіаконтенту. Візуалізація в діджитал-просторі виходить за межі ілюстративної функції та набуває самостійного значення як потужний інструмент смислотворення, що дозволяє ефективно структурувати інформацію, фокусувати увагу аудиторії на головних повідомленнях та стимулювати емоційний відгук. Концептуалізація візуалізації як комплексного процесу, що поєднує технологічні, естетичні та комунікаційні аспекти, дозволяє розглядати її як інтегральний елемент стратегії медіа, що безпосередньо впливає на його конкурентоспроможність та ефективність взаємодії з аудиторією.

Дослідження технологій та інструментів створення візуального контенту виявило суттєві трансформації у підходах до проєктування візуальних комунікацій під впливом цифровізації та розвитку нових медіаформатів. Сучасний інструментарій візуалізації розширює можливості для експериментів з формою та змістом, дозволяючи створювати багаторівневі наративи, що поєднують різні семіотичні системи. Технологічні інновації, зокрема в галузі штучного інтелекту, генеративного дизайну, доповненої та віртуальної реальності, відкривають перспективи для розвитку нових форматів візуалізації, які забезпечують глибше залучення аудиторії та персоналізацію контенту. Водночас, ефективне використання цих технологій потребує розвитку відповідних компетенцій серед працівників медіа та формування міждисциплінарних команд, здатних інтегрувати технологічні можливості в загальну комунікаційну стратегію.

Аналіз психологічних аспектів впливу візуальних елементів на сприйняття інформації підтвердив значущість дизайн-рішень для ефективності комунікації з аудиторією. Встановлено, що вдало спроектована візуалізація здатна значно підвищити рівень запам'ятовування та розуміння інформації, зменшити когнітивне навантаження та стимулювати емоційний відгук, що набуває першорядного значення в умовах інформаційної перенасиченості. Психологічні механізми сприйняття кольору, композиції, типографіки та інших елементів візуальної мови мають безпосередній вплив на формування ставлення аудиторії до контенту та бренду в цілому. Врахування цих механізмів при проектуванні візуальних комунікацій дозволяє медіа розробляти більш ефективні стратегії взаємодії з аудиторією, що відповідають когнітивним особливостям різних сегментів користувачів.

Комплексний аналіз візуальної стратегії "Суспільного Мовлення" засвідчив наявність цілісної системи айдентики та брендингу, яка забезпечує впізнаваність та стильову єдність контенту на різних платформах. Айдентика "Суспільного" втілює концепцію суспільного мовлення через використання візуальних елементів, що підкреслюють цінності відкритості, інклюзивності та об'єктивності. Дослідження виявило, що візуальна мова "Суспільного" поєднує сучасні дизайн-тренди з елементами української візуальної культури, що сприяє формуванню унікального стилю, який вирізняє медіа в національному інформаційному просторі. Гнучкість системи айдентики дозволяє адаптувати візуальні рішення до різних форматів контенту та платформ, зберігаючи при цьому цілісність бренду та його стратегічне позиціонування.

Дослідження досвіду регіональних редакцій, зокрема "Суспільне Миколаїв", продемонструвало ефективність локалізації загальнонаціональної візуальної стратегії з урахуванням місцевого контексту. Трансформація візуальних підходів "Суспільне Миколаїв" після початку повномасштабного вторгнення підтвердила здатність візуальної системи адаптуватися до кризових умов без втрати впізнаваності бренду та інформаційної цінності. Розроблені миколаївською редакцією інтерактивні карти, інфографіка та система

маркування нагальної інформації стали цінним інструментом комунікації з місцевою аудиторією в умовах безпекових викликів.

Дослідження специфіки візуального оформлення контенту "Суспільного" на різних цифрових платформах виявило диференційований підхід, який враховує технічні можливості та особливості користувацького досвіду на кожній з них. Встановлено, що "Суспільне" активно впроваджує мультиплатформну стратегію дистрибуції контенту, адаптуючи візуальні рішення для вебсайту, мобільних додатків, соціальних мереж та відеоплатформ. Аналіз показав, що ефективність візуалізації на різних платформах залежить від урахування контексту споживання контенту, поведінкових патернів аудиторії та технічних особливостей кожної платформи. Водночас, виявлено потребу в подальшій оптимізації процесів адаптації візуального контенту для забезпечення оперативності публікацій та збереження якості візуалізації при трансляції на різні канали дистрибуції.

Аналіз інноваційних форматів візуалізації в проєктах "Суспільного Мовлення" засвідчив активне експериментування з новими формами представлення інформації та взаємодії з аудиторією. Детальне вивчення проєктів "Суспільне Миколаїв" та систем візуалізації під час воєнного стану, демонструє потенціал регіональних редакцій як лабораторій візуальних інновацій, що згодом масштабуються на національний рівень. Дослідження виявило значний потенціал інноваційних форматів для підвищення ефективності комунікації та розширення аудиторії, зокрема серед молодших вікових груп. Водночас, констатовано необхідність подальшого розвитку технічної інфраструктури та компетенцій для повноцінного впровадження передових технологій візуалізації в регулярну практику медіа.

Узагальнюючи результати дослідження, можна стверджувати, що ефективна візуалізація в медіапросторі потребує системного підходу, який поєднує технологічні інновації, творчі рішення та стратегічне планування з урахуванням психологічних особливостей сприйняття інформації та специфіки різних цифрових платформ. Досвід "Суспільного Мовлення", включно з

регіональними підрозділами, демонструє, що формування цілісної візуальної стратегії з можливістю локальної адаптації є вирішальним фактором успішного функціонування медіа в умовах цифрової трансформації та суспільних викликів. Практика "Суспільне Миколаїв" з розробки кризових візуальних рішень та адаптації візуального стилю до надзвичайних умов становить цінний досвід для всієї медіагалузі України. Розроблені в межах дослідження рекомендації щодо вдосконалення візуалізації в українських медіа створюють теоретичне та методологічне підґрунтя для подальшого розвитку візуальних комунікацій з урахуванням глобальних тенденцій та національного контексту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балик У. Тенденції розвитку інструментів цифрового маркетингу в умовах глобальної цифровізації. *Via Economica*. 2024. № 7. С. 5-12.
2. Биков В., Лещенко М. Цифрова гуманістична педагогіка відкритої освіти. *Теорія і практика управління соціальними системами*. 2016. № 4. С. 115-130.
3. Бровченко А. І., Тименко В. П. Інформаційні технології візуалізації у дизайні. *Digital transformations in culture : scientific monograph*. Riga, Latvia : "Baltija Publishing", 2023. Р. 142-162.
4. Василевська Н. С. Візуалізація як засіб самопрезентації в соціальних медіа (теоретичний аспект дослідження). *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. 2016. № 10. С. 208-218.
5. Вовк Н., Горячева А. Інтеграція медіакультури в освітній процес на уроках технологій. *Професіоналізм педагога: теоретичні й методичні аспекти*. 2024. № 22. С. 122-135.
6. Гарматій О., Онуфрів С. Соціальні мережі як джерело інформації у роботі журналіста. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика*. 2021. № 2 (2). С. 45-52.
7. Гвоздев В. Креативність як ознака сучасної медіааудиторії. *Теле- та радіожурналістика*. 2014. Вип. 13. С. 192-197.
8. Геренко С. Трансформація візуального мистецтва та дизайн індустрії в епоху 4IR: контури нової парадигми. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2024. С. 108-114.
9. Горбань С. Ефективні методи інноваційного медіамаркетингу у середовищі мережевих ЗМІ. *Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації : матеріали VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 27–28 квітня 2017 року)*. Полтава : ПУЕТ, 2017. С. 23-26.

10. Горська К. Користувацький контент: зона відповідальності ЗМІ чи аудиторії? Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки. 2014. № 1-2 (36-37). С. 74-79.
11. Григорова З. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору. Технологія і техніка друкарства: збірник наукових праць. 2017. № 3 (57). С. 93–100.
12. Жигало І. Використання кольору в рекламі: психологічні аспекти впливу на споживачів. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences. 2023. № 322(5). С. 146-151.
13. Житницька А. А. Генерування інформаційного контенту як компетентність майбутнього журналіста. Educational challenges. 2020. № 61. С. 51-59.
14. Карінцева О. І., Литвиненко С. М., Харченко М. О., Ібрагім Х. Ж., Дейнека А. В., Чорток М. В. Розвиток креативної економіки як провідний напрям цифрових трансформацій: досвід Європи та практика України. Підприємництво і торгівля. 2023. № 37. С. 27-40.
15. Касьяненко А. Теоретичні аспекти становлення та розвитку пародії в сучасній українській культурі. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2024. № 2. С. 39-45.
16. Кіца М. О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію. Наукові записки Української академії друкарства. 2016. № 1 (52). С. 281–287.
17. Коваленко О. В., Марченко Д. Є., Лісун Я. В. Цифровий контент: особливості та тенденції його просування. Журналістика та реклама: вектори взаємодії: тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 24 березня 2021 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. С. 156.
18. Колесник Н. Є., Шостачук Т. В., Максимчук А. П. Мультимедійні технології в дизайні: теорія та практика. «Наука і техніка сьогодні»

- (Серія «Педагогіка», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Фізико-математичні науки»). 2024. № 36. С. 641-652.
19. Король А. Особливості архітектурного освітлення. Редакційна колегія: Пашкевич К. Л., Кротова Т. Ф., Тименко В. П., Колісник О. В. 2023. С. 348.
 20. Крейг Р. Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / пер. з англ. А. Іщенка. Київ : Києво-Могилянська академія, 2007. 324 с.
 21. Кривошея Г. П. Журналістика: поняття, терміни. Київ : КиМУ, 2004. 202 с.
 22. Кух С. П. Теоретико-методологічні підходи до трактування сутності цифровізації та цифрової трансформації публічної служби у сучасному науковому дискурсі. Ефективність державного управління. 2023. № 74/75. С. 52-56.
 23. Левченко О. Зміна парадигми аудіовізуальних мистецтв у ситуації експансії цифрових технологій. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. 2018. № 2. С. 42-52.
 24. Лісневська А. Л. До питання роботи журналіста з відеоконтентом в сучасному інформаційно-комунікаційному просторі. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія Філологія. Соціальні комунікації. 2020. № 3 (3). С. 216-221.
 25. Ломачинська І. М., Ломачинський Б. Г. Роль медіакультури в інформаційних війнах сучасності. Skhid. 2022. № 3(3). С. 66-73.
 26. Мордюк А. Вплив соціальних мереж на контент телевізійних випусків новин. Наукові записки Інституту журналістики : збірник наукових праць / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. Київ, 2014. № 57. С. 152–156.
 27. Мордюк А. О. Як працювати з інтернет-контентом, щоб не стати жертвою маніпуляції: поради журналістам від вітчизняних та

- європейських експертів. Наукові записки Інституту журналістики. 2014. Т. 56. С. 240-246.
28. Новітні медіа та комунікаційні технології : комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнича справа та редагування», «Реклама та зв'язки з громадськістю» / за заг. ред. В. Е. Шевченко. Київ : Паливода А. В., 2012. 412 с.
 29. Основи айдентики : [матеріали та методичні рекомендації до спецкурсу] / укладачі Ю. С. Кулінка, Л. П. Романко. Кривий Ріг : ДВНЗ «КДПУ», 2017. 95 с.
 30. Осюхіна М. Використання контенту користувачів (UGC) в українських телевізійних новинах: види, частота, особливості подачі. Образ: науковий журнал / Сумський державний університет, Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. Київ, 2016. Вип. 4 (22). С. 69-77.
 31. Пелешишин А. М. Позиціонування сайтів у глобальному інформаційному середовищі. Львів : Вид-во Національного університету «Львівська політехніка», 2007. 258 с.
 32. Петрина Д., Корнута В., Корнута О. Використання інструментів неймереж для пришвидшення розробки веб-інтерфейсів. Інформаційні технології та комп'ютерна інженерія. 2024. № 60(2). С. 42-50.
 33. Повалій Т. Л., Бойко О. П., Котенко О. О. Іміджологія та брендинг у соціокультурній діяльності : навчальний посібник. Суми : Сумський державний університет, 2024. 257 с.
 34. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика : навч. посіб. Львів : ПАІС, 2010. 246 с.
 35. Прищенко С. В. Сучасна методологія та перспективи розвитку рекламного дизайну. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2019. № 1. С. 389-394.

