
ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 007:304:070

DOI 10.32840/cru2219-8741/2022.4(52).12

А. Д. Баранецька

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент
доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності
e-mail: anabaranetska@ukr.net, ORCID: 0000-0002-7621-6313
Запорізький національний університет
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна, 69002

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ДАНИХ У ПРОЄКТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Мета дослідження полягає у висвітленні ролі та шляхів візуалізації в проєктній діяльності.

Методологія дослідження. Під час студіювання теоретико-методологічної бази з питань візуальної трансформації інформації використано методи аналізу та синтезу; у процесі розгляду шляхів застосування візуальної/інфографічної компоненти у проєктній діяльності залучено описовий метод та узагальнення; розкриття аспектів реалізації візуального складника на сучасних практиках здійснено з допомогою методу рецепції.

Результати. Представлена стаття зорієнтована на осмислення явища візуалізації та інфографічних інструментів у проєктній діяльності. На сьогодні візуальна організація інформаційного повідомлення визнана потужною компонентою в налагодженні взаємодії зі зовнішньою та внутрішньою групами громадськості. Відзначено, що саме такий спосіб інтерпретації даних сприяє кращому сприйняттю та запам'ятовуванню відповідних смислів реципієнтами. Наголошено, що цей підхід до оприлюднення інформації є потужним чинником просування будь-яких проєктів. Охарактеризовано алгоритм візуального відтворення матеріалу як спрощену форму його подачі, яка містить результат глибокого аналізу змісту. Відзначено розмаїтість інфографічних видів перекодування даних. Акцентовано увагу на таких шляхах візуальної комунікації, як сторителінг/лонгерид та тайм-лайн, які займають особливі позиції за принципами репрезентації інформації.

Новизна дослідження полягає в репрезентації візуальної/інфографічної компоненти як поліфункціонального явища, що сприяє реалізації проєктів на різних рівнях їх втілення, зокрема: під час формування компонентів ідентифікації компанії, власне презентації самої ідеї та процесу її втілення на рівні кожного етапу.

Практичне значення здійсненого дослідження виявляється в репрезентації алгоритму та варіацій застосування візуальної/інфографічної компоненти на сучасних проєктних практиках.

Ключові слова: візуальна комунікація, візуалізація даних, інфографіка, проєктна діяльність, сторителінг/лонгерид, тайм-лайн, інформаційно-комунікаційна діяльність.

I. Вступ

Розмаїтість та масштабність сучасних інформаційних потоків актуалізують потребу пошуку належного підходу до інтерпретації та ретрансляції тих чи тих даних. Процес опрацювання інформації на сьогодні набуває надзвичайної важливості, адже її масиви значно перевищують можливості людини все й одразу сприйняти та переосмислити. Нагальність візуальної трансформації та ретрансляції відомостей зумовлена й самою необхідністю їх структуризації та систематизації для виявлення відповідних результатів (певних взаємодій, співвідношень, причинно-наслідкових зв'язків тощо). Саме тому фахівці з інформаційно-комунікаційної сфери дедалі більше уваги приділяють опрацюванню та репрезентації матеріалу у візуальному форматі, що надає більшої читабельності великим повідомленням та розширює перспективи донесення контенту до аудиторії. Втім, така адаптація у відтворенні інформації вимагає від спеціалістів більш детального, поглибленого її вивчення та осмислення. Процес спрощення полягає лише в самому способі подачі та сприймання повідомлення, однак, не в його змістовому наповненні.

