

УДК 7.05:008

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/99-2-11>

Ольга ЛАВРЕНЮК,
orcid.org/0000-0003-0862-796X
кандидат мистецтвознавства,
старший викладач кафедри дизайну і технологій
Київського національного університету культури і мистецтв
(Київ, Україна) lavrenyukolga@ukr.net

ВПЛИВ ДИЗАЙНУ НА СУЧАСНЕ СОЦІОКУЛЬТУРНЕ СЕРЕДОВИЩЕ

У статті дизайн розглянуто як проєктно-художню діяльність, яка бере участь у творенні соціокультурного простору України. Упродовж останніх десятиліть коло його завдань суттєво ширшає: поряд із суто прикладними функціями він дедалі більше працює зі смислами, налагоджує комунікацію між людьми та впорядковує повсякдення. Головна мета роботи полягала в тому, щоб простежити, яким чином проєктні рішення співвідносяться зі зрушеннями у ціннісних орієнтирах, візуальних уявленнях і щоденних звичках мешканців українських міст у період 2020–2025 років. Ці роки припали на складний збіг подій – пандемію, повномасштабну війну, а також перехід чималої частини людських контактів у цифрове середовище. В основу методології лягло поєднання мистецтвознавчої, соціологічної та культурологічної оптик. Такий ракурс дозволив простежити, як окремі дизайнерські рішення перегукуються зі змінами у колективній ідентичності, способах пам'ятання, облаштуванні міських публічних місць та поведінці людей у мережі. Методологія дослідження ґрунтується на поєднанні мистецтвознавчого, соціологічного та культурологічного підходів. Таке поєднання дало змогу побачити зв'язок між конкретними дизайнерськими рішеннями і змінами у сфері колективної ідентичності, практик пам'яті, облаштування публічних просторів та цифрової поведінки користувачів. До емпіричної бази увійшли приклади ребрендингу Львова, Вінниці й Маріуполя, інтерфейсні рішення державних сервісів «Дія» та «eCherga», візуальні кампанії воєнного часу, створені професійними студіями й волонтерами, а також підходи до облаштування тимчасових просторів – укриттів, транзитних пунктів і житла для внутрішньо переміщених осіб. Окремо розглянуто роботу дизайн-бюро, які долучилися до створення інформаційних матеріалів і навігації для об'єктів гуманітарної інфраструктури. Порівняння опрацьованої літератури, зібраних у полі даних та власних спостережень підвело до думки про двояку природу дизайну: він водночас є дзеркалом суспільного стану і чинником, що підштовхує це суспільство до подальших перетворень. Напрацювання статті можуть стати у пригоді для майбутніх розвідок у царині культурології дизайну, візуальних комунікацій та урбаністичних студій.

Ключові слова: дизайн, соціокультурне середовище, візуальна ідентичність, український графічний дизайн, цифрові сервіси, воєнний час, повсякдення.

Olha LAVRENYUK,
orcid.org/0000-0003-0862-796X
PhD in Art Studies,
Senior Lecturer at the Graphic Design Department
Kyiv National University of Culture and Arts
(Kyiv, Ukraine) lavrenyukolga@ukr.net

