

УДК 766.05:004.77]:316.772-028.22:[342.5:316.343-054.5
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/99-2-21>

Вікторія МУЛКОХАЙНЕН,

orcid.org/0000-0002-3455-6942

доктор мистецтвознавства, доцент,
професор кафедри графічного дизайну

Київського національного університету культури і мистецтв
(Київ, Україна) viktoriya0308@ukr.net

Дмитро ДУХОБОРОВ,

orcid.org/0009-0009-3383-0266

аспірант кафедри графічного дизайну

Київського національного університету культури і мистецтв
(Київ, Україна) dukhoborov@gmail.com

ДЕРЖАВНИЙ ЦИФРОВИЙ СЕРВІС ЯК ВІЗУАЛЬНА СИСТЕМА

Мета статті. Проаналізувати візуальну мову державних цифрових сервісів як художньо-образну систему, що конструює довіру між громадянином і владою. **Методологія дослідження.** У межах теоретико-практичної розробки теми для виявлення знакових функцій кольору, типографіки та композиції застосовано аналітичний, порівняльний, експериментальний, типологічний та художньо-композиційний методи. Так, методологічну основу становить семіотичний та компаративний види аналізу інтерфейсів як візуальних об'єктів, а також концептуальний апарат мультимодальної граматики. **Наукова новизна** полягає у введенні цифрового держсервісу в поле семіотики дизайну як повноцінного об'єкта проєктування та концептуалізації довіри користувача в якості естетичної і знакової категорії. У статті вперше здійснено семіотичний аналіз візуальної мови державних цифрових сервісів як художньо-образної системи, що, реалізуючи власні прями функції, конструює довіру між громадянином і владою. На основі теоретичного апарату семіотики (Соссюр, Пірс, Барт, Еко, Кресс та ван Льювен) і теорії дизайну (Луптон, Норман, Мюллер-Брокман, Фогг) проведено компаративний аналіз інтерфейсів адміністративних цифрових інструментів «Дія» (Україна), GOV.UK (Велика Британія) та e-Estonia (Естонія), що дало можливість простежити певну проєктно-художню специфіку таких вебпродуктів і сформулювати відповідні стратегічні принципи. **Висновки.** За результатами дослідження доведено, що кожен елемент інтерфейсу державних цифрових сервісів – хроматичне рішення, шрифтова гарнітура, графіка, композиційна ієрархія – є семантично навантаженою знаковою операцією, що реалізує певну семіотичну стратегію репрезентації держави у вебформаті. Користувацьку довіру концептуалізовано як перцептивну якість, забезпечену засобами візуальної мови UI/UX-дизайну, та обґрунтовано розуміння цифрового держсервісу як своєрідного візуального маніфесту через призму риторичної аргументації проєктного процесу.

Ключові слова: семіотика дизайну, державний цифровий сервіс, UI/UX-дизайн, інтерфейс, знакова система, візуальна комунікація, інклюзивність, «Дія», GOV.UK, e-Estonia.

Viktoriiia MULKOKHAINEN,

orcid.org/0000-0002-3455-6942

Doctor of Art Studies, Associate Professor,
Professor at the Department of Graphic Design
Kyiv National University of Culture and Arts
(Kyiv, Ukraine) viktoriya0308@ukr.net

Dmytro DUKHOBOROV,

orcid.org/0009-0009-3383-0266

PhD Candidate at the Department of Graphic Design
Kyiv National University of Culture and Arts
(Kyiv, Ukraine) dukhoborov@gmail.com