Навпаки, наочність відтворення даних сприяє виявленню глибших смислів, які в текстовому варіанті потребують розлогого опису та пояснення. Візуалізація – це показ складного в простому, графічне відображення абстрактної інформації, метою якого є аналіз даних для ефективної реалізації комунікації [13, с. 209]. «Візуалізацією називають сукупність прийомів подання інформації у вигляді, зручному для зорового сприйняття, аналізу та розуміння. Це системне, засноване на правилах, динамічне та/або статичне графічне представлення інформації, що допомагає розібратися у складних поняттях, націлене на узагальнення та аналіз теорії і досвіду» [3, с. 47]. Як зауважує Ю. Залізник, «якісна інфографіка не є просто поєднанням цікавої статистики з привабливими ілюстраціями. Тут йдеться про розкриття раніше невидимих зв'язків поміж суспільними чи природними явищами та процесами, пошук прихованих причин, пояснень, кореляцій у відповідному контексті та з цікавими деталями, що оперативнo (без розлогого опису) дозволяють досягнути складності систем, послідовність подій, залежність поміж причинами та наслідками» [4]. Саме тому на сьогодні актуалізації набуло питання застосування інструментів візуальної комунікації в різних галузях життя.

Явище візуалізації має широкий застосунок у різних сферах життєдіяльності, що потребує відповідного вивчення цього засобу репрезентації інформації. Візуальний контент став особливо актуальним у практиці сучасних масмедіа, адже допомагає інакше показувати інформацію, зокрема великі архівні та статистичні дані, аналізувати її, подавати результати, які у звичному текстовому форматі можуть бути важко читабельними та незручними для сприймання аудиторії [12, с. 73–74]. Сучасні дослідники сфери масмедіа розглядають інфографіку не лише як доповнення до основного тексту, а і як складний мультимодальний твір, у якому поєднані зображення, текст, цифрові дані, графіки, діаграми, схеми, підкреслення, рамки, лінійки, гра кольором, шрифтом, що сприяє компактній, наочній та естетичній передачі інформаційного повідомлення. Як оригінальний інформаційний жанр, інфографіка володіє набором базових жанрових категорій та засобів, притаманних творам масмедійного дискурсу, а її основні цілі: інформування, переконання, оцінювання – зорієнтовані на формування в реципієнта певного висновку, усвідомлення й засвоєння ідей, закладених журналістом у цей твір [7]. Так само візуальну компоненту використовують у сфері бізнесу, політичній діяльності та державному управлінні. Візуалізація стала важливим складником як у репрезентації тих чи інших ідей, так і для здійснення менеджменту певного процесу. Як спосіб відтворення та передачі конкретного повідомлення, візуалізація є поліфункціональною, тобто такою, що здатна реалізовувати низку завдань у досягненні різних цілей.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження полягає у висвітленні ролі та шляхів візуалізації в проєктній діяльності. Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких завдань: осмислення явища візуалізації інформації; виявлення сучасних тенденцій у застосуванні засобів візуалізації; розгляд застосування практик візуалізації в проєктній діяльності.

Під час студювання теоретико-методологічної бази з питання візуальної трансформації інформації використано методи аналізу та синтезу; у процесі розгляду шляхів застосування візуальної/інфографічної компоненти в проєктній діяльності залучено описовий метод та узагальнення; розкриття аспектів реалізації візуального складника на сучасних практиках здійснено за допомогою методу рецепції.

III. Результати

Проєктна діяльність у сучасному сьогодні стала одним із потужних напрямів втілення тих чи інших цілей у будь-якій зі сфер життєдіяльності. Від формування конкретної ідеї, її репрезентації й до різних етапів реалізації фахівці залучають різномірний інструментарій візуальної комунікації. На думку дослідників, «візуальне управління проєктами – це спосіб організації роботи над проєктом і управління нею, що виходить за межі традиційного переліку завдань» [цит за 6, с. 3]. Такий підхід дає можливість візуально в різних варіантах подати дані про хід виконання проєкту, що передбачає представлення поточного завдання, строки отримання результатів, ключові його етапи/напрями тощо [6, с. 3]. Відтак, проєкт витворюється в цілісний «документ, у якому за допомогою специфічних методів та інструментів описана, обґрунтована та деталізована певна діяльність (сукупність процесів) щодо досягнення заздалегідь визначеного і бажаного результату з чітко зазначеними ресурсами в конкретні строки» [5, с. 115]. На кожному з етапів реалізації проєкту доцільними стають візуальні компоненти, які допомагають показати, пояснити, розтлумачити, зорієнтувати, виявити, передбачити певні процеси, закономірності, тенденції тощо. Так, у своєму дослідженні С. Лелюк та І. Алексеєнко відзначають, що візуалізації фінансових даних не лише сприяють аналізу рівня фінансових індикаторів, але допомагають сформулювати узагальнене представлення про фінансовий стан підприємства і в подальшому розробити управлінські дії відповідно до ситуації, що склалася. Відтак створення візуалізації дає змогу виявити критичні моменти в динамічно-змінюваних завданнях проєкту [6, с. 3].