THE IMPACT OF DESIGN ON THE CONTEMPORARY SOCIOCULTURAL ENVIRONMENT

The article examines the question of how design as a holistic design and artistic practice intervenes in human everyday life and shapes the contours of the modern socio-cultural environment. The author proceeds from the fact that design has ceased to be a purely applied field aimed at the aestheticization of an industrial product, and has turned into a powerful tool for meaning-making, communication, and imperceptible regulation of daily social practices. The aim of the present study is to reflect upon the part that design plays in reshaping value orientations, visual habits and everyday behavioural patterns of those who live in Ukrainian cities, both larger and smaller ones, throughout 2020–2025 – a period hardly to be called easy, since it was marked at once by the pandemic, by full-scale war and by a rapid move of almost every sphere of daily life into the digital realm. In order to approach the subject in a sufficiently nuanced manner, the article draws together three different lenses – those of cultural studies, sociology and art history – and it is precisely this combination that has made it possible to follow the thread linking particular design decisions with the slow, step-by-step shifts occurring in the domains of identity, historical memory, the arrangement of public space and the digital conduct of an ordinary user. Special attention is paid to practical analysis of cases: rebranding of Ukrainian cities, including Lviv, Vinnytsia and Mariupol, design of mobile applications «Diya» and «eCherga», a number of visual campaigns created by artists and volunteer studios during the full-scale invasion, as well as the arrangement of shelters, transit points and temporary housing for internally displaced persons. The experience of those design bureaus that from the first

days of the war prepared posters, infographics and navigation signs for shelters and humanitarian headquarters free of charge is also considered. Based on the processed sources, field notes and own observations, the conclusion is made that modern design appears at the same time as a mirror in which society looks at itself, and as a cautious lever that pushes it to certain changes, sometimes barely noticeable at first glance. The author argues that it is in the borderline situation of wartime that the Ukrainian school of design gradually develops its own language, different from borrowed Western models, and that this language is already becoming an object of interest in foreign professional publications, at biennials and specialized conferences. *Keywords: design, everyday life, visual culture, identity, war, digitalization, Ukrainian city.*

Key words: design, sociocultural environment, visual identity, Ukrainian graphic design, digital services, wartime, everyday life.

Постановка проблеми. В українській гуманітаристиці дизайн тривалий час розглядався переважно в межах історії ужиткового мистецтва, з акцентом на предметних категоріях – меблі, поліграфія, пакування. Такий підхід не відображає повною мірою сучасний функціональний статус дизайну, який вийшов за межі прикладної сфери і набув ознак соціокультурного чинника. Проектні рішення у галузях графічного, промислового, середовищного та інтерфейсного дизайну сьогодні опосередковують значну частину щоденних соціальних практик: від користування мобільними державними сервісами до сприйняття символіки публічного простору. Відповідно, питання про вплив дизайну на соціокультурне середовище виходить за межі суто мистецтвознавчої проблематики і потребує міждисциплінарного осмислення із залученням соціологічного, культурологічного та педагогічного інструментарію (Алексєєва, 2020: 178).

Аналіз досліджень. Проблематика взаємодії дизайну і суспільства останніми роками стала однією з найжвавіших в українській науці. Концептуальні питання підготовки майбутніх фахівців і їхнього впливу на середовище розглядає С. Алексєєва (Алексєєва, 2020: 178). Комплексний підхід до формування професійних компетенцій дизайнера через кваліфікаційну роботу обґрунтовують О. Ганоцька та Н. Більдер, наголошуючи на соціальній відповідальності проектних рішень (Ганоцька, Більдер, 2025: 210). Питання гармонізації дизайнерської практики з цілями сталого розвитку на прикладі індустрії моди ґрунтовно розкриває І. Гардабхадзе (Гардабхадзе, 2025: 402). Проблеми візуальної комунікації в умовах суспільних трансформацій та оновлення семантичного простору аналізує Н. Удріс, показуючи, як графічна мова перетворюється на інструмент творення спільнотних значень (Удріс, 2015: 62). Емпіричну базу для осмислення цифрового виміру державних сервісів становлять матеріали Київського міжнародного інституту соціології (Київський міжнародний інститут соціології, 2023) та Міністерства цифрової трансформації України (Міністерство цифрової трансформації України, 2024),

а також повідомлення про динаміку аудиторії застосунку «Дія» (Федоров, 2022; Федоров, 2023; Федоров, 2024). Попри помітний інтерес, поза увагою лишається комплексний розгляд українського досвіду як цілісного явища, що й зумовлює потребу у цій розвідці.