36. Прищенко С. Екологія культури: візуальні стереотипи в рекламі vs. креативні технології. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. 2020. № 3(2). С. 221-240.
37. Рябічев В. Мультиплатформна концепція соціальних медіа. Кросмедіа: контент, технології, перспективи: колективна монографія / Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2017. С. 33-38.
38. Сітцева М. Психологічні особливості анімації як аудіовізуального засобу впливу на глядача. Вчені записки Університету «КРОК». 2024. № 2 (74). С. 353-360.
39. Славицька Н., Синицина Г., Олініченко К. Рекламний менеджмент: навч. посібник. Харків, 2023. 169 с. URL: <http://surl.li/jltmjg> (дата звернення: 28.02.2025).
40. Талімончук Т. ІІІ в маркетингу: приклади та юзкейси. URL: <http://surl.li/nxgsip> (дата звернення: 28.02.2025).
41. Тютюнник А. В. Технології візуалізації у світових дослідженнях. Електронне наукове фахове видання "Відкрите Освітнє Е-Середовище Сучасного Університету". 2020. № 9. С. 161-168.
42. Федорович Б. Медіа-мистецтво Львова початку ХХІ ст.: від концепції до візуалізації. Наукові записки Національного університету Острозька академія. Серія: Культурологія. 2014. № 14 (1). С. 248-254.
43. Чабаненко М. Зміни в журналістиці і переосмислення поняття медіа внаслідок появи мета-ЗМІ. Соціальні комунікації у становленні та розвитку української державності та громадянського суспільства. Стратегіями, наративи, технології та смисли. 2022. С. 129-133.
44. Чанишева З. Інформаційні технології смислових спотворень в клікбейт-заголовках. Вісник ПНІП. 2016. № 4. С. 54–62.
45. Шевченко В. Особливості контенту в сучасному журналістичному мистецтві. Діалог: медіа студії. 2015. № 21.

46. Шевченко Т. Що таке референси, для чого вони потрібні та де їх шукати? URL: <http://surl.li/oseygx> (дата звернення: 28.02.2025).
47. Штучний інтелект чи машинне навчання? В чому різниця. URL: <http://surl.li/pdjefx> (дата звернення: 28.02.2025).
48. Юренко В. Створення ефективної стратегії: як залучити аудиторію за допомогою цілеспрямованого контенту? URL: <http://surl.li/fgafsx> (дата звернення: 28.02.2025).
49. Янковець Т., Медведєва К. Цифровий брендинг підприємства у комплексі маркетингових комунікацій. *Scientia fructuosa*. 2022. № 144(4). С. 72-83.
50. Figol N., Chykaliuk E. Application of Multimedia Technologies for the Establishment of Electronic Edition. *State and Regions. Series: Social Communications*. 2020. № 2 (42). С. 109-115.
51. Тітуренко Я. І., Філатова О. С. Особливості створення візуалізації в діджитал-просторі медіа “Суспільне Мовлення” // Журналістика і медіа в умовах цифрових трансформацій: матеріали пленарного засідання І Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених (13–14 травня 2025 р., Миколаїв) / Національний університет кораблебудування ім. адм. Макарова. – Миколаїв, 2025. – С. 1-5.
52. Тітуренко Я. І., Філатова О. С. Дизайн як інструмент формування бренду "Суспільне Мовлення" // Стратегічні інновації соціальних комунікацій та іноземної філології в умовах кризи: матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної конференції (28 травня 2025 р., Суми) / Сумський державний університет. – Суми, 2025. – С. 1-5.

Ілюстративні матеріали

53. Суспільне Мовлення. Офіційний сайт: <https://corp.suspilne.media/>
54. Суспільне Мовлення. Сайт бета-версія: <https://beta.corp.suspilne.media/>
55. Суспільне Мовлення. Соціальна мережа Facebook: <https://www.facebook.com/suspilne.media/>

56. Суспільне Мовлення. Соціальна мережа Instagram:
<https://www.instagram.com/suspilne.media/>
57. Суспільне Культура. Штучний інтелект в ілюстрації: про обкладинку книги "ВСЛ", художню цінність та авторські права. Сайт:
<https://suspilne.media/culture/385007-stucnij-intelekt-v-ilustracii-pro-obkladku-knigi-vsl-hudoznu-cinnist-ta-avtorski-prava/>
58. Детектор медіа Суспільного. «Суспільне не використовує ШІ для створення новин. Весь контент перевірений людиною». Сайт:
<https://stv.detector.media/suspilna-korporatsiya/read/8624/2024-11-14-suspilne-ne-vykorystovuie-shi-dlya-stvorenniya-novyn-ves-kontent-perevirenyy-ljudynoyu-anastasiya-korinovska/>
59. Суспільне Культура. Всі стривожені: як використання ШІ впливає на мистецтво, кіно, музику та літературу. Сайт:
<https://suspilne.media/culture/645624-vsi-strivozeni-ak-vikoristanna-si-vpli-vae-na-mistectvo-kino-muziku-ta-literaturu/>
60. Суспільне Новини. Принципи Суспільного щодо використання штучного інтелекту. Сайт: <https://suspilne.media/ai-policy/>
61. Суспільне Новини. Сайт: <https://suspilne.media/>
62. Суспільне Медіатека. Сайт: <https://mediateka.suspilne.media/en>
63. Суспільне Новини. YouTube:
<https://www.youtube.com/channel/UCPY6gj8G7dqwPxg9KwHrj5Q>
64. Суспільне Харків. Новини війни: інфографіка. За вересень росіяни завдали по Харкову рекордну кількість авіаударів з початку 2023 року: інфографіка. Сайт:
<https://suspilne.media/kharkiv/848341-za-veresen-rosiani-zavdali-po-harkovu-rekordnu-kilkist-aviaudariv-z-pocatku-2023-roku-infografika/>
65. Суспільне Харків. До майже 2 млн грн на рік: скільки заробляють голови громад на Харківщині — інфографіка. Сайт:
<https://suspilne.media/kharkiv/725209-do-majze-2-mln-grn-na-rik-skilki-zaroblaut-golovi-gromad-na-harkivsini-infografika/>

66. Суспільне Харків. Скільки заробили голови громад Івано-Франківщини у 2023 та як формуються їхні зарплати. Інфографіка. Сайт: <https://suspilne.media/ivano-frankivsk/720332-skilki-zarobili-golovi-gromad-ivano-frankivsini-u-2023-ta-ak-formuutsa-ihni-zarplati-infografika/>
67. Суспільне Харків. Продовжили дорожчати овочі та подешевшало пальне. Якими були ціни в грудні 2023 року в Харківській області Інфографіка. Сайт: <https://suspilne.media/kharkiv/664678-prodovzili-dorozcati-ovoci-ta-podesevsalo-palne-akimi-buli-cini-v-grudni-2023-roku-v-harkivskij-oblasti/>
68. Суспільне Миколаїв. Сайт: <https://suspilne.media/mykolaiv/>

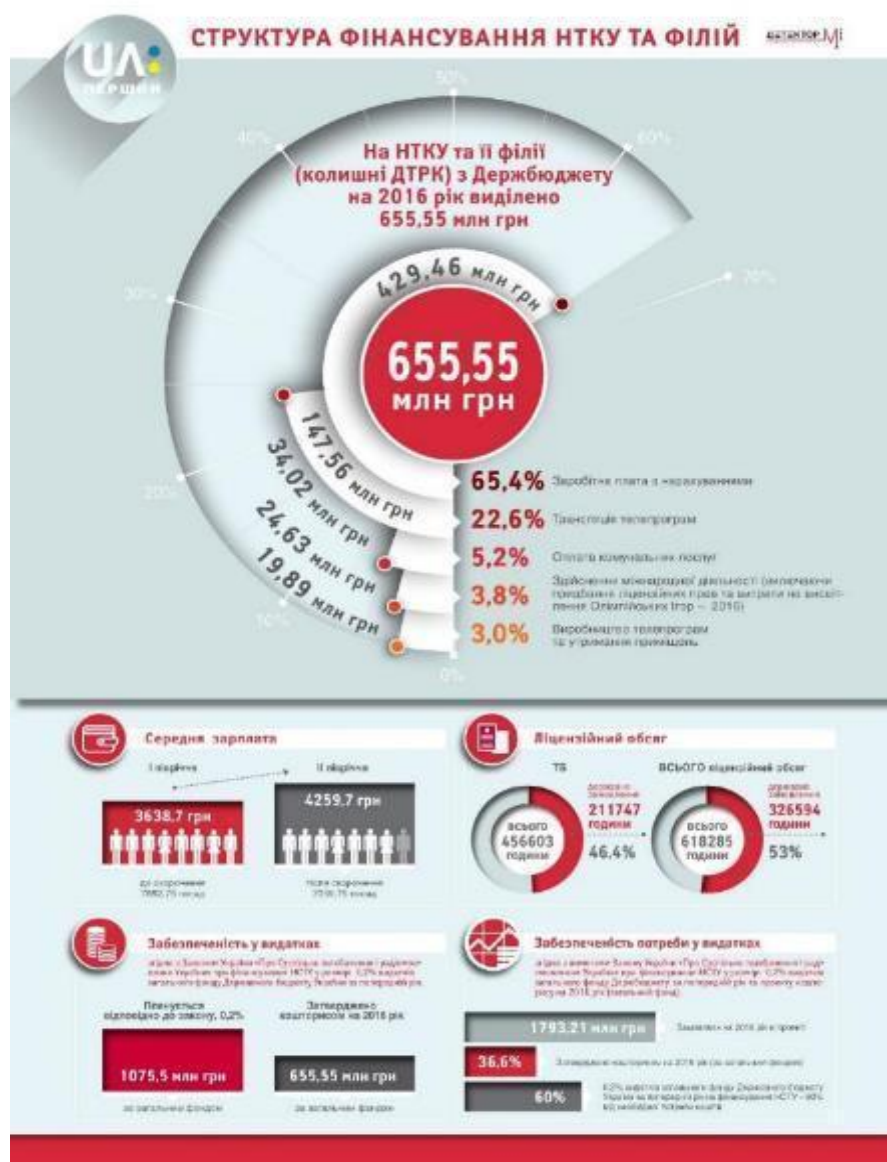
ДОДАТКИ

Додаток А. Приклади візуальної айдентики "Суспільного мовлення"