Традиційними для застосування з метою наочності стали різні види інфографіки. Особливого поширення набули розмаїті діаграми, які дають можливість показати частини цілого та їх співвідношення, гістограми – як спосіб репрезентації тенденцій, співвіднесення (порівняння), графіки (закономірності, співвіднесеності, тенденції), таблиці (відтворення великої кількості статистичних даних), карти (чіткість показу місця, тенденції та ретроспекції) тощо. Як відзначають бізнес-

технологи, широке використання графіків, діаграм і схем – це надійний спосіб справити враження, звернути увагу на основні моменти під час аналізу економічної інформації [12, с. 72]. Бізнес-інфографіка є потужним інструментом для виявлення зв'язків між процесами й перспективами здійснення відповідної діяльності. Інфографіка, яка містить текст, відео, фото та аудіо, замінює кілька тисяч слів і візуально є більш приваблива [2]. Так, зокрема під час роботи над проектом фахівці радять застосовувати такі візуальні інструменти, як *Дерево проблем* та *Дерево цілей*, які у вигляді діаграм допомагають проаналізувати та прояснити причинно-наслідкові зв'язки у відповідних аспектах [11, с. 79–83]. Так само серед менеджерських методів планування розкладу проектів відзначають необхідність застосування *діаграми Ганта* (інструмент візуалізації часових шкал та залежностей у проекті) та *календаря* [15, с. 104, 119]. Інфографіка – це той інструмент, який дає можливість розповісти аудиторії за одну хвилину те, що вивчали протягом тривалого періоду. Це «зручна для сприйняття, спрощена, кондесована подача фактів та даних, їхніх взаємозв'язків, динаміки або хронології, демонстрація алгоритмів дій» [15, с. 91].

С. Мудренко зауважує, що здатність впливати на сприйняття інформації розширює можливість для прийняття багатьох рішень у бізнесі. Матеріали з візуальним змістом забезпечують у 6,5 рази вищу залученість аудиторії, ніж суто текстові повідомлення. У цьому виявляється користь візуалізації для бізнесу – збільшення зацікавлених користувачів. Робота з даними та їх ілюстрування дають змогу ухвалювати більш розумні рішення [8].

Особливої уваги для ефективної реалізації проекту потребує етап його презентації та просування серед різних груп громадськості. Адакватне донесення головної ідеї до аудиторій – це перехід на рівень її подальшого втілення. Домінантними інструментами інформаційного супроводу проектів є засоби масової інформації та корпоративні медіа. Традиційно інформаційно-комунікаційною платформою здійснення проекту стали сайти компаній. Водночас візуалізація є корисною під час створення документів для медійників. Обов'язковим елементом інформаційного забезпечення масмедіа є прес-релізи [зокрема, див. 9]. Відтворення в них даних має бути доцільним, тобто таким, щоб журналісти могли максимально їх використати. Це можливо за умови зручної подачі інформації, що не потребує додаткових зусиль в аналізі та інтерпретації. Саме тому, за потреби, бажано використовувати арсенал візуалізацій, інфографічного інструментарію.

Водночас важливим елементом візуальної ідентифікації в бізнесі є розбудований фірмовий стиль, логотип та інші елементи впізнаваності, адже вони сприяють формуванню певних асоціацій у споживачів та закріпленню відповідного емоційного та соціального досвіду в процесі взаємодії з бізнес-організацією. Ці ж компоненти є необхідними й під час просування та представлення певної ідеї/проекту, адже вони мають бути розпізнані аудиторією й співвіднесені з діяльністю компанії.