Мета статті – простежити, як дизайнерські рішення, ухвалені у різних сегментах (міський брендинг, цифрові сервіси, плакат, облаштування прихистків), впливають на сучасне українське соціокультурне середовище, та на основі конкретних прикладів показати, у які соціальні практики вони втручаються найбільш відчутно.

Виклад основного матеріалу. Соціокультурне середовище тлумачимо як сукупність матеріальних і символічних умов, у яких людина здобуває досвід, формує уподобання та встановлює стосунки з іншими і зі спільнотою загалом. Таке визначення ширше за побутове: воно охоплює не лише речі, будівлі й міський простір, а й знаки, шрифти, інтерфейси та кольорові рішення, з якими людина стикається щодня. Дизайн розглядаємо як свідому організацію форми предмета, простору чи екрана, метою якої є забезпечити зручність, зрозумілість і смислову повноту користувацького досвіду. За такого підходу дизайнер виступає не виконавцем чужого задуму, а активним учасником формування повсякденних практик. С. Алексєєва обґрунтовує саме таку рамку, коли зазначає, що підготовка сучасного фахівця має орієнтуватися на самостійне формулювання проектної позиції у взаємодії із суспільством, а не на обслуговування готових рішень (Алексєєва, 2020: 178). Подібний підхід обстоюють О. Ганоцька та Н. Більдер: на їхню думку, кваліфікаційна робота дизайнера сьогодні оцінюється передусім за здатністю автора враховувати соціальний ефект проектних рішень, а не лише за їхніми естетичними характеристиками (Ганоцька, Більдер, 2025: 210).

В українському дизайнознавстві поступово закріплюється погляд на дизайн як на інструмент регуляції поведінки користувача – не директивної, а опосередкованої через форму. Н. Удріс, аналізуючи візуальну комунікацію в умовах суспільних трансформацій, доводить, що в періоди швидких

**Чотири сегменти впливу дизайну
на соціокультурне середовище України
(2020–2026 рр.)***

Сегмент	Приклади	Ефект на середовище
Міський брендинг	ребрендинг Львова, Вінниці, Мукачєва	зміцнення локальної ідентичності, туристична впізнаваність
Цифрові сервіси	«Дія», «єЧерга», «єДопомога»	скорочення часу на бюрократію, зростання довіри до держави
Плакат воєнного часу	роботи Nebo Agency, «Pictoric»	мобілізація, переживання спільного досвіду
Прихистки і укриття	проекти RE:Ukraine, Co-Naty	повернення гідності у ситуації втрати дому

**Джерело: складено автором на основі (Федоров, 2022; Федоров, 2023; Федоров, 2024; Київський міжнародний інститут соціології, 2023; Крепих, 2025; Крепих, 2026; Міністерство цифрової трансформації України, 2024).*

змін візуальна мова перебирає на себе частину функцій вербальної: знак, колір і композиційний ритм передають зміст, який раніше потребував розгорнутих пояснень (Удріс, 2015: 62). Із цього випливає висновок: робота дизайнера над такими, на перший погляд, суто формальними параметрами, як гарнітура шрифту, колірна палітра чи ієрархія елементів, є втручанням у семантичний простір суспільства. Для українського контексту ця теза має практичне підтвердження, оскільки за короткий період відбулося переосмислення значень низки усталених візуальних образів – від державної символіки до позначень, пов'язаних із безпекою та укриттям.

Окремої уваги потребує етичний зріз дизайнерської праці в обставинах затяжної невизначеності. Проектувальник опиняється перед необхідністю ухвалювати такі рішення, які далеко переростають рамки технічного завдання й безпосередньо торкаються його відповідальності перед людиною, що перебуває у психологічно вразливому стані. Саме цією обставиною можна пояснити те, чому чимало українських дизайнерів періоду війни свідомо відмовилися від експресивних, надто різких за емоційним забарвленням художніх ходів і схилилися до стриманої, майже приглушеної візуальної мови. Подібний вибір лежить не у площині стилю, а радше у площині моральних засад фаху: за ним прочитується чітке усвідомлення того, що проєктна форма має здатність як послаблювати, так і, навпаки, підсилювати психологічний тиск на того, хто з нею стикається.