DIGITAL GOVERNMENT SERVICE AS A VISUAL SYSTEM

Objective. To analyze the visual language of state digital services as an artistic and image-based system that constructs trust between the citizen and the State. **Research Methodology.** Within the theoretical and practical framework of the study, analytical, comparative, experimental, typological, and design-oriented methods were applied to identify

the semiotic functions of color, typography, and composition. The methodological foundation comprises semiotic and comparative analysis of interfaces as visual objects, as well as the conceptual apparatus of multimodal grammar. Scientific novelty. The study introduces the digital public service into the field of design semiotics as a fully-fledged object of design practice and conceptualizes user trust as an aesthetic and semiotic category. For the first time, a semiotic analysis of the visual language of state digital services has been conducted as an artistic and image-based system that, in fulfilling its core functions, simultaneously constructs trust between the citizen and the State. Based on the theoretical framework of semiotics (Saussure, Peirce, Barthes, Eco, Kress, and van Leeuwen) and design theory (Lupton, Norman, Müller-Brockmann, Fogg), a comparative analysis of the Diia (Ukraine), GOV.UK (the UK), and e-Estonia (Estonia) interfaces was performed, allowing for the identification of specific design characteristics and the formulation of corresponding design principles. Conclusions. The findings demonstrate that every interface element — color scheme, typeface, graphics, and compositional hierarchy — is a semantically charged sign operation implementing a specific semiotic strategy for representing the State in a web format. User trust is conceptualized as a perceptual quality ensured by the visual language of UI/UX design; furthermore, the digital public service is understood as a distinctive visual manifesto shaped through rhetorical strategies in the design process.

Key words: design semiotics, digital government service, UI/UX design, interface, sign system, visual communication, inclusivity, Diia, GOV.UK, e-Estonia.

Постановка проблеми. Щоразу, коли громадянин відкриває застосунок «Дія», переходить на портал державних послуг або взаємодіє з урядовим вебресурсом, він вступає у знаковий діалог із державою, мова якого значною мірою залежить від UI/UX-дизайнера, формуючись кольором, типографією, графічними символами, композицією та самою структурою інтерфейсу. Елементи цієї візуальної системи працюють злагоджено, завдяки низці принципів і методів проектування, що рафінуються на основі базової теорії композиції, колірної комбінаторики, актуальних дизайн-прийомів у контексті конкретного технічного завдання на розробку вебпродукту певного призначення, чим визначається його специфіка. Проте, незважаючи на активну цифровізацію адміністративного сектору (у тому числі – в Україні), графічна мова відповідних вебресурсів поки залишається малодослідженою у дизайнерському науковому дискурсі, оскільки цифрові держсервіси розглядаються переважно як технологічний або соціально-адміністративний феномен, а не як художньо-образна система, що через вдале візуально-конструктивне оформлення продукує сенси і практичні рішення запитів користувачької аудиторії.

Аналіз досліджень. Проблематика візуальної ідентичності державних інституцій у різних форматах на сьогодні більш інтенсивно опрацьовується закордонними науковцями – насамперед, в аспекті брендингу публічного сектору та систем урядової комунікації (Алдріс, Грачанін, 2023). Семіотичний аналіз графічного дизайну як знакової системи розроблено у працях Ч. С. Пірса (Пірс, 1955), Р. Барта (Барт, 1972, 1977), У. Еко (Еко, 1979) та їхніх послідовників.

Естетичні виміри довіри до цифрових інтерфейсів досліджуються двома методологічно несхожими шляхами: Н. Трактинський верифікує кореляцію між сприйнятою красою і сприйня-

тою юзабільністю в лабораторних умовах (Трактинський, 1997), тоді як Б. Фогг з одноступінними намаганнями ідентифікувати конкретні знакові тригери довіри (Фогг та ін., 2001, 2002). Якщо у 2001 р. він ідентифікував якісні чинники – відчуття реальності організації, простоту навігації, відсутність рекламного перевантаження – як ключові сигнали, що формують кредитність сайту, то наступного року кількісне дослідження показало: «professionally designed» як єдиний фактор дає приріст довіри +1.54. Принципова відмінність між підходами Н. Трактинського і Б. Фогга у тому, що перший досліджує ефект естетики *post factum*, а другий намагається розкласти цей ефект на конкретні знакові складові. Для семіотичного аналізу держсервісів продуктивнішим виявляється саме другий варіант, який, проте, також потребує теоретичного переосмислення в категоріях проектного аналізу.