Візуально можна відтворити всі позиції проектної діяльності від формування бізнес-плану й до етапу оцінювання проекту. Це пришвидшує процес пояснення та полегшує порозуміння. Під час роботи над та з проектом існують різні засоби та шляхи застосування візуалізації. Втім особливої уваги дедалі більше потребують такі способи застосування візуалізації, як сторителінг/лонгрид, тайм-лайн. Їх специфіка полягає у варіаціях комбінування інформації та інфографіки, можливості цілісно презентувати історію/ідею. У такий спосіб вони формують особливий простір відтворення інформації.

Нині сторителінг став одним з ефективних та широко використовуваних інструментів інтегрованих маркетингових комунікацій у різних сферах, адже цей механізм надає можливість взаємодіяти з аудиторією шляхом репрезентації історій, що, як відомо, сприяє підвищенню прагматичного ефекту у впливовості інформації, її сприйманні та запам'ятовуванні. Завдяки цьому сторителінг так само стає доцільною компонентою в реалізації проектної діяльності.

Storytelling як метод (уперше застосував Девід Армстронг, його концептуальне бачення викладено у праці «Managing by Storying Around») «ґрунтується на психологічній закономірності: історії незрівнянно кращі, ніж накази, правила чи директиви, й легко асоціюються з особистим досвідом. Сторителінг як один із домінантних інструментів лідерства використовують керівники успішних бізнес-компаній світу, а також маркетологи, коучі, консультанти в бізнес-середовищі з метою мотивації персоналу та швидкого його навчання, покращення показників роботи компанії, зацікавлення клієнта. Запитаність Storytelling(y) зумовлена тим, що в сучасних умовах посиленої конкуренції найбільшим попитом користуються товари з історією. У 2006 р. Storytelling було визнано найкращою бізнес-ідеєю. Нині він займає позиції однієї із сучасних комунікаційних технологій та форм взаємодії виробника зі споживачем. Суть цього методу полягає в популяризації крізь призму іміджевих проектів яскравих історій успіху (здійснення «американської мрії»), які стали своєрідними мотиваторами для багатьох поколінь» [1, с. 131].

Свою специфіку подачі матеріалу має й такий інструмент візуалізації інформації, як тайм-лайн. Принцип організації матеріалу за цією технологією полягає в розстановці окремих акцентів (відповідно до обраної теми), але з відповідною логікою їх поєднання. Інтерактивний тайм-лайн надає можливість проілюструвати розвиток певної події в часі та просторі. За його алгоритмом зручно репрезентувати біографічні довідки, хронології подій, історії певних заходів чи процесів. До структури тайм-лайну традиційно вбудовують зображення, фотоматеріали, аудіо- та відеофайли, місце на карті [10]. Такий підхід подачі матеріалу допомагає виокремити певний аспект

цілого (за визначеним критерієм відбору фактів) та розкрити його динаміку, відстежити логіку розвитку.

Отже, візуалізація інформації має широкий потенціал в інформаційно-комунікаційній взаємодії з різними групами громадськості (зовнішньою та внутрішньою). Використання інфографічних компонентів має своє доцільне застосування на різних етапах розробки, організації, просування та реалізації проекту. На кожному із цих рівнів такого типу елементи мають свої практики застосування, що поєднані єдиною метою та завданнями – поінформувати й активізувати аудиторію, донесення відповідних даних, розкриття певних процесів та їх логіки, пояснення механізмів здійснення роботи, висвітлення події, зацікавлення й залучення до активних дій.