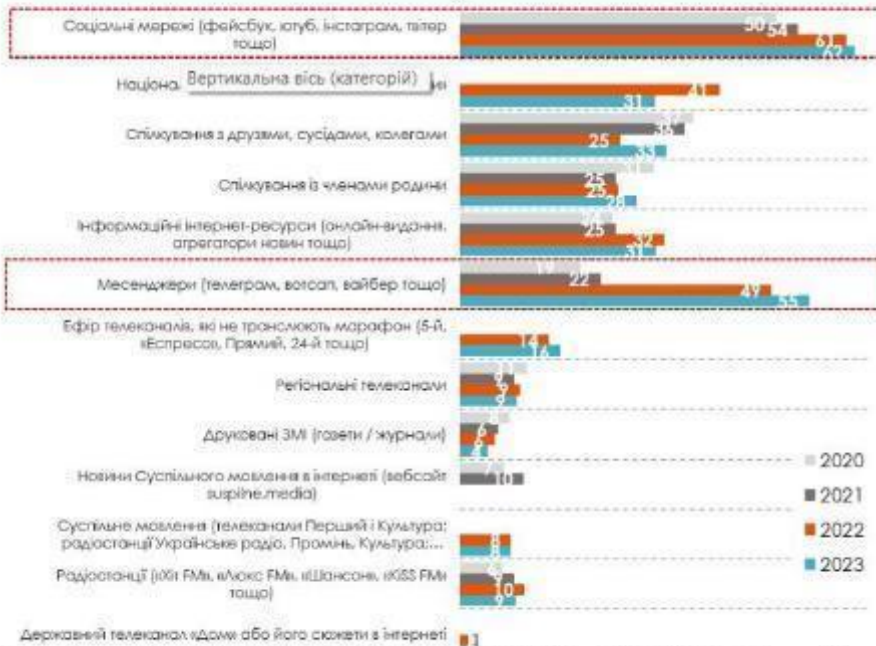


Додаток Б. Зразки інфографіки з цифрових платформ "Суспільного"



ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ ПРО СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ

детектор медіа



- У порівнянні з 2022 роком у 2023-му зросла кількість споживачів суспільно-політичного контенту в месенджерах (49% vs 55%).
- Із 25% до 33% зросла кількість аудиторії, яка отримує інформацію про суспільно-політичні новини у спілкуванні з друзями, сусідами, колегами.
- Аудиторія соціальних медіа фактично не змінилась — 62%.
- 31% складає аудиторія національного телемарафону «Єдині новини» (попереднього року вона складала 41%).

База: всі опитані, N= 2000 (2020 р.), N= 2000 (2021 р.), N= 1200 (2022 р.) та N= 1200 (2023 р.). Питання: Звідки ви отримуєте інформацію про суспільно-політичне життя країни?

UA: СУСПІЛЬНЕ
МОВЛЕННЯ

ЗНАННЯ СУСПІЛЬНИХ ТЕЛЕКАНАЛІВ

79,5% 44,4% 43,5%

ЗНАЮТЬ ТЕЛЕКАНАЛ
UA:ПЕРШИЙ

ЗНАЮТЬ ТЕЛЕКАНАЛ
UA:КУЛЬТУРУ

ЗНАЮТЬ РЕГІОНАЛЬНИЙ
СУСПІЛЬНИЙ
ТЕЛЕКАНАЛ

За результатами кількісного опитування (8000 респондентів)



СУСПІЛЬНЕ
МОВЛЕННЯ

86%

аудиторії довіряють новинам Суспільного

Gradus Research Company, квітень 2023

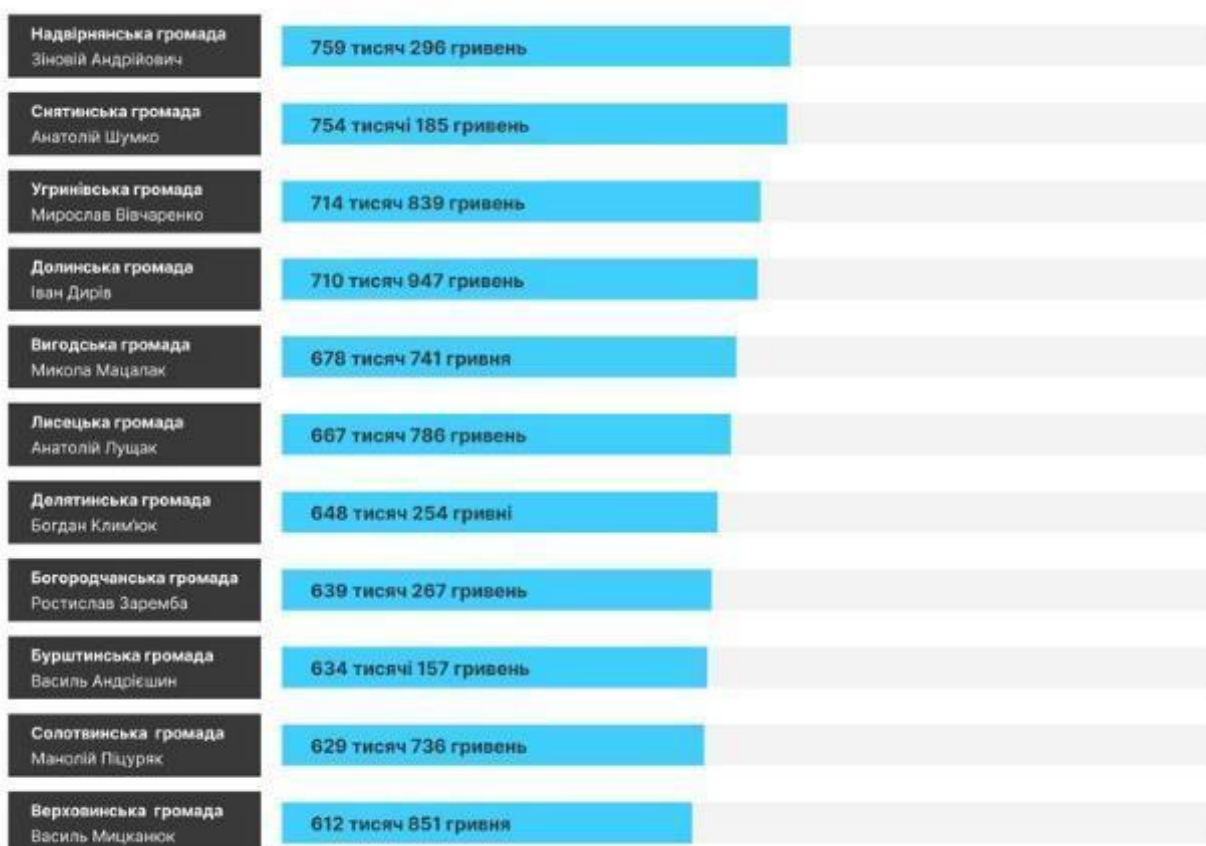
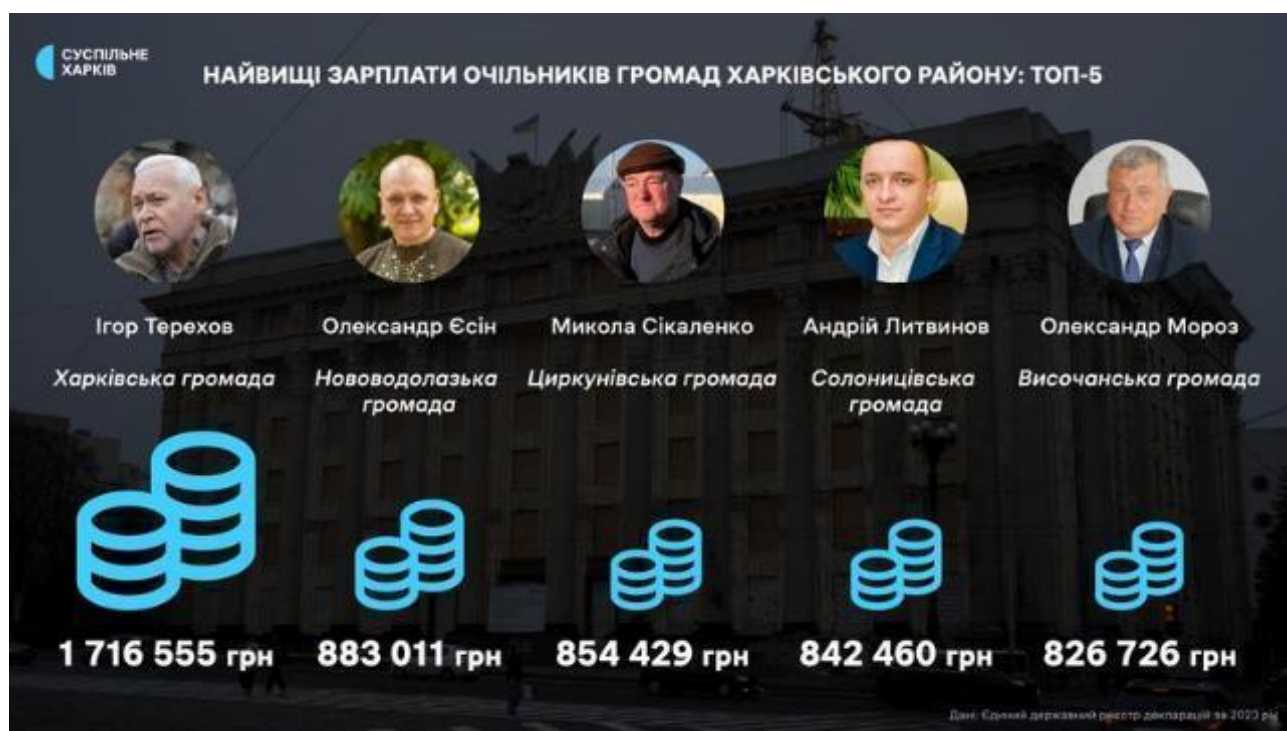
38%