Зазначені аргументи дають підстави стверджувати, що вплив дизайну на соціокультурне середовище України розгортається щонайменше на трьох рівнях одночасно: на рівні повсякденної взаємодії з предметами та інтерфейсами, на рівні символічних рішень, що стосуються колективної ідентичності, і на рівні етичного вибору, який дизайнер здійснює від імені спільноти. Через цю багаторівневість описати вплив дизайну через один приклад чи окрему цитату некоректно – потрібне зіставлення кількох сегментів проєктної практики за спільними критеріями. З огляду на це для подальшого аналізу обрано чотири сегменти, у яких вплив дизайну на українське суспільство 2020–2024 рр. виявився найвиразніше: брендинг територій, цифрові державні сервіси, плакат і соціальна реклама періоду повномасштабної війни, а також облаштування прихистків для внутрішньо переміщених осіб.

Порівняння цих сегментів за параметрами провідного типу проєктного рішення, адресата, ключового соціального ефекту та характеру залученості дизайнера подано в таблиці 1.

Щодо першого сегмента. Ребрендинг Львова, запропонований 2020 року студією Banda, не просто дав місту новий знак – він запропонував мешканцям і гостям побачити Львів не як «туристичну листівку», а як живе середовище з гумором і самоіронією. Подібну логіку зафіксовано у Вінниці та Мукачєвому, де локальні студії спиралися на мотиви, зрозумілі саме цій громаді. Н. Удріс доречно зауважує, що міський бренд сьогодні функціонує як форма самопрезентації громади, а не як рекламний інструмент місцевої влади, адже візуальна мова в періоди трансформації перебирає на себе функції творення спільних значень (Удріс, 2015: 63). О. Ганоцька та Н. Більдер, своєю чергою, наголошують, що успішність таких проєктів визначається здатністю дизайнера враховувати соціальний ефект прийнятих рішень, а не лише їхню естетичну виразність (Ганоцька, Більдер, 2025: 212).

Другий сегмент – цифрові сервіси – потребує окремого розгляду, позаяк саме через нього відбувається найбільш масовий щоденний дотик громадянина до продуктів дизайнерської праці. Мобільний застосунок «Дія», що розпочав роботу наприкінці 2019 року і зазнав ґрунтового переосмислення впродовж 2022–2023 років, об'єднав стриману типографіку з дбайливо вибудованими сценаріями користувацької поведінки. Як зауважує М. Федоров, уже за підсумками 2021 року коло його користувачів перетнуло позначку 13 млн осіб, а щоденний приріст тримався у межах 50–70 тис. нових реєстрацій (Федоров, 2022). Результати соціологічної розвідки, здійсненої Київським міжнародним інститутом соціології на

замовлення ПРООН, засвідчили, що спрощення навігації та уважне пропрацювання сценаріїв помітно пом'якшили те відчуття бюрократичного спротиву, яке донедавна супроводжувало будь-який контакт пересічної людини з державною машиною (Київський міжнародний інститут соціології, 2023). Динаміку звернень до найбільш запитуваних цифрових послуг умовно унаочнено на рисунку 1.