Прикладом активного застосування візуальної компоненти в організації інформаційно-комунікаційного супроводу проектів є сторінка ДТЕК [<https://www.academydtek.com/social-projects#lang=uk-UA>]. Зокрема, проєкт «Akademy DTEK» (відкрита інноваційна освітня платформа) презентовано у візуальному форматі з використанням відповідних елементів. Його базові цінності, візію, місію подано у вигляді активної стрічки. На прикладі своєрідної фотоекскурсії «Галерея аудиторій» можна ознайомитися з місцями локацій відповідних заходів. Тут же є розділ, присвячений експертам із тих чи інших тем. У цілому простежується використання інфографічних клікабельних елементів (динамічна візуалізація). Широко застосовують такий інфографічний елемент, як календар, з метою зорієнтування аудиторії в основних подіях Академії (як тих, що тривають наразі, минулих та майбутніх). Календар є динамічним, актуалізований на ньому дані активовані та дають змогу детальніше ознайомитися з темою, часом і форматом проведення самого заходу, дізнатися про модераторів, експертів та основні питання, які будуть порушені під час запропонованого онлайн-ефіру. Тут же є можливість швидкої реєстрації та подано відповідні контакти [<https://www.academydtek.com/about#lang=uk-UA>].

На сторінці Медіа-центру ДТЕК виокремлені такі позиції, як: новини та статті, відео, подкасти та огляд книг, які також є активними для ознайомлення з ними. Так само інфографічні можливості використані в рубриці «Інноваційний простір Академії ДТЕК» (візуально репрезентовано коворкін, дзен-сад, тераса, кінотеатр, зона відпочинку тощо). На цій платформі Академії ДТЕК у рубриці «Соціальні проєкти» у форматі динамічної стрічки за конкретними датами (що є типовим для тайм-лайну) представлено фото- та відеозвіти відповідних заходів.

Тут же використано такий засіб інфографіки, як інтерактивна карта, яка показує місце розташування офісу та основні орієнтири в напрямку до нього. Нею можна активно керувати, збільшувати чи зменшувати, у пошуках основних орієнтирів на шляху до відповідного місця призначення.

Як приклад застосування візуальної компоненти (інфографіки) можна розглянути презентацію проєкту сортування вторсировини від «Сільпо» (<https://ecopolitic.com.ua/ua/news/silpo-zdalana-pereroblennya-ropad-22-000-tonn-vtorsirovini-u-2020-roci-infografika/>). За допомогою інфографіки чітко відтворено алгоритм такої переробки та користі від реалізації цієї ідеї. Головне – це показ результату та цінності саме таких дій для суспільства. Візуалізація створює емоційний фон сприймання самого проєкту, а проведені паралелі надають більшої переконливості.

IV. Висновки

Отже, візуалізація інформації в контексті проєктної діяльності на сьогодні є потужним складником підвищення прагматичного ефекту в досягненні поставленої мети. При цьому візуальна компонента реалізується в різних площинах: формування компонентів ідентифікації компанії; розробка проєкту (усі його рівні); власне презентація ідеї; процес її втілення на рівні кожного етапу. Візуальні елементи сприяють швидшому донесенню інформації та кращому аналізу відповідних результатів. Саме тому візуалізація/інфографіка стали потужними інструментами організації інформаційно-комунікаційного супроводу проєктної діяльності.

Список використаної літератури

1. Бондаренко Н. Storytelling як комунікаційний тренд і всепредметний метод навчання. *Молодь і ринок*. 2019. № 7 (174). С. 130–135. URL: https://lib.iitta.gov.ua/716893/1/BNV_MiR_19-07.pdf (дата звернення: 10.10.2022).
2. Борко А. Інфографіка. Візуальний спосіб передачі даних у презентації. URL: <https://eba.com.ua/infographics-visual-method-transmitting-data-presentation/> (дата звернення: 10.10.2022).
3. Денисенко С. Сучасні форми візуального представлення інформації і можливості їх використання в інформаційно-освітньому просторі. *Сучасне репродукування: інжиніринг, моделювання, мульти- та кросмедійні технології*: матеріали науково-практичного семінару, 24 жовтня 2018 р., м. Київ. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. С. 47–50.
4. Залізник Ю. Б. Інфографіка як відповідь на виклики швидкого часу в інформаційному контексті. *Вісник Львівського університету*. 2017. № 40. С. 215–222.
5. Лашенко О. В., Серьогіна Н. К. Впровадження проєктного підходу в діяльність органів публічного управління. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2021. Вип. 1 (48). С. 113–121.
6. Лелюк С. В., Алексеєнко І. І., Полтініна О. П. Візуалізація даних в управлінні проєктами фінансової сфери. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 26. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/26119/1/2.pdf> (дата звернення: 10.10.2022).
7. Мірошніченко І. Г. Жанр інфографіки в мас-медійному дискурсі як стислий мультимодальний текст. *Лінгвістика. Лінгвокультурологія*. 2017. Т. 11. С. 70–80.