українців споживали новини Суспільного за останній тиждень

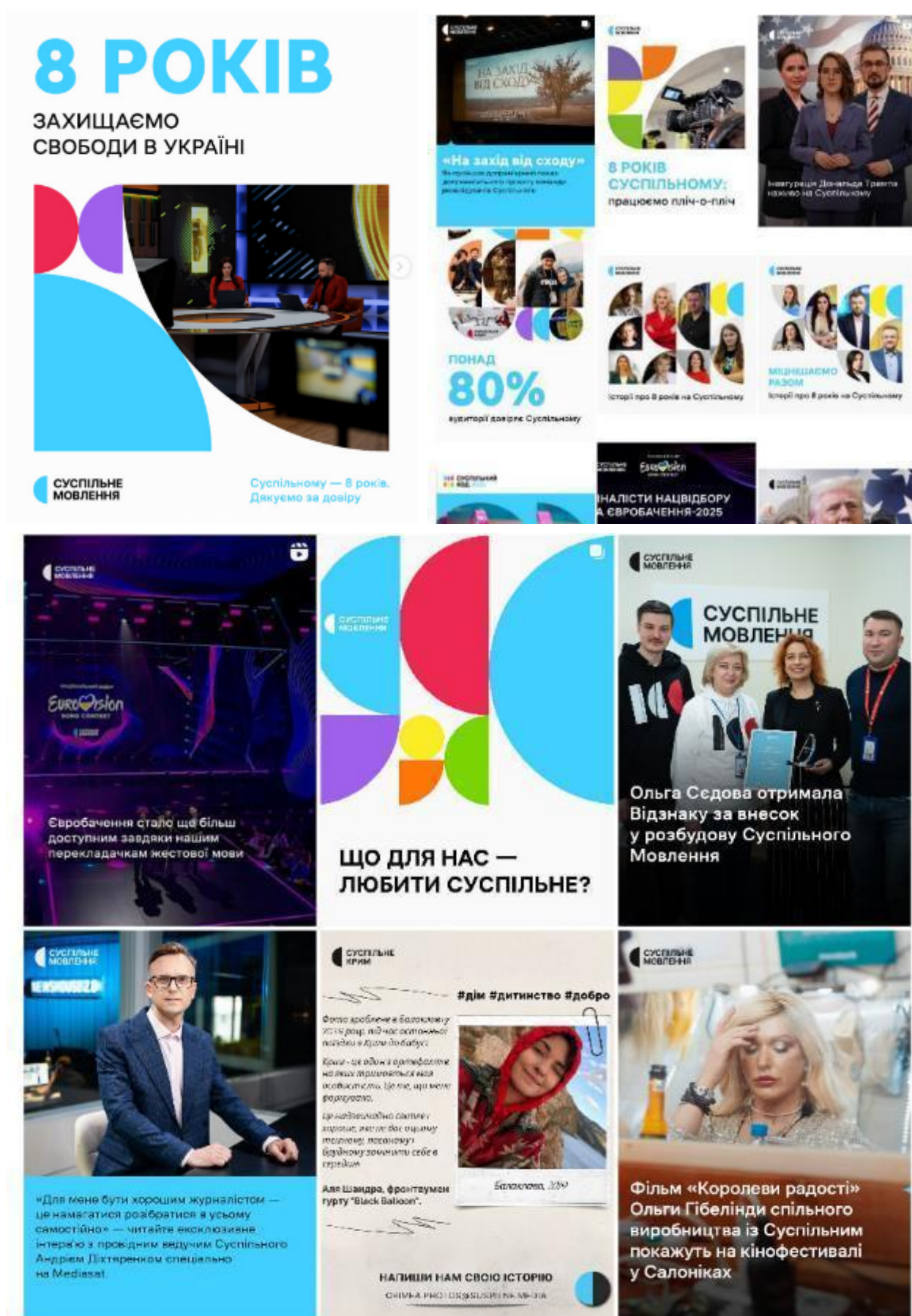
Gradus Research Company, квітень 2023



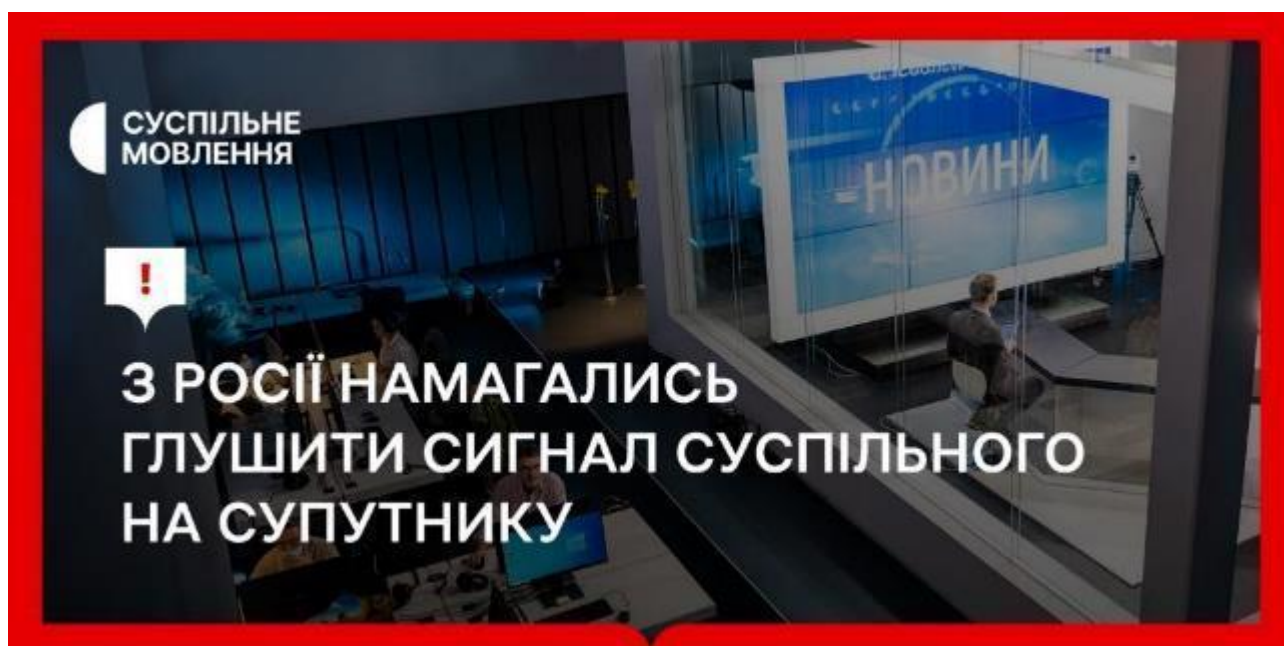




Додаток В. Колажі та візуальні матеріали соціальних мереж "Суспільного"







Facebook search bar: Пошук на Facebook

СУСПІЛЬНЕ МОВЛЕННЯ

Суспільному Мовленню — 8 років. Дякуємо за довіру!

Суспільне Мовлення • 25 тис. — "Нравится" • 36 тис. — підписники

Подобие Сообщение Нравится

Публикации Информация Упоминания Reels Фото Видео Ещё

Краткая информация
Суспільне Мовлення - захищаємо свободи в Україні

Страница - Медиапроизводство и медиаещение
Київ, Ukraine
press@suspline.media
corp.suspline.media

Публикации

Суспільне Мовлення • 9 ч. • 0

Понад 5,7 млн євро!

Стільки зібрала традиційна кампанія на підтримку України «Радаром!», ініційована суспільним мовником Литви LRT разом з організаціями «Blue / Yellow», «Latvian TV» і «Stop the kati».

Акція зі збору коштів тривала 3 тижні і згуртувала небайдужих жителів Литви. За ці гроші закуплять дрони та антидронове обладнання для українських військових.

Більше читайте тут: <https://corp.suspline.media/.../ponad-5,7-min-yevro...>

Показать перевод

Фото Все фото

Введите запрос

СУСПІЛЬНЕ НОВИНИ

СУСПІЛЬНЕ НОВИНИ
@SusplineNews • 942 тис. підписників • 49 тис. відео

Суспільне Новини — YouTube-канал про усі новини України та світу, а також — ексклюзивні матеріали з [suspline.media](#) і ще 6 посилань

Подписаться

Главная Видео Shorts Трансляции Подкасты Плейлисты Записи

Піхотинець, який став вихователем у дитсадку | Nostos. П...

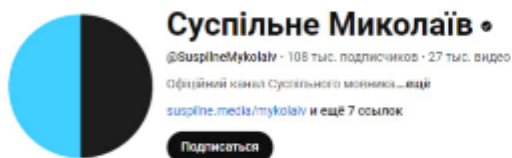
7 493 просмотра • 6 днів назад

У першому епізоді Nostos. Повернення героїв — історія ветерана Олександра "Бармена" Ковальчука. Ми часто кажемо про те, що нашу оборону насправді тримають "прості мужики", але вони дуже рідко стають героями історії. Олександр Ковальчук з Житомира саме такий чоловік - він не приховує, що піти добровольцем він не неважувався - просто було страшно. Втім, коли отримав ... подорож...

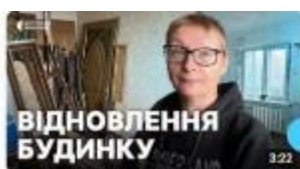
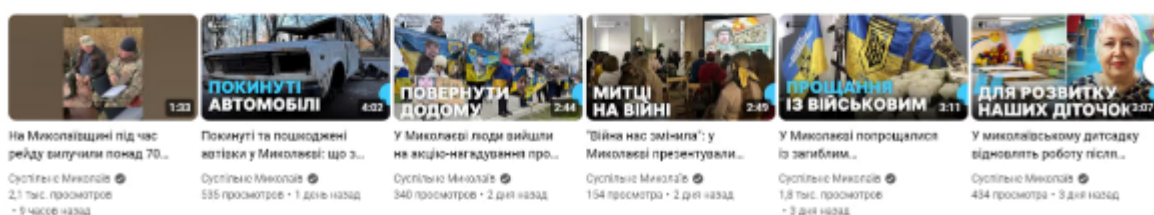
Для вас

по і людськи

Суспільне Миколаїв YouTube: новини та оформлення у часи війни



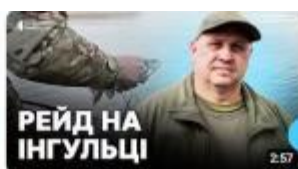
Новини ▶ Восприязасті яс



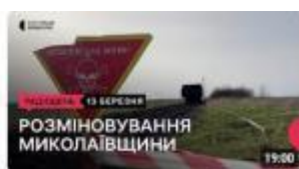
У Миколаївці відновили багатопверхову, пошкоджену внаслідок російського...
506 промотров • 4 дні назад



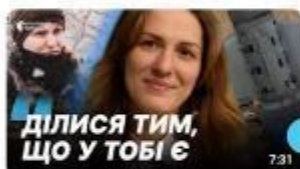
Життя серед руйн: як понад двісті людей проживає у зруйнованому...
7,6 тис. промотров • 5 днів назад



На Миколаївщині під час рейду вилучили понад 700 метрів браконьєрських сіток
13 тис. промотров • 5 днів назад



Гуманітарне розмінування: як працює "The HALO Trust" на Миколаївщині
176 промотров • 5 днів назад



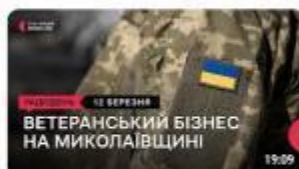
Служила у Нацгвардії та морській піхоті: ветеранка з Миколаєва про війну та...
1,8 тис. промотров • 5 днів назад



Врятували з-під обстрілів: на Миколаївщині проживає "подружжя"...
1,4 тис. промотров • 5 днів назад



У Миколаєві триває демонтаж зруйнованих внаслідок обстрілів будівель
740 промотров • 6 днів назад



Ветеранський бізнес на Миколаївщині: від ідей до прикладів реалізації і...
88 промотров • 6 днів назад



У Миколаєві відбувся рекрутинговий захід в рамках проєкту "Контракт 18-24"
2,1 тис. промотров • 7 днів назад