Варто наголосити, що йдеться не про захоплення технологіями як самоціль, а передусім про дизайнерську їх складову – про те, яким чином колористична гама, ритміка розташування кнопок і тональність системних підказок позначаються на емоційному самопочутті користувача. І. Гардабхадзе слушно звертає увагу на те, що в момент контакту з проєктованою формою людина зчитує ставлення інституції до себе особисто, а відповідальність проєктувальника сягає далеко за межі естетики й охоплює довготривалі соціальні наслідки ухвалених рішень (Гардабхадзе, 2025: 405). Український матеріал цю думку лише увиразнює: за підрахунками А. Крепих, у 2025 році 59 відсотків громадян віддавали перевагу отриманню послуг у цифровому форматі, що можна трактувати як красномовний показник довіри до інтерфейсу, котрий посів місце посередника між людиною та державою (Крепих, 2025). Станом на січень 2024 року аудиторія застосунку налічувала понад 20 млн унікальних користувачів, а перелік доступних функцій охоплював понад 30 сервісів і 14 цифрових документів (Федоров, 2024).

Третій сегмент – плакат і соціальна реклама доби повномасштабної війни – став, мабуть, найпомітнішим у закордонному сприйнятті. Роботи

колективу «Pictoric», агенції Nebo, а також численних незалежних авторів з'явилися на вулицях європейських міст, у соціальних мережах і навіть у музейних експозиціях. Н. Удріс слушно зауважує, що у періоди суспільних зрушень візуальна мова перебирає на себе частину функцій вербальної комунікації, передаючи через знак, колір і ритм ті значення, які раніше потребували розгорнутих пояснень (Удріс, 2015: 64). Український плакат 2022–2024 років виконує подвійну роль: він одночасно фіксує травму і пропонує мову, якою цю травму можна прожити разом зі спільнотою. Приклад такого поєднання – серія «Postcards from Ukraine», де зображення зруйнованих будівель накладаються на довоєнні листівки.

Четвертий сегмент – облаштування прихистків. Проєкти RE:Ukraine Housing (архітектурне бюро балбек бюро) та Co-Naty (ініціатива з Івано-Франківщини) показали, що навіть у тимчасовому модулі можна передбачити місце для особистих речей, куточок для дитячих малюнків, нейтральну кольорову гаму, яка не тисне на психіку. Саме ці, здавалося б, дрібниці перетворюють «койко-місце» на домівок. Така логіка проєктування суголосна позиції І. Гардабхадзе, яка обстоює думку про розширення відповідальності дизайнера до рівня довгострокових соціальних наслідків тих форм, що впроваджуються у широкий обіг, зокрема у ситуаціях вразливості адресата (Гардабхадзе, 2025: 407). У цьому сенсі дизайн прихистків можна кваліфікувати як практику турботи, у якій проєктне рішення безпосередньо впливає на психоемоційний стан мешканця.

Підсумовуючи чотири сегменти, варто сказати про спільний знаменник. У кожному випадку

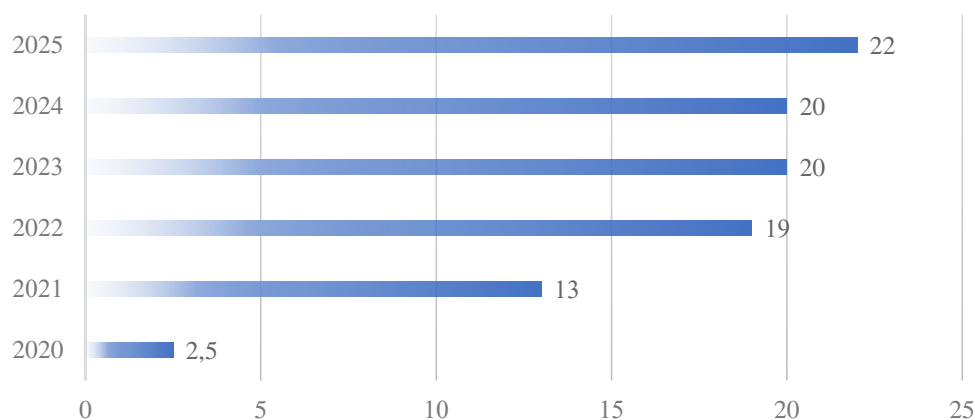


Рис. 1. Умовна динаміка кількості активних користувачів застосунку «Дія» за 2020–2025 рр., млн осіб (за даними Міністерства цифрової трансформації)*

*Джерело: складено автором на основі (Федоров, 2024; Київський міжнародний інститут соціології, 2023; Міністерство цифрової трансформації України, 2024; Крепих, 2025).