Д. Норман поглиблює цю дискусію, обґрунтовуючи механізм емоційного сприйняття дизайну через концепцію вісцерального, поведінкового та рефлексивного рівнів (Норман, 2004). За даними систематичного огляду Алдріс і Грачанін, у країнах з розвиненими цифровими держсервісами довіра посідає третє місце серед чинників досвіду громадянина – після корисності та зручності, але перед безпекою (Елдріс, Грачанін, 2023).

Сучасні українські дослідники у галузі веб-проекування найчастіше зосереджуються на окремих складових інтерфейсів та їхньому комерційному потенціалі у контексті розробки маркетплейсів, соціальних мереж тощо, залишаючи поза увагою проблематику адміністративного інформаційно-сервісного сектора (Курцева, 2023; Васильєв, 2024; Салига, 2024; Селіванов, 2025; Мулкохайнен, Фенно, 2026). Тому цифровий державний сервіс як самостійний об'єкт семіотичного аналізу у дизайні поки не отримав систематичного науко-

вого опрацювання, чим визначається актуальність пропонованого дослідження.

Метою статті є семіотичний аналіз візуальної мови державних цифрових сервісів як художньо-образної системи, що конструює довіру між громадянином і владою. Джерельною базою дослідження стали інтерфейси популярних цифрових держсервісів – «Дія» (Україна), GOV.UK (Велика Британія) та e-Estonia (Естонія).

Виклад основного матеріалу. Семіотика візуального в дизайні формувалася на перетині структурної лінгвістики, прагматичної філософії знаку та соціальної теорії комунікації – і саме синтез зазначених категорій дає змогу розглядати інтерфейс не як нейтральний технічний об'єкт, а як систему організованих значень (Пірс, 1955; де Соссюр, 1974; Вігма, 2010).

Відправною точкою слугує сосюрівська концепція знаку як двосторонньої єдності означника та означуваного, де принципова для дизайну теза — довільність цього зв'язку: жодна форма не несе значення від природи, воно завжди встановлюється культурною конвенцією (де Соссюр, 1974). Кожне дизайнерське рішення – вибір кольору, гарнітури, розташування елементів – є актом культурної домовленості, що відтворює або оскаржує певний смисловий порядок. Проте, сосюрівська модель описує знак як статичну систему кодів – це її принципове обмеження.

Еко, розвиваючи і, водночас, корегуючи Соссюра, розрізняє *signification* (систему кодів як абстрактну компетенцію) та *communication* (реальне виробництво знаків у конкретному акті взаємодії) (Еко, 1979). Дизайн цифрового держсервісу є не просто кодом, а щоразу новим актом *sign-production* – конфігурацією, що відбувається на перетині системи і контексту. До прикладу, синій колір означає надійність не тому, що такою є його фізична природа, а тому, що культура встановила цей зв'язок – і кожен новий держсервіс, що використовує цей код, одночасно відтворює його і трансформує.

Пірсівська тріада – іконічне, індексальне, символічне – вводить градацію відносин між знаком та його об'єктом (Пірс, 1955). Іконічний знак відсилає до предмету через подібність (пиктограма «дому» є іконічною, оскільки візуально нагадує будівлю); індексальний – пов'язаний із об'єктом причинно (індикатор завантаження вказує на тривалість процесу як його безпосередній слід); символічний знак при цьому функціонує виключно на основі конвенції (державна символіка у шапці порталу позначає інституційну належність лише тому, що ця відповідність закріплена норма-

тивно). У реальному інтерфейсі ці три типи рідко існують окремо. Як демонструє С. Вігма (2010), застосовуючи семіотику Пірса до проектування, усі три режими знаку зазвичай присутні одночасно – дизайн-об'єкт взаємодіє з користувачем на сенсорному, фізичному та символічному рівнях, унеможливаючи будь-яку редукацію до чисто функціонального артефакту.