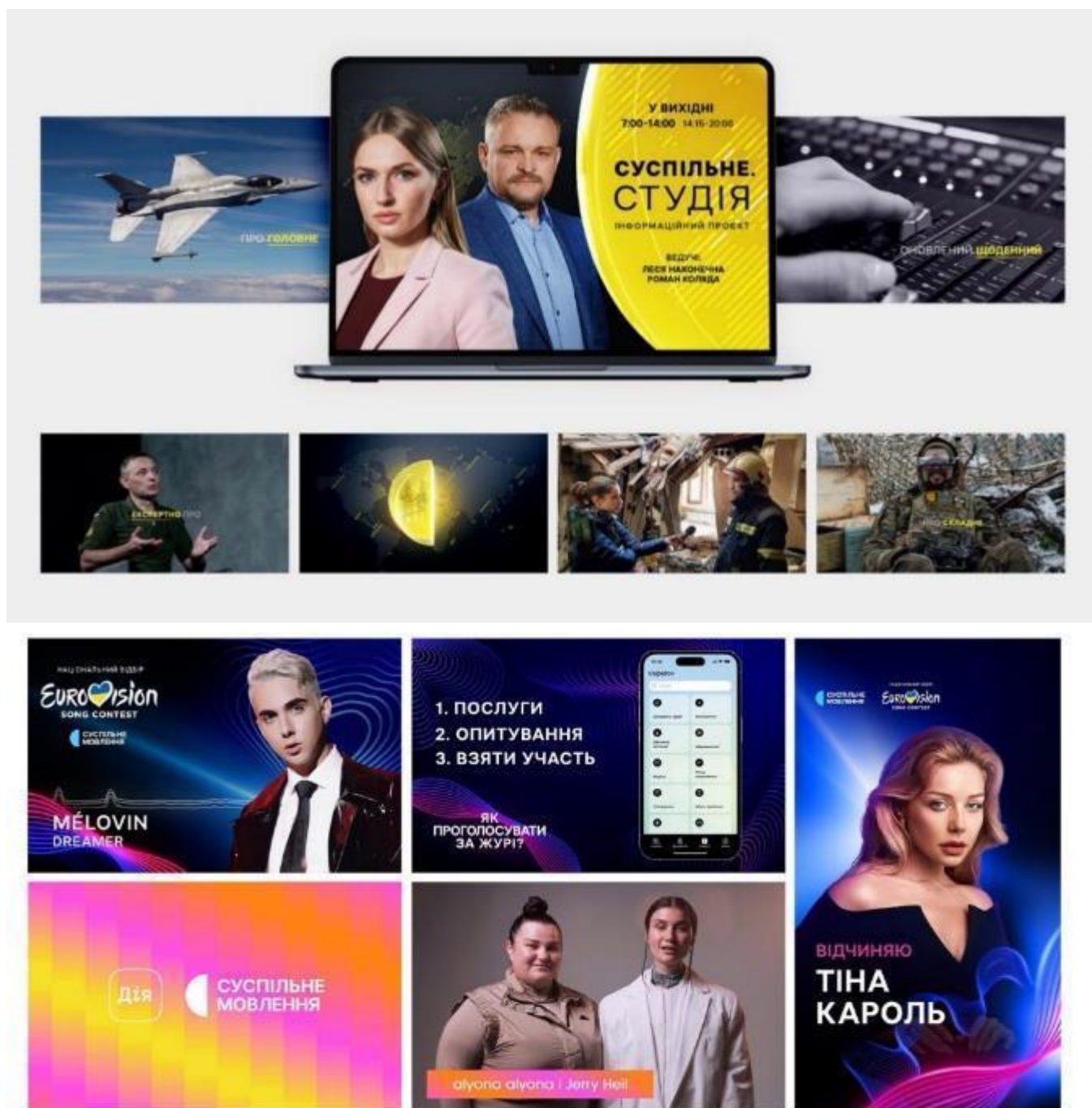
Індексація пенсій: як зросли виплати і 11.03.2025
1,7 тис. промотров • 7 днів назад



Кабріолет, фургон та трицикл: як миколаївці конструює електрокари у...
8,4 тис. промотров • 7 днів назад

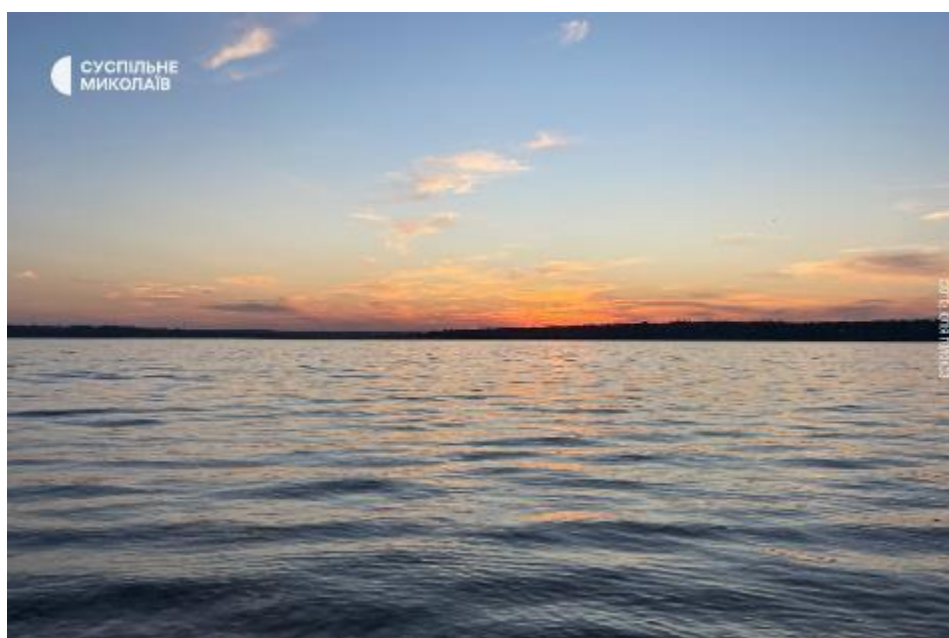


Третій рік під прицілом армії РФ: як живе прифронтовий Очаків на Миколаївщині
4 тис. промотров • 7 днів назад



Візуальні матеріали з «Суспільне Миколаїв»





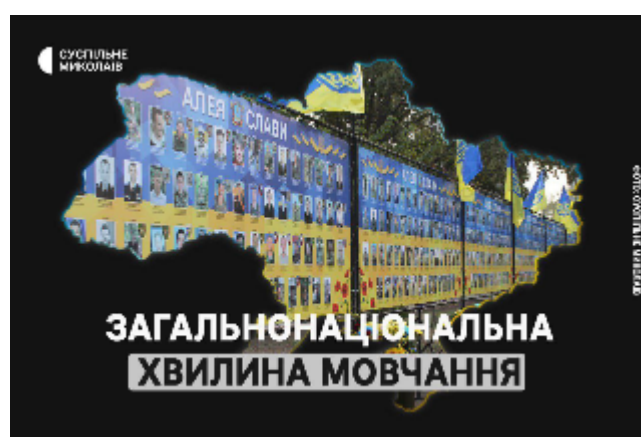
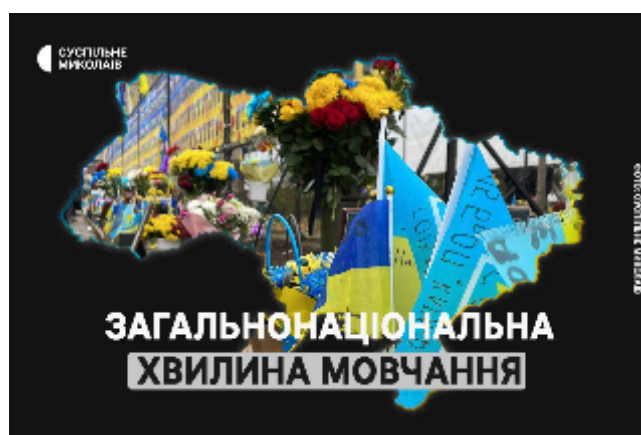


"Я не зможу бути просто цивільною": війна, евакуація жінок та служба в ТЦК
— Історія військовослужбовиці з Миколаєва



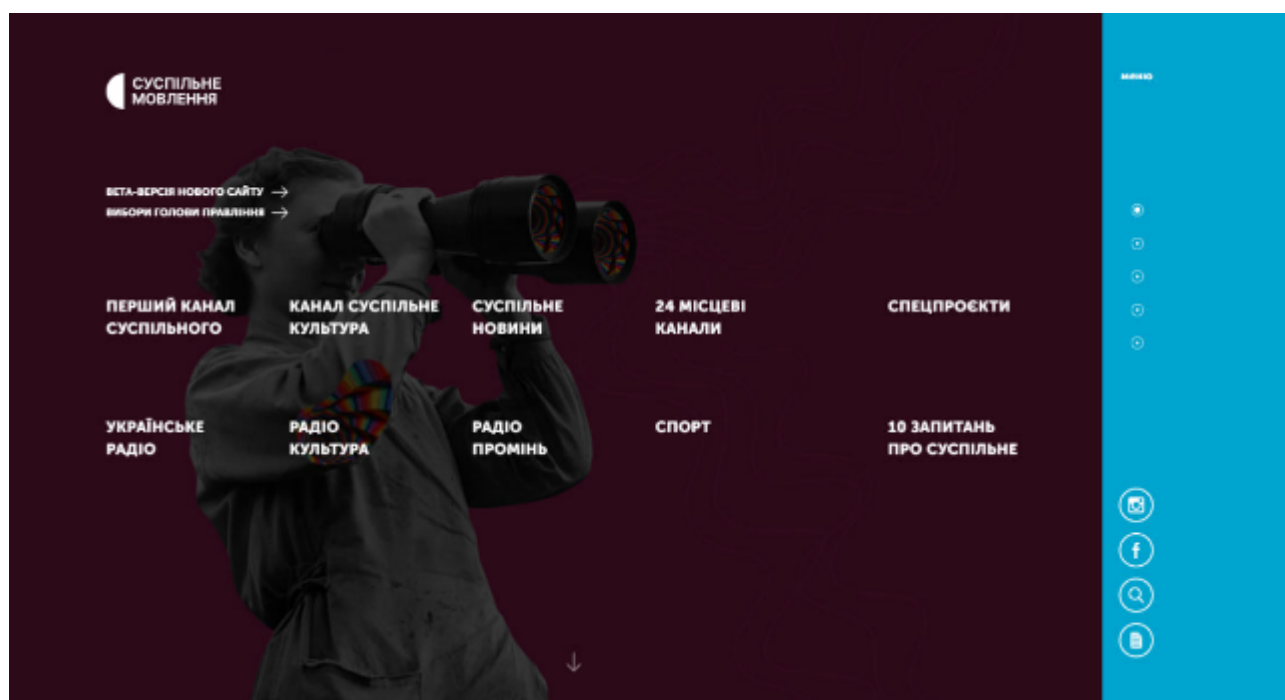
Зруйновані будівлі Миколаєва — Суспільне Миколаїв — Суспільне Миколаїв





Додаток Г. Скріншоти інтерактивних форматів з сайту "Суспільного"





Новини компанії

лютий 26, 2025

Оголошено конкурс на посаду голови правління Суспільного Мовлення

лютий 22, 2025

«Карп'як на Суспільному»: підсумки сезону

лютий 22, 2025

Суспільне відідали учасники проєкту «BLUE OCEAN LAB»: офлайн-хаб інноваційної творчості та...