дизайнер працював не з абстрактним «споживачем», а з людиною у конкретній, часто драматичній ситуації. Саме ця зміна оптики – від споживача до співрозмовника – і є, на нашу думку, головним здобутком української школи дизайну останніх років. Показово, що частка громадян, які свідомо обирають цифрову форму комунікації з державою, за даними ПРООН та Київського міжнародного інституту соціології, стабільно зростає, а у 2025 році перевищила половину дорослого населення (Крепих, 2025; Крепих, 2026).

Висновки. Опрацьований матеріал дозволяє дійти висновку, що дизайн в Україні впродовж останнього півдесятиліття вийшов за межі прикладного фаху і закріпився серед тих чинників, без яких сучасне соціокультурне середовище вже важко описати. Він виявляє себе на двох нерівнозначних, але однаково важливих рівнях. Перший – дрібний, майже непомітний: кнопка у застосунку, піктограма біля входу в метро, відтінок стіни у кімнаті для переселенців, шрифт на наліпці з номером під'їзду. Другий – ширший: від територіального брендингу до плакатних серій, які від 2022 року циркулюють не тільки українськими вулицями, а й закордонними виставковими залами.

Обидва рівні працюють у зв'язці, і саме тому зводити вплив дизайну до якоїсь однієї функції було б спрощенням.

Чотири сегменти, розглянуті у статті, вказують на те, що цей вплив рухається у двох напрямках одночасно. З одного боку, дизайн вловлює настрої, тривоги й запити громади та перекладає їх на мову форми. З іншого – сам цю громаду непомітно скеровує, підказуючи, які способи дії є зручнішими, які образи – прийнятнішими, а які – такими, що їх варто переосмислити. Ця подвійність і робить дизайн предметом, який заслуговує на окрему увагу з боку гуманітаристики, а не лише з боку мистецтвознавства у вузькому сенсі.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо передусім в етичному вимірі. У звичайні часи межа між тим, що можна назвати допомогою користувачеві, і тим, що вже підпадає під визначення маніпуляції, тонка сама собою; в умовах війни вона тоншає ще більше, а ціна помилки зростає. Окремого розгляду потребує також питання про те, як українська школа дизайну, яка зараз перебуває у стадії активного самовизначення, інституційно закріплюватиме ті етичні принципи, що їх її представники наразі формулюють радше інтуїтивно, ніж системно.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева С. Концепція підготовки майбутніх дизайнерів до розвитку професійної кар'єри. Науковий вісник Інституту професійно-технічної освіти НАПН України. Професійна педагогіка: зб. наук. пр. Київ, 2020. Вип. 19. С. 177–184. URL: https://www.researchgate.net/publication/330350495_KONCEPCIA_PIDGOTOVKI_MAJBUTNIH_DIZAJNERIV_DO_ROZVITKU_PROFESIJOI_KAR'ERI
2. Виступ М. Федорова на конференції Forbes Tech у Львові (листопад 2023 р.), де озвучено цифри: травень 2023 р. – 19 млн користувачів, листопад 2023 р. – майже 20 млн. Опубліковано: Forbes Україна, 23 листопада 2023 р., URL: <https://forbes.ua/news/dodatkom-diya-koristuyutsya-vzhe-ponad-20-mln-ukraintsiv-nad-yakimi-novimi-poslugami-pratsyue-mintsifri-23112023-17470>; а також MediaSapiens, URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/33554/>
3. Ганоцька О., Більдер Н. Комплексний підхід до формування професійних компетенцій через кваліфікаційну роботу в графічному дизайні. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. 2025. Вип. 8(2). С. 207–225. URL: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.8.2.2025.347377>
4. Гардабхадзе І. Гармонізація концепції управління екосистемою індустрії моди з цілями сталого розвитку. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. Київ, 2025. Вип. 8(2). С. 398–414. URL: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.8.2.2025.347587>
5. Довідкова стаття «Дія (сервіс)» в українській Вікіпедії з покликанням на офіційні заяви Мінцифри, де наведено узагальнену цифру: у 2024 р. аудиторія застосунку перевищила 21 млн осіб. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Дія_\(сервіс\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Дія_(сервіс))
6. Київський міжнародний інститут соціології. Українці та електронні послуги: всеукраїнське опитування на замовлення ПРООН в Україні за підтримки Уряду Швеції у партнерстві з Міністерством цифрової трансформації України. 2023. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1471&page=1>
7. Крепих А. 59% українців обирають послуги онлайн – дослідження ПРООН. Прес-офіс Міністерства. 23 січня 2025 р. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/progress/59-ukrayintsiv-korystuiutsia-posluhamy-onlayn-doslidzennia-proon>
8. Крепих А. Думки і погляди населення України щодо державних електронних послуг у 2025 році: пресреліз, підготовлений командою ПРООН в Україні. Київ, 23 січня 2026 р. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1582&page=1>
9. Міністерство цифрової трансформації України. Понад 60% українців отримують держпослуги онлайн: результати дослідження. 2024. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/technologies/ponad-60-ukraintsiv-otrimuyut-derzhposlugi-onlayn-rezultati-doslidzhennya>
10. Офіційне повідомлення віцепрем'єра – міністра цифрової трансформації про подолання позначки у 20 млн унікальних користувачів (січень 2024 р.), де також зазначено, що у застосунку на той момент було доступно понад 30 сервісів і 14 цифрових документів. Опубліковано: LB.ua, 25 січня 2024 р., URL: https://lb.ua/tech/2024/01/25/595381_kilkist_koristuvachiv_dii.html

