

3. Benson B. Cognitive bias cheat sheet. Medium. Retrieved. 2016 <https://buster.medium.com/cognitive-bias-cheat-sheet-55a472476b18>

4. Taylor, P. J., Russ-Eft, D. F., & Chan, D. W. A meta-analytic review of behavior modeling training. Journal of applied psychology, 90(4), 2005. P. 692-709.

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ЯК КУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН: ІСТОРІЯ ТА ЕВОЛЮЦІЯ

Лаврійчук В. О., здобувач вищої освіти

*Множинська Р.В., кандидат філософських наук, доцент
Київський національний університет технологій та дизайну*

Ключові слова: візуалізація, медіакультура, відеоконтент, штучний інтелект, соціальні мережі, комунікація.

У сучасному світі візуалізація стала головним елементом медіа культури та способом комунікації, що впливає на сприйняття інформації, формування суспільної думки та на поведінку аудиторії [1, с. 12]. Візуальна комунікація включає цілий спектр засобів - від традиційних живописних робіт до сучасних цифрових технік, які використовуються у соціальних мережах, рекламі, кінематографі та журналістиці. Сьогодні ми живемо в епоху, коли люди отримують більшість інформації саме через медіа та візуальні образи, що справді сильно впливає на швидкість і якість сприйняття контенту.

Візуалізація розвивалася протягом століть, трансформуючись від наскельних малюнків до цифрового контенту. У первісному суспільстві зображення виконували функцію передачі досвіду та знань наступним поколінням. Подальший розвиток писемності, друкарства, живопису та фотографії сильно розширив можливості комунікації та впливу на свідомість людей. З появою кінематографа та телебачення відкрилась нова сторінка в історії візуального мистецтва, що дозволило не тільки передавати інформацію, але й формувати певні ідеологічні та культурні погляди.

В цифрову епоху візуалізація набула ще більшого значення. З появою інтернету та соціальних мереж комунікація стала миттєвою, а візуальні засоби стали основним способом передачі інформації. Фотографії, відео, інфографіка та анімація використовуються для створення медіаконтенту, що впливає на людську поведінку та думку. Візуальна інформація швидше засвоюється та легше сприймається, запам'ятовується, також викликає емоційний відгук, що робить її ефективним способом впливу [1, с. 35].

Варто наголосити, що дослідження візуалізації дає змогу краще зрозуміти, як саме змінюються медіа і яким чином вони формують інформаційний простір. Сучасні технології забезпечують можливість

створення реалістичних візуальних ефектів, а також віртуальної та доповненої реальності, що відкриває нові перспективи для комунікації. Разом із цим виникають нові виклики, такі як маніпуляції, проблема достовірності контенту та необхідність розвитку критичного мислення користувачів. Саме тому дослідження візуалізації в сучасній медіа культурі є актуальним і необхідним для розуміння ролі та впливу цифрового контенту на суспільство.

У ході дослідження було встановлено, що перші прояви візуалізації було виявлено ще в доісторичний період у вигляді наскельних малюнків. Це були перші спроби передати знання, досвід та емоції через зображення. Наскельні малюнки, знайдені в печерах Франції та Іспанії, такі як Ласко та Альтаміра, демонструють сцени полювання, ритуальні обряди та сцени з повсякденного життя. Це свідчить про те, що візуалізація була не лише засобом передачі інформації, а й способом збереження культурної спадщини та міфології.

Виявлено, що розвиток писемності та графічних символів у Давньому Єгипті та Месопотамії сильно розширив можливості комунікації. Давньоєгипетські ієрогліфи стали одним з перших упорядкованих способів передавання інформації через поєднання зображень і символів. В Месопотамії виникла клинописна система, тобто одна з найдавніших форм письма, що використовувала спеціальні символи, які видавлювалися загостреними паличками на м'якій глині. Після висихання таблички зберігали текст на довгий час. Така система використовувалася для запису на глиняних табличках важливої інформації, зокрема правових документів, певних угод та релігійних текстів. Це допомагало зберегти знання та передати їх наступним поколінням.

Згодом розвиток живопису і друкарства сприяли вдосконаленню візуального передавання інформації. У середньовіччі важливу роль відігравала мініатюрна графіка в рукописних книгах, які створювали монахи у скрипторіях. Вони не тільки передавали текстову інформацію, але й ілюстрували її, що допомагало зробити зміст доступнішим і зрозумілішим.

Встановлено, що друкарський верстат, створений Йоганном Гутенбергом у XV столітті, започаткував епоху масової візуальної комунікації, роблячи книги та ілюстрації доступними широкій аудиторії [2, с. 53]. Винахід друкарства дозволив суттєво збільшити тиражування книг і спростив розповсюдження знань. Зокрема, перші друковані книги, такі як Біблія Гутенберга, містили не лише текстову, а й візуальну інформацію у формі ілюстрацій та декоративних елементів. Це стало основою для подальшого розвитку газет, журналів та ілюстрованих книг у наступні століття.

В XVI–XVII століттях розвиток гравюри та картографії сприяв розповсюдженню візуальної інформації у науці та географії. Карти почали бути дуже цінним засобом вивчення світу, а ілюстрації природних явищ дозволили точніше передавати наукові відкриття. В епоху Просвітництва

ілюстрації у книгах з медицини, астрономії та ботаніки допомагали більш ефективно пояснювати складні поняття та процеси.