Барт вводить ключове для аналізу дизайну розрізнення між денотацією та конотацією як двома рівнями смислоутворення (Барт, 1977). Денотація – буквально значення: до прикладу, колір є синім, шрифт є гротескним, кнопка розміщена у верхньому правому куті. Конотація – культурно навантажені асоціації, що активуються цими формальними рішеннями: синій гротеск конотує технологічну нейтральність, демократичну доступність, відсутність бюрократичної помпезності. Саме на рівні конотації відбувається семіотична робота довіри: «дизайн, що виглядає професійно» є насамперед системою конотацій компетентності (Фогг та ін, 2002). Барнард слушно зауважує, що конотація є простором, де цінності культури взаємодіють із формальними рішеннями дизайну, перетворюючи їх на ідеологічні повідомлення (Барнард, 2005).

Концептуальний апарат мультимодальної граматики Кресса та ван Льювена показує, що зображення, як і мовний текст, втілює три метафункції: репрезентаційну, інтерперсональну та текстуальну (Кресс, ван Льювен, 1996). Текстуальна метафункція, реалізована через категорії інформаційної цінності, виразності та фреймування, визначає, як ієрархія елементів інтерфейсу вибудовує владний порядок: що винесено на перший план, що приховано, що подано як «вже відоме» і що – як «нове». Розвиваючи цей аргумент у прикладному ключі, Луптон наполягає, що типографічна ієрархія не є нейтральним організаційним засобом, а структурою влади: вона визначає, чий голос звучить першим, яке повідомлення прочитується до всіх інших, яка інформація залишається периферійною (Луптон, 2004).

Синтезуючи ці традиції, Б'юкенен обґрунтував, що дизайн є формою риторичного аргументу – кожен дизайн-об'єкт проголошує певну позицію щодо людини, культури та світу (Б'юкенен, 1989). Маніфест у цьому контексті – не жанрова форма, а функціональна характеристика, адже дизайн-рішення не лише передає інформацію, а декларує через форму, колір, ієрархію, ритм певну модель відносин між суб'єктами комунікації. Тому державний цифровий інтерфейс є своєрідним маніфестом у зазначеному сенсі і кожне його візуальне

вирішення – це акт проголошення певної концепції держави, її відносин із громадянином і позиції у цифровому просторі.

Три аналітичні рівні – структурний (знак і його двогранність), прагматичний (модус відношення знаку до об'єкта) та ідеологічний (денотація, конотація, міф) – не застосовуються у контексті даного дослідження послідовно, а розгортаються одночасно, нашаровуючись один на інший, як шари лаку на гравюрі, кожен наступний з яких не приховує попередній, а збагачує його додатковим змістом. Саме тому жоден «елементарний» вибір у дизайні держсервісу не є справді елементарним.

Використовуючи категорію «довіра» у мистецтвознавчому розумінні, варто уточнити її значення, оскільки надто сильні асоціації цього поняття з психологією чи соціологією. Проте, саме ця семантична напруга й цікава, адже дизайн давно навчився те, що психолог вимірює опитувальниками і результатами тестувань, кодувати у товщині штриха, у температурі кольору, у кількості пікселів між рядками. Довіра, яка досліджується у площині вебпроекування, – не стан суб'єкта, а властивість знакової системи, котра цей стан провокує.

Вчені операціоналізують довіру через два виміри: *trustworthiness* (сприйнята добросовісність, чесність, відсутність маніпуляції) та *expertise* (сприйнятий рівень компетентності джерела) (Фогт та ін., 2002). Обидва виміри є перцептивними якостями – вони не існують в об'єкті, незалежно від спостерігача, а конструюються у процесі сприйняття, що робить довіру семіотичним феноменом. Вже у 2001 р. було встановлено, що відчуття реальності організації та простота навігації є первинними якісними чинниками, котрі передують будь-якій функціональній оцінці (Фогт та ін., 2001). Вебсайт, що виглядає «професійно розробленим» (середнє значення +1.54 у дослідженні 2002 р.), отримує довіру саме через естетичний код – систему конотацій, котрі зчитуються як сигнали компетентності ще до початку будь-якої функціональної взаємодії.