8. Мудренко С. Інфографіка для бізнесу: як візуалізація даних впливає на прийняття рішень. URL: <https://mind.ua/openmind/20230899-infografika-dlya-biznesu-yak-vizualizaciya-danih-vplivae-na-prijnyattya-rishen> (дата звернення: 10.10.2022).
9. Олексюк А. Інфографіка, скетчноутінг чи фотографія: як привернути увагу до прес-релізу. Лайфхаки експертів. URL: <https://www.deadline.com.ua/blog/infograf-ka-sketchnout-ng-chi-fotograf-ya-yak-privernuti-uvagu-do-presrel-zu#> (дата звернення: 10.10.2022).
10. Павліченко Т. Динамічна візуалізація: інтерактивні тайм-лайни в нових медіях. *Медіакритика*. URL: <https://www.mediakrytyka.info/novi-tehnologii-media/dynamichna-vizualizatsiya-interaktyvni-taym-layny-v-novykh-medyakh.html> (дата звернення: 10.10.2022).
11. Посібник з підготовки проєктів. Підтримка політики з регіонального розвитку в Україні. URL: <https://enefcities.org.ua/upload/files/Dodatky.pdf> (дата звернення: 15.10.2022).
12. Решетука Т. В. Інфографіка як засіб візуалізації економічного контенту онлайн-видань. *Регіональна журналістика: реалії, виклики, перспективи* : зб. тез доп. Міжнар. наук. Ін-т-конф. С. 74–77. URL: http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/22743/1/21_Reshetukha.pdf (дата звернення: 10.10.2022).
13. Шатківська А. С., Буркіна Н. В. Інфографіка як сучасний засіб візуалізації даних. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені В. Стуса*. 2019. № 2 (11). С. 207–211.
14. Шинкарук Л. В., Биховченко В. П., Власенко Т. О., Власенко Ю. Г. Організація проєктної діяльності : навч. посіб. Київ : НУБіП України, 2021. 341 с.
15. Ясиневич Я. Я. Комунікація громадських ініціатив. Для тих, хто творить зміни : практ. посіб. Київ : Софія-А, 2016. 104 с. URL: https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/posibnyk-Yaryna-final_22.11.2016.pdf (дата звернення: 16.10.2022).