Таким чином, ми бачимо, що перші форми візуалізації з'явилися ще в доісторичні часи, поступово розвиваючись через розвиток писемності, живопису та друкарства. Візуалізація стала основою для передачі знань, культури та науки, заклавши фундамент для сучасних медіа та цифрового контенту.

У сучасному світі відеоконтент є невід'ємною частиною соціальних мереж. Такі платформи, як YouTube, TikTok, Instagram, Facebook, Twitter (X), а також нові додатки, наприклад, Threads або Clapper, не просто пропонують відео, а формують цілі екосистеми, де відеоформати є основним способом взаємодії користувачів. Розвиток алгоритмів штучного інтелекту дозволяє соціальним мережам аналізувати поведінку глядачів і пропонувати їм контент, який найбільше відповідає їхнім інтересам. Це сприяє утриманню уваги користувачів, але водночас створює інформаційні "бульбашки", в яких люди бачать лише ті відео, які підтверджують їхню думку, і не стикаються з альтернативними точками зору.

Сучасні дослідження підтверджують, що середній час концентрації уваги людини значно скоротився. Якщо раніше споживачі інформації могли читати довгі статті або дивитися тривалі документальні фільми, то сьогодні популярність набули короткі відео тривалістю 15-60 секунд. Це пояснюється тим, що мозок швидше сприймає візуальну інформацію, а динамічний формат TikTok або YouTube Shorts дозволяє отримати ключові відомості за мінімальний час. У результаті люди стають менш схильними до сприйняття довгих текстів або складних аналізів, що суттєво впливає на спосіб навчання, прийняття рішень та формування думок [3, с. 77].

Завдяки цифровим технологіям відео стало одним із найефективніших та найвпливовіших інструментів навчання. Освітні платформи такі як Coursera, Udemy, Khan Academy, EdX, Prometheus, а також YouTube-канали, присвячені науці, мистецтву, мовам і програмуванню, зробили знання доступнішими для великої кількості користувачів. Відеоформат дозволяє пояснювати складні теми за допомогою анімації, візуалізації та інтерактивних елементів, що значно підвищує рівень засвоєння інформації. Але також з'явилися проблеми, тому що багато користувачів віддають перевагу розважальному контенту замість навчального, а велика кількість інформації часто призводить до її поверхневого та не серйозного сприйняття.

Варто звернути особливу увагу на штучний інтелект (AI), адже він є одним із головних феноменів сучасної медіа культури, що впливає на процеси візуалізації, створення контенту та взаємодію з інформацією. Його алгоритми дозволяють автоматично генерувати зображення, відео та анімації, що значно спрощує роботу дизайнерів, художників і відеоредакторів. Наприклад, генеративні нейромережі, такі як DALL-E, MidJourney та Stable Diffusion, можуть створювати реалістичні або стилізовані зображення за текстовими запитами, а алгоритми покращення

якості, такі як Adobe Sensei, дозволяють підвищувати роздільну здатність фото та відео без втрати якості.

Штучний інтелект також відіграє важливу роль у виробництві відеоконтенту. Нейромережі здатні генерувати відео без потреби у знімальному процесі, що активно використовується у створенні рекламних роликів, навчальних матеріалів та розважального контенту [4, с. 102]. Наприклад, платформи на зразок Runway та Synthesia можуть автоматично створювати відео за текстовими сценаріями, а технології на основі глибокого навчання дозволяють дублювати голоси та анімувати обличчя. Крім того, алгоритми автоматизованого монтажу, вбудовані у сучасні відеоредактори, аналізують відзнятий матеріал та створюють динамічні відео без ручного втручання.

Наукові дослідження підтверджують, що візуальна інформація швидше сприймається та легше запам'ятовується, що робить її ефективним інструментом у різних сферах. Освіта використовує мультимедійні технології для підвищення якості навчального процесу, маркетинг і реклама застосовують візуальні образи для впливу на емоції споживачів, а політичні й соціальні кампанії використовують відеоконтент для формування суспільної думки. Разом із тим, зростаюча популярність коротких відеоформатів, таких як TikTok, Instagram Reels та YouTube Shorts, змінює поведінку аудиторії, знижуючи рівень концентрації уваги та сприяючи поверхневому сприйняттю інформації.

Таким чином, візуалізація як культурний феномен відіграє визначальну роль у сучасному інформаційному просторі. Її розвиток відкриває нові можливості для комунікації, навчання та соціального впливу, але водночас створює низку викликів, пов'язаних із маніпуляціями, достовірністю контенту та зміною когнітивних процесів. У майбутньому значення візуалізації лише зростатиме, зокрема через розвиток віртуальної та доповненої реальності, штучного інтелекту та інтерактивних технологій. Це вимагає критичного осмислення та відповідального підходу до створення й споживання візуального контенту, що стане одним із головних завдань медіакультури найближчих десятиліть.

Список використаних джерел

1. Манченко С.В. Візуалізація в сучасній медіакультурі. – Київ: Центр учбової літератури, 2020. – 176 с.
2. Барановська Л.М. Історія візуальної комунікації. – Львів: Літопис, 2019. – 228 с.
3. Novak T. Digital Media and Attention Span: A New Perspective. – London: Routledge, 2021. – 310 p.
4. Kim J., Park S. Artificial Intelligence in Visual Content Creation. – New York: Springer, 2022. – 256