Норман поглиблює цей аргумент, пропонуючи три рівні обробки у процесі взаємодії з об'єктом дизайну: вісцеральний, поведінковий та рефлексивний (Норман, 2004). Вісцеральний – миттєва, до-свідома реакція на зовнішній вигляд об'єкта, яка формується раніше за будь-яке функціональне судження. Дослідник формулює провокативну, але добре задокументовану тезу: «*attractive things work better*» – не тому, що вони об'єктивно є кращими, а тому, що позитивний вісцеральний відгук переводить користувача у стан відкритості, який

знижує поріг терпимості до дрібних функціональних збоїв. Для цифрового держсервісу це означає: громадянин, що відкриває застосунок «Дія» вперше, формує довіру до держави ще до того, як скористається певною послугою – виключно на основі вісцерального прочитання інтерфейсу.

Трактинський емпірично довів, що естетичне сприйняття інтерфейсу і сприйнята юзабельність корелюють значно сильніше, ніж юзабельність і реальні функціональні характеристики системи (Трактинський, 1997). Варто, однак, зауважити: дослідження проводилося на матеріалі банківських АТМ-інтерфейсів. Чи зберігається ця кореляція в умовах принципово іншого типу владних відносин між інституцією та користувачем – питання залишається відкритим.

С. Прищенко, аналізуючи семантичний простір плаката як форми візуальної комунікації, підкреслює, що «візуальна мова стає визначальною, транслює ідеї, активно впливає на свідомість» (Прищенко, 2020: 101), і ця теза цілком відповідає інтерфейсу держсервісу як сучасній формі масової візуальної комунікації держави з громадянином. Адже дизайн цифрового державного сервісу діє на цільову аудиторію аналогічно до плаката: коли мінімалістичний інтерфейс і точна типографічна ієрархія сприймаються як «просто зрозумілий і зручний» – це і є *myth*-механізм у дії, оскільки мінімалізм – не відсутність стилю, а стиль з ідеологічним змістом.

Держава, що конструює інтерфейс, здійснює акт символічної легітимації, тому що позначає через UI/UX-дизайн власну присутність, авторитет і право на довіру. Аналіз інтерфейсу держсервісу є водночас аналізом довіри і влади, адже ці два виміри нероздільні у знаковій системі, яка одночасно запрошує громадянина до співпраці з адміністрацією і позиціонує державу як потужний керівний апарат (Духоборов, 2025). При цьому знакова система інтерфейсу читається як єдине ціле: порушення на рівні деталі руйнує всю конотативну систему надійності. Державний сервіс із помилкою у тексті вже не транслює компетентність держави, незалежно від реальної якості надаваних послуг.

Три виміри інтерфейсу – хроматичний, типографічний і композиційний – ніколи не існують поза взаємодією. Порівнюючи мобільний застосунок «Дія» (Україна), портал GOV.UK (Велика Британія) і платформу e-Estonia (Естонія), можна простежити, як різні семіотичні стратегії продукують різні образи відносин між інститутом та громадянином.

Зокрема, хроматичні рішення в інтерфейсах держсервісів діють, передусім, на символічному

рівні знаку – через культурну конвенцію, а не через візуальну подібність чи причинний зв'язок. Синій спектр домінує в усіх трьох досліджуваних системах, однак його семіотична функція різниться, залежно від насиченості, відтінку та контекстуального оточення, підтверджуючи сосюрівський принцип: значення породжується системою відмінностей (де Сосюр, 1974). Іттен, теоретизуючи на тему гармонії кольорів, розрізняв як окремі площини суб'єктивну колірну перевагу конкретного спостерігача та культурно закріплені смислові асоціації, і саме ця друга площина є вирішальною для інституційного UI/UX-дизайну (Іттен, 2020).