[Більше](#)

лютий 28, 2025

Понад 5,7 млн євро зібрала кампанія LRT на підтримку українських військових

лютий 27, 2025

«Мій Крим»: у Львові переглядали архіви Суспільного та ділилися особистими історіями

лютий 27, 2025

«Nostos. Повернення героїв»: прем'єра проєкту про ветеранів на Суспільному

лютий 28, 2025

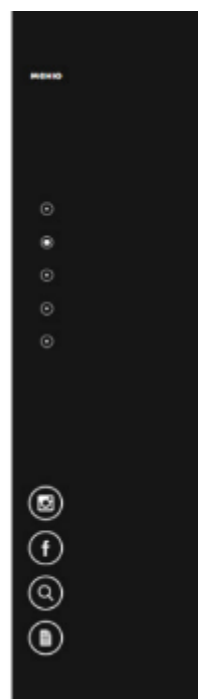
Дивіться Передшоу «Оскар® 2025: український погляд» на Суспільне Культура

лютий 27, 2025

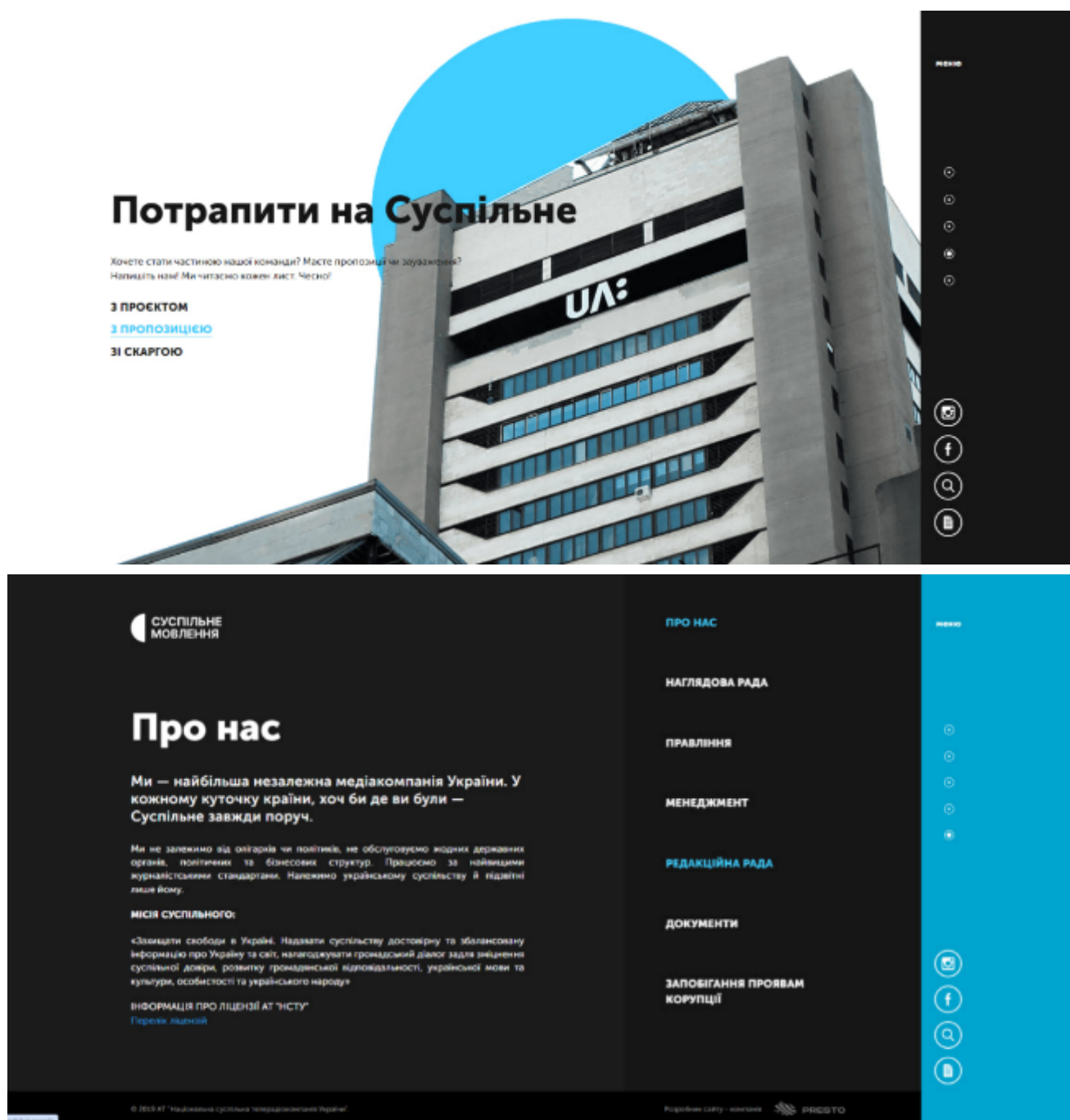
На Радіо Культура — раритетні записи з Метрополітен-опера

лютий 27, 2025

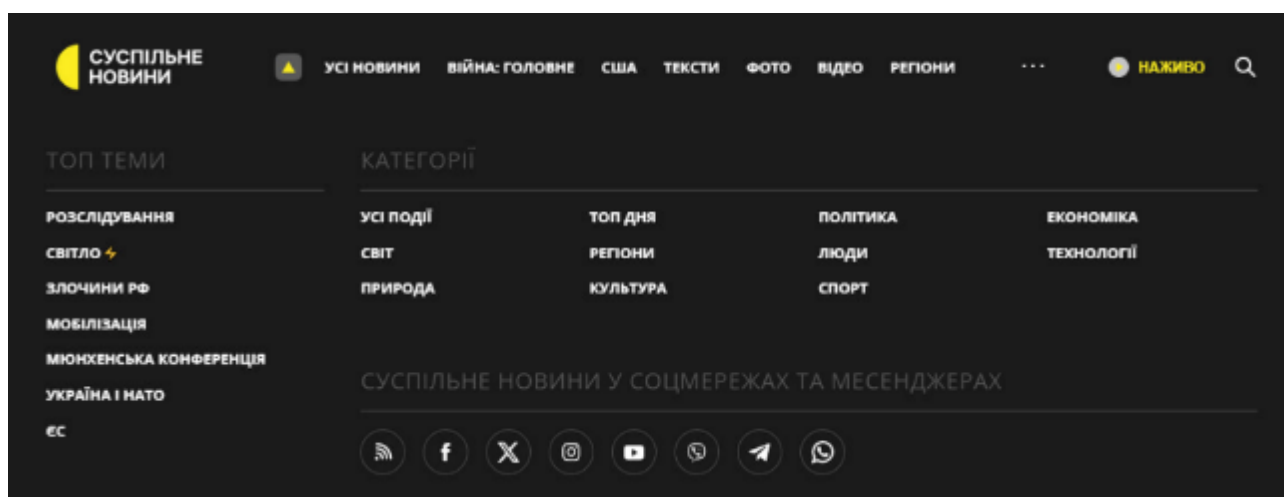
У Румунії відбувся показ фільму Суспільного «Ізоляція»







Сайт «Суспільне новини»





ГОЛОВНЕ



Зеленський достроково покинув Білий дім після перепалки з Трампом, підписання угоди про копалини скасували ● ОНЛАЙН

28 лютого, 16:30

Росія атакувала дронами Харків, світові лідери підтримали Зеленського після перемовин з Трампом. 1102 день війни ● ОНЛАЙН

1 березня, 00:27

УКРАЇНА І СВІТ



Зеленський відловив, чи має вибачитись перед Трампом

1 березня, 03:04



"Ми не хочемо 10-річної війни": Трамп після зустрічі із Зеленським

1 березня, 01:13

Британський прем'єр Стармер поговорив із Зеленським та Трампом

1 березня, 00:38

РЕГІОНИ



"Я за будь-який кіпіш, окрім сходів": чи стане Одеса містом, доступним для людей з інвалідністю

28 лютого, 18:06

Вдруге введені екстрені відключення світла в Донецькій області

28 лютого, 17:43

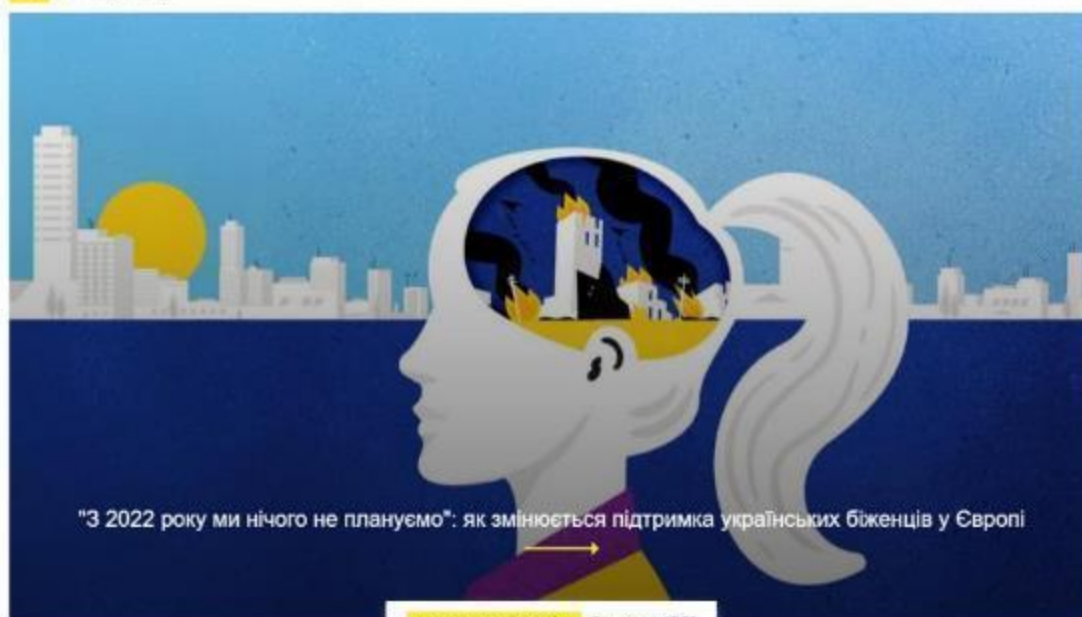
Поліцейські евакуювали з Гаврилівки на Херсонщині двох людей

28 лютого, 17:05

Понад 200 багатопверхівок у Слов'янську пошкоджені обстрілами — Вадим Лях

В Слов'янську за три роки

ВИБІР РЕДАКЦІЇ



ВСТАНОВЛЕННЯ РОСІЇ В УКРАЇНУ

24 лютого, 13:55



Сайт «Суспільне Миколаїв» головна сторінка

УСІ НОВИНИ

ВІЙНА

УКРАЇНА І СВІТ

КУЛЬТУРА

СПОРТ

НАЖИВО

ГОЛОВНЕ

"Моє серце з тобою, в полоні": у Миколаєві люди вийшли на акцію-нагадування про полонених і безвісти зниклих воїнів

16 березня, 13:59

Грип та ГРВІ у Миколаєві: "Цей сезон за тяжкістю перевищує минулий" — лікарка

18 березня, 21:32

На фронті загинув миколаївець Віктор Антонів

18 березня, 10:17

Покинуті та пошкоджені автівки у Миколаєві: що з ними роблять

17 березня, 16:01

ІСТОРІЇ ЛЮДЕЙ

Головні події тижня на Миколаївщині: фотодобірка

На Миколаївщині відбулась акція-нагадування про військових в полоні та зниклих безвісти. Організували виставку-приглашувача безпритульних тварин та презентували документальну виставу про життя військових митців.