11. Повідомлення міністра цифрової трансформації М. Федорова (січень 2022 р.) про подолання позначки у 13 млн унікальних користувачів застосунку «Дія» за підсумками 2021 р., зі згадкою про щоденний приріст у 50–70 тис. осіб та п'ятикратне зростання аудиторії за рік. Опубліковано: Дзеркало тижня, 3 січня 2022 р., URL: <https://zn.ua/ukr/ECONOMICS/kilkist-koristuvachiv-diji-zrostaje-bozhevilnimi-tempami-fedorov-.html>; а також Інтерфакс-Україна, URL: <https://interfax.com.ua/news/telecom/789592.html>

12. Удріс Н. С. Візуальна комунікація в умовах суспільних трансформацій: оновлення семантичного простору. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. Харків, 2015. Вип. 35. С. 60–66. URL: <https://periodicals.karazin.ua/ssms/article/download/5494/5036/>

REFERENCES

1. Aliksieieva S. (2020) Kontsepsiia pidgotovky maibutnih dizaineriv do rozvytku profesiinoi kariery [The concept of training future designers for the development of a professional career]. *Naukovyi visnyk Instytutu profesiino-tekhnichnoi osvity NAPN Ukrainy. Profesiina pedahohika*, 19, 177–184. URL: https://www.researchgate.net/publication/330350495_KONCEPCIJA_PIDGOTOVKI_MAJBUTNIH_DIZAJNERIV_DO_ROZVITKU_PROFESIINOI_KAR'ERI [in Ukrainian].

2. Fedorov M. (2023) Vystup na konferentsii Forbes Tech u Lvovi (lystopad 2023 r.) [Speech at Forbes Tech conference in Lviv]. *Forbes Ukraina*. URL: <https://forbes.ua/news/dodatkom-diya-koristuyutsya-vzhe-ponad-20-mln-ukraintsiv-nad-yakimi-novimi-poslugami-pratsyue-mintsifri-23112023-17470>; *MediaSapiens*. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/33554/> [in Ukrainian].