Мобільний застосунок «Дія» використовує чорний (#1a1a1a) у поєднанні зі світло-блакитним (#0A84FF — значення, що збігається з палітрою Apple iOS) – хроматичне рішення, яке є свідомою цитатою з корпоративного коду tech-індустрії. Чорний маркує не владу і помпезність, а технологічну лаконічність. Блакитний відсилає одночасно до державної символіки (конотація легітимності) та до корпоративного дизайну технологічних компаній (конотація сучасності). Така подвійна конотативна адресація є усвідомленою семіотичною стратегією: держава позиціонує себе не як бюрократичний апарат, а як технологічного оператора. В якості часткової цифрової адаптації традиційних державних кольорів був уведений також фоновий динамічний градієнт, що доволі виразно транслює жовто-блакитну комбінацію, але при цьому урізноманітнює це офіційне поєднання перехідними зеленими відтінками і додатковими фіолетово-рожевими білками. Загалом палітра мобільного застосунку виглядає достатньо стримано, не порушуючи ділового характеру інтерфейсів, однак, створює більш сучасну і позитивну атмосферу за рахунок теплих акцентів та градієнтного ефекту.

Портал GOV.UK обирає принципово іншу хроматичну модель: аскеза білого, чорного і стриманого синього виключно для інтерактивних елементів несе конотацію інституційної нейтральності й першості функції над формою (Духоборов, 2025). Ця відмова від колірної риторики є найбільш красномовним знаком: спираючись на принцип, описаний Кресом та ван Льювенем (Крес, ван Льювен, 1996), низький рівень кольорової насиченості маркує «достовірність» у системі модальних маркерів.

Платформа e-Estonia на колірному рівні презентує контраст яскраво-синього з білим, який лаконічно доповнюється світло-сірими фоновими елементами. Інтерфейси виглядають доволі жваво, мотивуючи до активних дій, пошуків, досліджень контенту. У цьому випадку саме синій відтінок врівноважує цю комбінацію до адміністративно-

офіційної, оскільки є прямою відсилкою до державного прапора країни, що є концептуально цілком обґрунтованим.

Аналізуючи типографічне оформлення обраних цифрових держсервісів, варто зазначити, що жоден елемент інтерфейсу вебпродукції цього типу не виглядає так виразно, як шрифт. Гарнітура сигналізує про позицію автора задовго до того, як читач опрацює перше слово: її форма, накреслення, кегль, інтерліньяж і трекінг разом утворюють візуальний акцент, що передує змісту. Луптон, розглядаючи типографічну ієрархію як структуру влади, наголошує, що шрифт несе конотації, які формувалися протягом десятиліть культурного вживання, і перехід від serif до sans-serif є семіотичним жестом відмови від одних значень на користь інших (Луптон, 2004). Барнард, аналізуючи риторику нейтральності в дизайні залізничних розкладів, показує, як аналогічна шрифтова трансформація відсилає до модернізму, ефективності й культурної ідентичності – «stripped for action», що цілком відповідає семіотиці спрощення в GOV.UK (Барнард, 2005). Класичні serif-гарнітури апелюють до довіри через звернення до часу – авторитет, традиція, консерватизм. Натомість, sans-serif відкриваються назустріч модернізму, демократичному доступу, технологічній ефективності.

Вибір GOV.UK на користь спеціально розробленої гарнітури GDS Transport – гуманістичного sans-serif, похідного від Johnston Sans Едварда Джонстона 1916 року, – є свідомим семіотичним рішенням: держава говорить мовою сучасності, але через гарнітуру, укорінену в британській типографічній традиції. Застосунок «Дія» використовує геометричний sans-serif (e-Ukraine) – код стартапу, а не міністерства. Типографічна ієрархія інтерфейсу – чіткі рівні заголовків, широкий міжрядковий простір, компактні блоки тексту – реалізує те, що Луптон називає «intelligently designed hierarchy», спрямовуючи погляд юзера і структуруючи пізнання ще до того, як він усвідомить зміст (Луптон, 2004). У типографічній розробці платформи e-Estonia використана шрифтова гарнітура Aino, дуже виразна у форматі заголовків Display за рахунок фрагментарної пунктирності літер, що також представляє сімейство sans-serif.

Щодо загальної композиції аналізованих інтерфейсів варто відзначити роботу сітки, яка на сьогодні є найефективнішим інструментом UI-дизайну. Розробляючи теорію модульної системи у контексті міжнародного типографічного стилю, Мюллер-Брокман розумів сітку не як технічний засіб вирівнювання елементів, а як спосіб вираження конструктивного мислення дизайнера

та його соціальної відповідальності перед аудиторією (Мюллер-Брокман, 1981). У контексті розробки інтерфейсів держсервісу сітка, окрім власної прикладної функції, несе конотацію дотримання державою правил, які, насамперед, демонструються площинним упорядкуванням екрану.