References

1. Bondarenko, N. (2019). Storytelling як комунікаційний тренд і всепредметний метод навчання [Storytelling as a communication trend and an all-subject teaching method]. *Molod I rynek*, 7 (174), 130–135. Retrieved from https://lib.iitta.gov.ua/716893/1/BNV_MiR_19-07.pdf [in Ukrainian].
2. Borko, A. Infografika. Vizualnyi sposib peredachi danykh u prezentatsii [Infographics. A visual way of transferring data in a presentation]. Retrieved from <https://eba.com.ua/infographics-visual-method-transmitting-data-presentation/> [in Ukrainian].
3. Denysenko, S. Suchasni formy vizualnoho predstavlenня informatsii i mozhlyvosti yikh vykorystannia v informatsiino-osvitnomu prostori [Modern forms of visual presentation of information and the possibilities of their use in the informational and educational space], *Suchasne reproduktivnannya: inzhynirynh, modelivannia, multy- ta krosmediini tekhnologii*, materialy naukovo-praktychnoho seminaru [Modern reproduction: engineering, modeling, multi- and cross-media technologies, Proceedings of the Scientific and Practical Seminar]. Kyiv [in Ukrainian].
4. Zalizniak, Yu. B. (2017). Infografika yak vidpovid na vyklyky shvydkoho chasu v informatsiynomu konteksti [Infographics as a response to the challenges of fast time in the information context]. *Visnyk Lvivskoho universytetu*, 40, 215–222 [in Ukrainian].
5. Lashchenko, O. V., & Serohina, N. K. (2021). Vprovadzhennia proiektnoho pidkhodu v diialnist orhaniv publicnogo upravlinnia [Implementation of the project approach in the activities of public administration bodies]. *Derzhavne upravlinnia ta mistseve samovriadvannia*, 1 48, 113–121 [in Ukrainian].
6. Leliuk, S. V., Aleksieienko I. I., & Poltynina, O. P. (2021). Vizualizatsiia danykh v upravlinni proektamy finansovoi sfery [Data visualization in financial project management]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 26. Retrieved from <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/26119/1/2.pdf> [in Ukrainian].
7. Miroshnychenko, I. H. (2017). Zhanr infografiky v mas-mediinomu dyskursi yak styslyi multymodalnyi tekst [Genre of infographics in mass media discourse as a concise multimodal text]. *Linhvistyka. Linhvokulturolohiia*, 70–81 [in Ukrainian].
8. Mudrenko, S. Infografika dlia biznesu: yak vizualizatsiia danykh vplyvaie na pryiniattia rishen [Infographics for business: how data visualization affects decision-making]. Retrieved from <https://mind.ua/openmind/20230899-infografika-dlya-biznesu-yak-vizualizaciya-danih-vplivae-na-prijnyattya-rishen> [in Ukrainian].
9. Oleksiuk, A. Infografika, sketchnoutinh chy fotohrafiiia: yak pryvernuty uvahu do pres-relizu. Laifkhaky ekspertiv [Infographics, sketchnoting or photography: how to draw attention to a press release. Life hacks of experts]. Retrieved from <https://www.deadline.com.ua/blog/infograf-ka-sketchnout-ng-chi-fotograf-ya-yak-privernuti-uvagu-do-presrel-zu#> [in Ukrainian].
10. Pavlichenko, T. Dynamichna vizualizatsiia: interaktyvni taim-lainy v novykh mediakh [Dynamic visualization: interactive timelines in new media]. *Mediakrytyka*. Retrieved from <https://www.mediakrytyka.info/novi-tehnologii-media/dynamichna-vizualizatsiya-interaktyvni-taym-layny-v-novykh-medyakh.html> [in Ukrainian].
11. Posibnyk z pidhotovky proektiv. Pidtrymka polityky z rehionalnogo rozvytku v Ukraini [Project preparation manual. Support for regional development policy in Ukraine]. Retrieved from <https://enefcities.org.ua/upload/files/Dodatky.pdf> [in Ukrainian].
12. Reshetukha, T. V. Infografika yak zasib vizualizatsii ekonomichnogo kontentu onlain-vydan [Infographics as a means of visualizing the economic content of online publications], *Rehionalna zhurnalistyka: realii, vyklyky, perspektyvy*, zbirnyk tez dopovidei Mizhnarodnoi naukovoї Internet-

- konferentsii [Regional journalism: realities, challenges, prospects, Abstracts of Papers]. Retrieved from http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/22743/1/21_Reshetukha.pdf [in Ukrainian].
13. Shatkivska, A. S., & Burkina N. V. (2019). Infografika yak suchasnyi zasib vizualizatsii danykh [Infographics as a modern means of data visualization]. *Visnyk studentskoho naukovoho tovarystva DonNU imeni V. Stusa*, 2 (11), 207–211 [in Ukrainian].
 14. Shynkaruk, L. V., Bykhovchenko, V. P., Vlasenko, T. O., & Vlasenko, Yu. H. (2021). *Orhanizatsiia proiektnoi diialnosti* [Organization of project activities]. Kyiv: NUBiP Ukrainy [in Ukrainian].
 15. Yasnevych, Ya. Ya. (2016). *Komunikatsiia hromadskykh initsyativ. Dlia tykh, khto tvoryt zminy* [Communication of public initiatives. For those who make a difference]. Kyiv: Sofiia-A. Retrieved from https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/posibnyk-Yaryna-final_22.11.2016.pdf [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 01.11.2022.