16 березня, 21:02

"Війна нас змінила": у Миколаєві презентували документальну виставу про життя військових митців

У Миколаєві 15 березня презентували документальну виставу Лютого театру "Попіл цріл". Її мета — розповісти про досвід і

ВІЙНА ТА АРМІЯ

У Корабельному районі Миколаєва відновлюють пошкоджені обстрілами будинки та інфраструктуру

18 березня, 12:45

Повітряні Сили: ППО у 12 областях збила 63 безпілотники

18 березня, 09:36

Пошкоджено мікроавтобус: армія Росії атакувала Куцурубську громаду Миколаївщини

18 березня, 07:28

У Миколаєві помічника юриста підозрюють у нелегальному переправленні чоловіків за кордон

17 березня, 17:00

У Воскресенській тергромаді Миколаївщини оголосили день жалоби

17 березня, 13:10

УСІ НОВИНИ

ВІЙНА

УКРАЇНА І СВІТ

КУЛЬТУРА

СПОРТ

НАЖИВО

Про сильних жінок: добірка книжок до Дня боротьби за права жінок від миколаївської бібліотекарки

8 березня, 16:35

"Це візитівка Миколаєва". Історик розповів про першу трамвайну підстанцію, яку виставили на аукціон

26 лютого, 14:24

Пережив штурм кому та 18 операцій: майже десять місяців військовий з Миколаєва реабілітується у Львові

20 лютого, 11:37

Добірка книжок до Дня святого Валентина: миколаївська бібліотекарка зібрала 7 романтичних фентезі для читачів

14 лютого, 19:40

"Допомогає тим, хто каже одне одного". Миколаївський історик розповів про День святого Валентина

14 лютого, 18:11

Додаток Д. Порівняльний аналіз візуального контенту "Суспільного" за 2022-2024 роки

Даний аналіз спрямований на виявлення основних тенденцій, трансформацій та особливостей візуального контенту загальнонаціонального суспільного мовника України "Суспільне" протягом 2022-2024 років. Період дослідження охоплює визначальні події для українського суспільства, зокрема повномасштабне російське вторгнення, що значно вплинуло на медійний ландшафт країни.

Для проведення порівняльного аналізу було застосовано такі методи:

- Контент-аналіз візуальних матеріалів на цифрових платформах "Суспільного"
- Порівняльний аналіз стилістичних, тематичних та технічних аспектів
- Кількісний аналіз візуального контенту за категоріями
- Якісний аналіз символіки, колористики та композиційних рішень

1. Кількісні показники та загальні тенденції

Показник	2022 рік	2023 рік	2024 рік (перший квартал)	Динаміка змін
Загальна кількість візуальних матеріалів	12500+	18200+	5400+	Зростання на 46% (2022-2023)
Фоторепортажі	3200	4100	1200	Зростання на 28%
Інфографіка	2100	3600	1100	Зростання на 71%
Відеоконтент	5800	8900	2700	Зростання на 53%
Ілюстрації	1400	1600	400	Зростання на 14%

2. Тематичний розподіл візуального контенту

2.1. 2022 рік

- Воєнна тематика: 68%
- Гуманітарні питання: 12%
- Соціальні проблеми: 8%
- Культура: 6%
- Економіка: 4%
- Інше: 2%

2.2. 2023 рік

- Воєнна тематика: 42%
- Гуманітарні питання: 15%
- Соціальні проблеми: 14%
- Культура: 12%
- Економіка: 10%
- Інше: 7%

2.3. 2024 рік (перший квартал)

- Воєнна тематика: 35%
- Гуманітарні питання: 17%
- Соціальні проблеми: 15%
- Культура: 14%
- Економіка: 12%
- Інше: 7%

3. Стилiстичнi трансформацiї

3.1. Колористика

- **2022 рік:** Домінування стриманої, часто монохромної колірної гами; насичені червоні та чорні кольори для позначення критичних подій; мінімалістичний підхід
- **2023 рік:** Поступове розширення колірної палітри; більше синьо-жовтих кольорів у матеріалах національної тематики; контрастні поєднання для інфографіки
- **2024 рік:** Збалансована палітра з акцентними кольорами; більш витончена колірна диференціація для різних типів контенту; використання градієнтів

3.2. Композиційні рішення

- **2022 рік:** Переважання документальних підходів; фронтальні плани; чітке структурування кадру; мінімалістичні рішення в інфографіці

- **2023 рік:** Експериментування з ракурсами; більш динамічні композиції; збільшення використання аерозйомки; комплексні багат шарові інфографіки
- **2024 рік:** Поєднання художнього та документального підходів; складні композиційні рішення; використання інтерактивних елементів; інтеграція 3D-елементів

4. Технічні аспекти і форматування

4.1. Якість і формати

- **2022 рік:**
 - Фото: переважно середньої роздільної здатності (до 2K)
 - Відео: HD (720p-1080p), обмежені можливості монтажу в польових умовах
 - Інфографіка: переважно статична, обмежена інтерактивність
- **2023 рік:**
 - Фото: висока роздільна здатність (до 4K)
 - Відео: Full HD і 4K, покращена стабілізація, використання дронів
 - Інфографіка: впровадження інтерактивних елементів, анімації
- **2024 рік:**
 - Фото: Ultra HD, панорамні знімки, 360° фотографії
 - Відео: 4K і 8K, HDR, використання VR-елементів
 - Інфографіка: повноцінні інтерактивні дашборди, AR-доповнення

4.2. Адаптація контенту для різних платформ

- **2022 рік:** Обмежена адаптація, переважно однаковий контент для всіх платформ
- **2023 рік:** Диференційований підхід до соціальних медіа, оптимізація для мобільних пристроїв
- **2024 рік:** Крос-платформні інтегровані рішення, динамічна адаптація форматів, персоналізація візуального контенту

5. Символіка та візуальні наративи

5.1. Ключові символи

Рік	Домінуючі символи	Частота використання	Контекст
2022	Синьо-жовті кольори, військова техніка, руїни, українські міста	Дуже висока	Національна єдність, опір, документація воєнних злочинів
2023	Відбудова, гуманітарна допомога, культурні символи, міжнародна підтримка	Висока	Стійкість, адаптація, міжнародна співпраця
2024	Технологічний розвиток, освіта, молодь, інновації, європейська інтеграція	Середня	Відновлення, розвиток, погляд у майбутнє

5.2. Еволюція візуальних наративів

- **2022:** Документування реальності, свідчення, фіксація подій
- **2023:** Пошук балансу між документалістикою та аналітичною візуалізацією
- **2024:** Конструювання нових наративів, орієнтованих на майбутнє та відновлення

6. Особливості візуальної репрезентації ключових тем

6.1. Військові дії

- **2022:** Безпосередні репортажі з фронту, високий рівень графічного контенту, мінімальна обробка
- **2023:** Більш виважений підхід, фокус на людських історіях, аналітична інфографіка військових операцій
- **2024:** Історичний та аналітичний підхід, використання реконструкцій, менша частка прямого контенту з бойових дій

6.2. Гуманітарна криза та соціальні проблеми

- **2022:** Документування наслідків, емоційно насичені знімки, мінімалістичний підхід
- **2023:** Поглиблені історії, акцент на рішеннях проблем, розширення жанрового розмаїття
- **2024:** Системний підхід, лонгріди з комплексним візуальним супроводом, поєднання різних типів візуалізації

6.3. Культура та ідентичність

- **2022:** Символічні образи, історичні паралелі, мінімалістичний підхід
- **2023:** Розширення представлення регіональних культурних особливостей, інтерактивні проєкти
- **2024:** Комплексні мультимедійні проєкти, інтеграція VR-елементів, інноваційні підходи до представлення культурної спадщини

7. Висновки та прогнози

7.1. Основні трансформації

- Поступовий перехід від реактивної документалістики до проактивного формування наративів
- Технологічне вдосконалення та диверсифікація форматів візуального контенту
- Розширення тематичного діапазону при збереженні фокусу на національно важливих питаннях
- Підвищення якості та глибини аналітичної візуалізації
- Інтеграція інтерактивних елементів та нових медіа-технологій

7.2. Прогнозовані тенденції

1. Подальше збільшення частки інтерактивного контенту та персоналізованих візуальних рішень
2. Розвиток технологій доповненої реальності в новинному контенті
3. Посилення ролі користувацького контенту та партисипативних проєктів
4. Поглиблення міжнародної співпраці у створенні візуального контенту
5. Розвиток нових форматів візуальної аналітики з використанням технологій штучного інтелекту

Додаткові примітки.

Даний аналіз базується на загальнодоступних матеріалах "Суспільного" та може бути доповнений результатами глибшого дослідження з доступом до внутрішніх даних медіаорганізації. В умовах продовження воєнного стану та пов'язаних із цим обмежень, тенденції візуального контенту можуть швидко змінюватись у відповідь на суспільні та геополітичні події.

Особливу увагу при подальшому аналізі варто приділити регіональним відмінностям у візуальному контенті "Суспільного" та його сприйняттю різними цільовими аудиторіями.

Аналіз візуального контенту "Суспільне Миколаїв" за 2022-2024 роки

Даний аналіз присвячений дослідженню особливостей візуального контенту регіонального підрозділу "Суспільне Миколаїв" у період 2022-2024 років. Особлива увага приділяється трансформаціям у візуальному висвітленні подій в умовах прифронтового регіону, специфіці використання візуальних інструментів для донесення локального контексту та інтеграції регіонального контенту в загальнонаціональний наратив.