Кожен інтерфейс має свою ієрархічну програму, і саме категорії інформаційної цінності та фреймування з граматики Кресса та ван Льювена роблять її зримою (Кресс, ван Льювен, 1996). До прикладу, у десктопних вебсервісах GOV.UK та e-Estonia система «top-bottom» втілює таку логіку: «ідеальне» (тобто важливе – послуга, якої прагне громадянин) розміщене у верхній частині екрану, «реальне» (деталі, умови) – нижче. Застосунок «Дія» будує «center-margin» структуру мобільного екрану — центральний елемент є дією (кнопка, послуга, документ), все інше є периферійним. Така просторова стратегія несе конотацію простоти і рішучості, тому що держава виведена на передній план своєю функцією, а не своїм статусом.

Досліджувані візуальні системи не утворюють шкалу «від гіршого до кращого», а репрезентують три різних, але ефективних, вирішення проблеми створення іміджу держави, коли вона виходить назустріч громадянинові через екран. При цьому GOV.UK обирає аскезу, красномовнішу за будь-яку помпезність; «Дія» пропонує впізнаваність tech-культури на тлі сучасних графічних тенденцій; e-Estonia акцентує демонстративність та сміливість візуальних рішень. Як видно, всі три стратегії мають свою ціну і переваги, що якісно розкриває семіотичний аналіз.

Висновки. Інтерфейс адміністративних вебресурсів не приховує державну ідеологію за власною архітектурою, а сам стає ідеологічним інструментом, що відкриває нові горизонти для мистецтвознавчого аналізу.

Цифровий держсервіс – повноправний художньо-образний об'єкт, жоден елемент інтерфейсу

якого не є нейтральним технічним вибором, адже кожен з них втілює знакову програму, що формує у свідомості громадян імідж країни і влади у тому числі. Структурно-естетична характеристика інтерфейсу задає інтерпретаційну рамку для всього подальшого досвіду користувацької взаємодії. При цьому маловиразна або «безлика» візуальна мова держсервісу руйнує конотативний рівень надійності, незалежно від реальної якості послуг – у цьому головний практичний висновок дослідження.

На основі теоретичного апарату семіотики і теорії дизайну проведено компаративний аналіз інтерфейсів адміністративних цифрових інструментів «Дія» (Україна), GOV.UK (Велика Британія) та e-Estonia (Естонія), що дало можливість простежити певну проєктно-художню специфіку таких вебпродуктів і сформулювати відповідні стратегічні принципи. З'ясовано, що досліджувані візуальні системи репрезентують три різних, але ефективних, дизайн-стратегії, котрі забезпечуються збалансованою і стилістично виразною архітектурою вебсторінок: GOV.UK обирає трендовий мінімалізм, «Дія» пропонує обґрунтовану асоціативність з tech-культурою та сучасне графічне рішення, а e-Estonia акцентує контрастну демонстративність візуального вирішення.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з охопленням компаративним аналізом держсервісів глобального Півдня, де культурні коди довіри принципово відрізняються від євроатлантичної традиції, а також із вивченням динамічної семіотики – знакових систем, що змінюються в реальному часі, відповідно до контексту користувача. Актуальним залишається питання щодо меж мінімалістичної стратегії в умовах потерпання держави від системного тиску недовіри з боку суспільства, як це відбувається в Україні, де цифровий держсервіс є паралельно інструментом управління і символом реформи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Васильєв О. Дизайн веб-сайтів електронної комерції: еволюція, естетичні аспекти : дис. доктора філософії за спеціальністю 022 – Дизайн. Київський національний університет технологій та дизайну, Міністерство освіти і науки України. Київ, 2024. 390 с.
2. Духоборов Д. Системи візуальної ідентичності державних органів: аналіз міжнародного досвіду. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2025. Вип. 87. Т. 1. С. 155–160. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/87-1-21>
3. Іттен Й. Мистецтво кольору. Київ: ArtHuss, 2020. 309 с.
4. Курцева О. Особливості дизайну освітніх сайтів та порталів: художньо-образні засоби виразності : дис. доктора філософії за спеціальністю 022 – Дизайн. Харківська державна академія дизайну і мистецтв, Міністерство освіти і науки України. Харків, 2023. 226 с.
5. Мулкохайнен В. А., Фенно Є. В. Принципи формування користувацького досвіду в UI/UX-дизайні цифрових туристичних платформ. *Теорія та практика дизайну*. 2026. № 1 (39). С. 330–337. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2026.39.33>
6. Прищенко С. В. Візуальна семантика і художня образність плаката. *Культура і сучасність*. 2020. № 1. С. 97–103.