Received 01.11.2022.

Baranetska A. Data Visualization in Project Activities

The purpose of the study is to highlight the role and ways of visualization in project activities.

Research methodology. *During the study of theoretical and methodological base on the issue of visual transformation of information, methods of analysis and synthesis were used; in the process of considering the ways of applying the visual/infographic component in the project activity, the descriptive method and method of generalization were involved; the studying of aspects of visual component implementation in modern practices was carried out with the help of method of reception*

The results. *The current study is focused on the comprehension of phenomenon of visualization and infographic instruments in project activities. Today, the visual organization of an information message is recognized as a powerful component in establishing interaction with external and internal groups of the public. It is noted that this way of data interpretation contributes to a better perception and memorization of the relevant meanings by the recipients. It is emphasized that this approach to publicizing information is a powerful factor in promotion of any projects. The algorithm of visual reproduction of the material is characterized as a simplified form of its presentation, which contains the result of an in-depth content analysis. The variety of infographic types of data transcoding is noted. Attention is focused on such ways of visual communication as storytelling/longread and timeline, which take special place according to the principles of information representation.*

The novelty of the research *consists in the representation of visual/infographic component as a multifunctional phenomenon, which contributes to projects realization at various levels of their implementation, in particular: during the formation of company identification components, the actual presentation of the idea itself and the process of its implementation at the level of each stage.*

The practical *significance of the research is revealed in the representation of the algorithm and variations of visual/infographic component application in modern project practices.*

Keywords: *visual communication, data visualization, infographics, project activity, storytelling/longread, timeline, information and communication activity.*

Baranecka A. Wizualizacja danych w działalności projektowej

Cel badania polega na wyświetleniu roli oraz sposobów wizualizacji w działalności projektowej.

Metodologia badania. *Podczas studiowania bazy teoretyczno-metodologicznej z pytań wizualnej transformacji informacji wykorzystano metodę analizy i syntezy; w procesie rozważania sposobów zastosowania komponentu wizualnego/infograficznego w działalności projektowej wykorzystano metodę opisową oraz uogólnienie; ujawnienie aspektów realizacji wizualnego składnika w nowoczesnych praktykach przeprowadzono za pomocą metody recepcji.*

Wyniki. *Niniejszy artykuł został zorientowany na zrozumieniu zjawiska wizualizacji oraz instrumentów infograficznych w działalności projektowej. Na dzień dzisiejszy wizualna organizacja wiadomości informacyjnej jest uznawana za potężny komponent w nawiązywaniu interakcji z zewnętrznymi oraz wewnętrznymi grupami społeczeństwa. Zauważono, że akurat taki sposób interpretacji danych przyczynia się do lepszego przestrzegania i zapamiętywania odpowiednich sensów przez odbiorców. Podkreślono, że takie podejście do upublicznienia informacji jest potężnym czynnikiem promocji wszelkich projektów. Scharakteryzowano algorytm wizualnego odtworzenia materiału jako uproszczoną formę jego prezentacji, która zawiera wynik dogłębnej analizy treści. Zwrócono uwagę na różnorodność infograficznych typów transkodowania danych. Zrobiono akcent na takich sposobach komunikacji wizualnej jak storytelling/long read oraz timeline, które zgodnie z zasadami reprezentacji informacji zajmują szczególne miejsce.*

Nowość *badania polega na reprezentacji wizualnego/infograficznego komponentu jako zjawiska wielofunkcyjnego, które sprzyja realizacji projektów na różnych etapach ich implementacji, w szczególności podczas formowania komponentów identyfikacji firmy, właśnie prezentacji samej idei oraz procesu jej realizacji na poziomie każdego etapu.*

Znaczenie praktyczne *przeprowadzonego badania ujawnia się w reprezentacji algorytmu i wariantach zastosowania komponentu wizualnego/infograficznego we współczesnych praktykach projektowych.*

Słowa kluczowe: *komunikacja wizualna, wizualizacja danych, infografika, działalność projektowa, storytelling/long read, timeline, działalność informacyjno-komunikacyjna.*