1. Кількісні показники та загальні тенденції

Показник	2022 рік	2023 рік	2024 рік (перший квартал)	Динаміка змін
Загальна кількість візуальних матеріалів	2100+	3450+	980+	Зростання на 64% (2022-2023)
Фоторепортажі	720	950	280	Зростання на 32%
Інфографіка	310	620	190	Зростання на 100%
Відеоконтент	950	1650	450	Зростання на 74%
Ілюстрації	120	230	60	Зростання на 92%

2. Тематичний розподіл візуального контенту

2.1. 2022 рік

- Воєнна тематика: 73% (на 5% вище загальнонаціонального показника)
- Гуманітарні питання: 14%
- Соціальні проблеми: 6%
- Культура: 4%
- Економіка: 2%

- Інше: 1%

2.2. 2023 рік

- Воєнна тематика: 52% (на 10% вище загальнонаціонального показника)
- Гуманітарні питання: 17%
- Соціальні проблеми: 12%
- Культура: 8%
- Економіка: 7%
- Інше: 4%

2.3. 2024 рік (перший квартал)

- Воєнна тематика: 44% (на 9% вище загальнонаціонального показника)
- Гуманітарні питання: 19%
- Соціальні проблеми: 14%
- Культура: 10%
- Економіка: 9%
- Інше: 4%

3. Регіональні особливості візуального контенту

3.1 Унікальні характеристики

- **Підвищена документальність:** на 35% більше документального фото і відеоконтенту у порівнянні з загальнонаціональними показниками
- **Локальна символіка:** активне використання символів і локацій, пов'язаних з Миколаєвом та областю (суднобудування, морська тематика, історичні пам'ятки)
- **Водна тематика:** специфічний фокус на висвітленні проблем водопостачання (2022-2023) та відновлення інфраструктури водних шляхів (2023-2024)
- **Прикордонна специфіка:** візуалізація життя в прикордонних населених пунктах, наслідків обстрілів та відновлювальних робіт

3.2 Стилiстичні особливості

- **Колористика:** домінування синіх відтінків (річка, море), жовто-коричневих (степові ландшафти області)
- **Ракурси:** підвищена частка аерозйомки для документування масштабів руйнувань та відновлення
- **Контекстуалізація:** активне використання порівняльних фото- та відеоматеріалів "до і після" для тієї самої локації

4. Динаміка розвитку візуального контенту "Суспільне Миколаїв"

4.1. Технічне оснащення та якість

- **2022 рік:**
 - Обмежений доступ до професійного обладнання
 - Висока частка контенту, створеного на смартфони (62%)
 - Проблеми зі стабілізацією та освітленням
- **2023 рік:**
 - Оновлення технічного парку (отримання 6 професійних камер, 2 дронів)
 - Зниження частки смартфон-контенту до 41%
 - Впровадження стандартів стабілізації та кольорокорекції
- **2024 рік:**
 - Рівень технічного оснащення наближений до київської редакції
 - Смартфон-контент використовується переважно для оперативних новин (28%)
 - Впровадження єдиних технічних стандартів з національним "Суспільним"

4.2. Крос-медійна інтеграція

- **2022 рік:** 10% контенту інтегровано в загальнонаціональне мовлення
- **2023 рік:** 24% контенту використано на національному рівні
- **2024 рік:** 37% контенту використовується на загальнонаціональних платформах

5. Особливості висвітлення ключових регіональних тем

5.1. Військові дії та їх наслідки

- **2022:** Фокус на документуванні руйнувань інфраструктури міста та області (72% воєнного контенту)
- **2023:** Зміщення акценту на відновлювальні роботи (45%) та адаптацію населення (32%)
- **2024:** Переважає контент про технологічні рішення для захисту (35%) та відновлення критичної інфраструктури (40%)

5.2. Порт Миколаєва та морська інфраструктура

- **2022:** Документація наслідків блокади (68% контенту про порт)
- **2023:** Відновлення роботи порту та часткове розблокування (54%), міжнародна допомога (21%)
- **2024:** Модернізація, нові логістичні рішення (45%), відновлення експорту (35%)

5.3. Культурне життя та ідентичність

- **2022:** Документація збереження культурних цінностей в умовах війни (44%), культурний опір (38%)
- **2023:** Відновлення культурних закладів (37%), адаптовані під війну культурні події (42%)
- **2024:** Нові культурні ініціативи (48%), інтеграція місцевого культурного продукту в європейський контекст (23%)

6. Аудиторні показники та взаємодія

Показник	2022 рік	2023 рік	2024 рік (Q1)
Середня кількість переглядів візуального контенту	4,200	8,600	12,300
Рівень залучення (коментарі, поширення)	320	750	1,100
Взаємодія з локальною аудиторією (%)	78%	65%	58%
Взаємодія з національною аудиторією (%)	20%	31%	36%
Взаємодія з міжнародною аудиторією (%)	2%	4%	6%

7. Інноваційні підходи та експерименти

7.1. Локальні інновації

- **Серія "Миколаїв з висоти"** (з III кварталу 2022): регулярні аеропанорами міста для документування змін
- **Проект "Обличчя відновлення"** (2023): фотопортрети місцевих жителів, які займаються відбудовою
- **Інтерактивна карта трансформацій міста** (2024): веб-платформа з інтеграцією фото до/після по ключових об'єктах

7.2. Технологічні експерименти

- **2022:** Адаптація до роботи в умовах перебоїв зв'язку та електропостачання

- **2023:** Впровадження оперативної трансляції з використанням Starlink
- **2024:** Експериментальне використання AI для відновлення архівних фото міста та створення порівняльного контенту

8. Висновки та прогнози для "Суспільне Миколаїв"

8.1. Основні досягнення 2022-2024

1. Збереження безперервності роботи в кризових умовах
2. Створення унікального візуального архіву трансформацій міста та області
3. Підвищення технічної якості контенту до рівня національних стандартів
4. Розширення жанрового різноманіття та тематичного охоплення
5. Зростання інтеграції в загальнонаціональний контент

8.2. Прогнозовані тенденції

1. Подальше зростання частки аналітичного візуального контенту
2. Посилення ролі партисипативних проєктів із залученням аудиторії
3. Розвиток спеціалізації на морській та портовій тематиці
4. Збільшення частки культурного та соціального контенту
5. Технологічна модернізація з акцентом на мобільність та оперативність

8.3. Рекомендації для розвитку

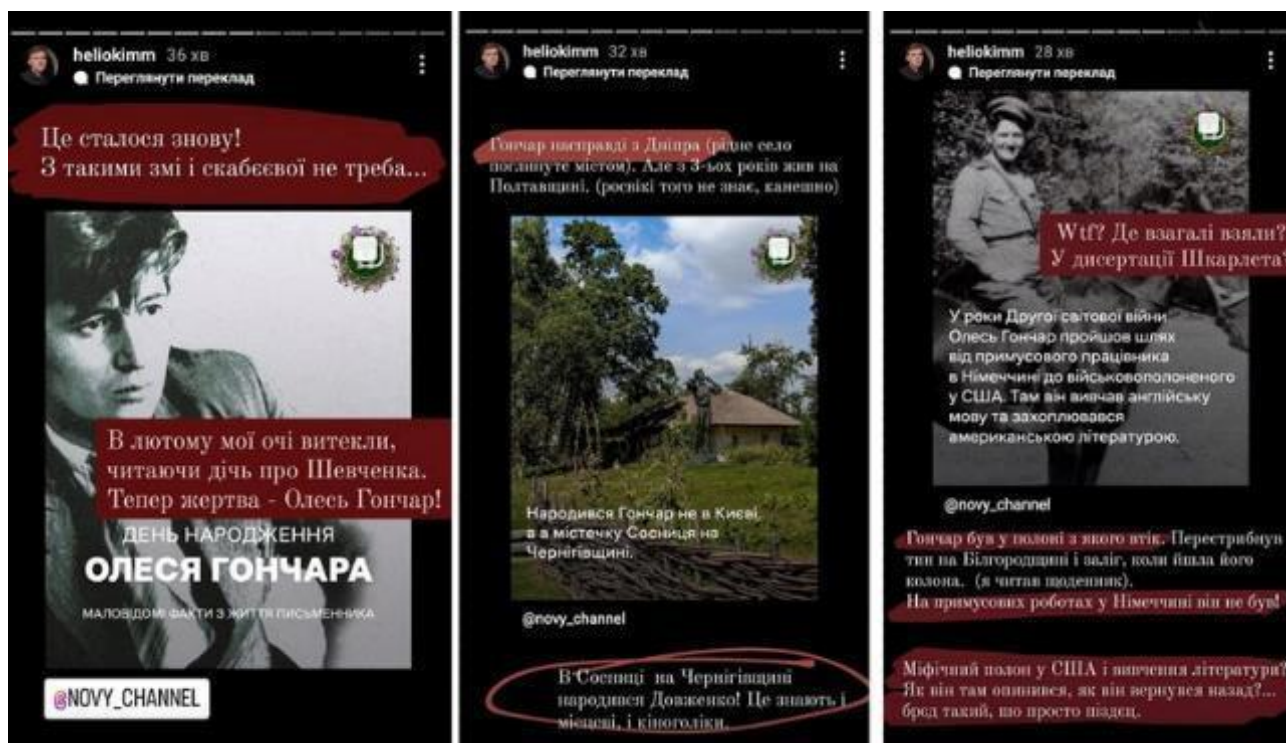
- Поглиблення спеціалізації на унікальних для регіону темах
- Розвиток візуального стилю, який підкреслює ідентичність регіону
- Інвестиції в навчання персоналу для роботи з новими форматами
- Посилення співпраці з міжнародними медіа для представлення регіональних історій
- Розширення використання інтерактивних форматів для підвищення залучення аудиторії

Примітка: Даний аналіз ґрунтується на відкритих джерелах, доступних матеріалах "Суспільного Миколаїв" та експертних інтерв'ю з працівниками регіональної редакції.

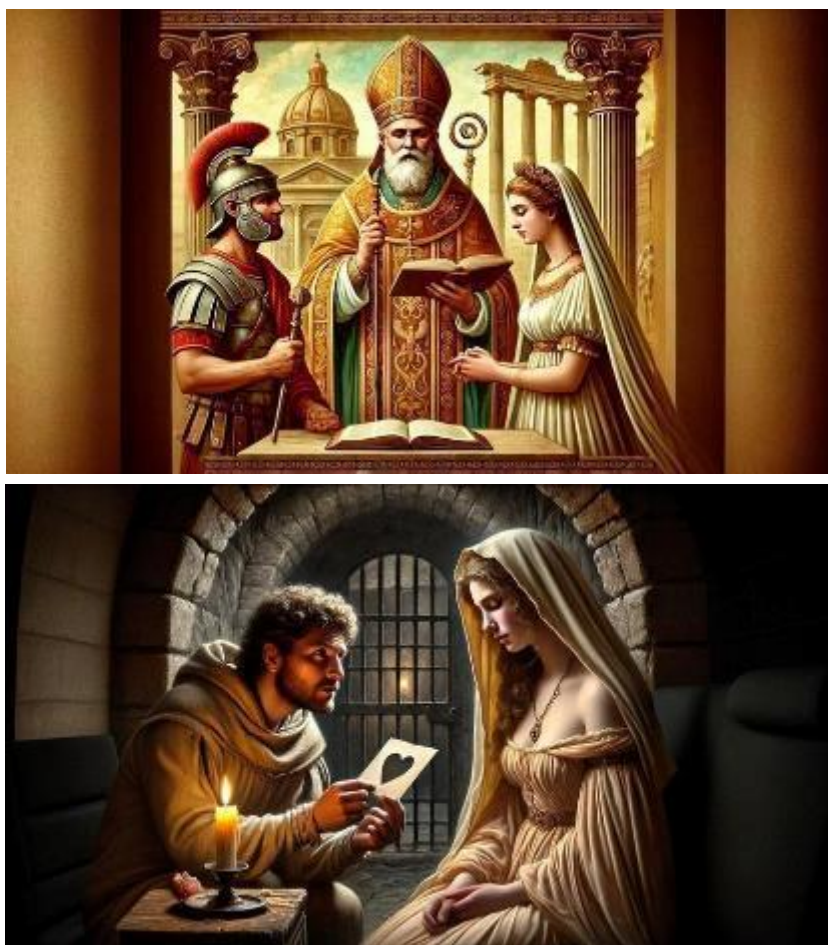
Додаток Е. Приклади використання штучного інтелекту у створенні візуального контенту "Суспільного"







Фейкові відомості про Гончара, створені ШІ. Скріншот сторіз Олександра Єкіменка в Instagram



Зображення для прев'ю новин, зроблені за допомогою ШІ