3. Hanotska O., Bilder N. (2025) Kompleksnyi pidkhid do formuvannia profesiinykh kompetentsii cherez kvalifikatsiinu robotu v hrafichnomu dyzaini [A comprehensive approach to the formation of professional competencies through qualification work in graphic design]. *Demiurh: idei, tekhnologii, perspektyvy dyzainu*, 8(2), 207–225. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.8.2.2025.347377> [in Ukrainian].

4. Hardabkhadze I. (2025) Harmonizatsiia kontsepsiï upravlinnia ekosystemoiu industrii mody z tsilamy staloho rozvytku [Harmonization of the fashion industry ecosystem management concept with sustainable development goals]. *Demiurh: idei, tekhnologii, perspektyvy dyzainu*, 8(2), 398–414. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.8.2.2025.347587> [in Ukrainian].

5. Wikipedia contributors (2024) Diia (servis) [Diia (service)]. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Дія_\(сервіс\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Дія_(сервіс)) [in Ukrainian].

6. Kyivskiy mizhnarodnyi instytut sotsiologii (2023) Ukraintsi ta elektronni posluhy: vseukrainske opytuvannia na zamovlennia PROON v Ukraini [Ukrainians and electronic services: nationwide survey commissioned by UNDP in Ukraine]. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1471&page=1> [in Ukrainian].

7. Krepykh A. (2025) 59% ukraintsiv obyraiut posluhy onlain – doslidzhennia PROON [59% of Ukrainians choose online services – UNDP study]. *Ministerstvo tsyfrovoy transformatsii Ukrainy*. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/progress/59-ukrayintsiv-korystuiutsia-posluhamy-onlayn-doslidzhennia-proon> [in Ukrainian].

8. Krepykh A. (2026) Dumky i pohliady naselennia Ukrainy shchodo derzhavnykh elektronnykh posluh u 2025 rotsi [Public opinion on state e-services in Ukraine in 2025]. Kyiv, January 23. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1582&page=1> [in Ukrainian].

9. Ministerstvo tsyfrovoy transformatsii Ukrainy (2024) Ponad 60% ukraintsiv otrymuiut derzhposluhy onlain: rezultaty doslidzhennia [More than 60% of Ukrainians receive public services online: research results]. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/technologies/ponad-60-ukraintsiv-otrimuyut-derzhposlugi-onlayn-rezultati-doslidzhennya> [in Ukrainian].

10. Fedorov M. (2024) Kilkist korystuvachiv Dii perevshchyla 20 mln [The number of Diia users exceeded 20 million]. *LB.ua*. URL: https://lb.ua/tech/2024/01/25/595381_kilkist_koristuvachiv_dii.html [in Ukrainian].

11. Fedorov M. (2022) Kilkist korystuvachiv Dii zrostaie bozevilnymy tempamy [The number of Diia users is growing rapidly]. *Dzerkalo tyzhnia*. URL: <https://zn.ua/ukr/ECONOMICS/kilkist-koristuvachiv-diji-zrostaje-bozhevilnimi-tempami-fedorov-.html>; *Interfax-Ukraina*. URL: <https://interfax.com.ua/news/telecom/789592.html> [in Ukrainian].

12. Udris N. S. (2015) Vizualna komunikatsiia v umovakh suspilnykh transformatsii: onovlennia semantichnoho prostoru [Visual communication in conditions of social transformations: renewal of semantic space]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnogo universytetu imeni V. N. Karazina. Sotsiologichni doslidzhennia suchasnoho suspilstva: metodolohiia, teoriia, metody*, 35, 60–66. URL: <https://periodicals.karazin.ua/ssms/article/download/5494/5036/> [in Ukrainian].

Дата першого надходження статті до видання: 27.04.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 22.05.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 30.05.2026

Стаття поширюється на умовах
ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