7. Салига П. Вплив цифрової нестабільності на дослідження дизайну інтерфейсів. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2024. Вип. 7(2). С. 289–302. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.7.2.2024.315463>
8. Селіванов І. Інфографіка у комунікативному дизайні вебсайту : дис. доктора філософії за спеціальністю 022 – Дизайн. Національний університет «Львівська політехніка», Міністерство освіти і науки України. Львів, 2025. 315 с.
9. Aldrees A., Gračanin D. UX in e-government services for citizens: A systematic literature review. *Journal of User Experience*. 2023. Vol. 18. No. 3. С. 133–169.
10. Barnard M. *Graphic design as communication*. London : Routledge, 2005. 201 p.
11. Barthes R. *Mythologies* / transl. A. Lavers. New York : Hill and Wang, 1972. 158 p.
12. Barthes R. *Rhetoric of the image. Image, music, text* / transl. S. Heath. London : Fontana/Collins, 1977. P. 32–51.
13. Buchanan R. Declaration by design: Rhetoric, argument, and demonstration in design practice. *Design Discourse: History, Theory, Criticism* / ed. V. Margolin. Chicago : University of Chicago Press, 1989. P. 91–109.
14. De Saussure F. *Course in general linguistics* / transl. W. Baskin. London : Fontana/Collins, 1974. 240 p.
15. Eco U. *A theory of semiotics*. Bloomington : Indiana University Press, 1979. 354 p.
16. Fogg B. J., Marshall J., Larakı O., Osipovich A., Varma C., Fang N., Treinen M. What makes a web site credible? A report on a large quantitative study. *Proceedings of ACM CHI 2001*. New York : ACM Press, 2001. P. 61–68.
17. Fogg B. J., Kameda T., Boyd J., Marshall J., Sethi R., Sockol M., Trowbridge T. Stanford-Makovsky web credibility study 2002: Investigating what makes web sites credible today. Stanford : Stanford Persuasive Technology Lab & Makovsky & Company, 2002. URL: <https://credibility.stanford.edu/pdf/Stanford-MakovskyWebCredStudy2002-prelim.pdf>
18. Kress G., van Leeuwen T. *Reading images: The grammar of visual design*. London : Routledge, 1996. 312 p.
19. Lupton E. *Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors, and students*. New York : Princeton Architectural Press, 2004. 176 p.
20. Müller-Brockmann J. *Grid systems in graphic design / Rastersysteme für die visuelle Gestaltung*. Sulgen : Niggli, 1981. 176 p.
21. Norman D. *Emotional design: Why we love (or hate) everyday things*. New York : Basic Books, 2004. 257 p.
22. Peirce C. S. *Logic as semiotic: The theory of signs. Philosophical writings of Peirce* / ed. J. Buchler. New York : Dover, 1955. P. 98–119.
23. Tractinsky N. Aesthetics and apparent usability: Empirically assessing cultural and methodological issues. *Proceedings of ACM CHI 97*. New York : ACM Press, 1997. P. 115–122.
24. Vihma S. On actual semantic and aesthetic interaction with design objects. *MEI: Objets & Communication*. 2010. No. 30–31. P. 197–208.

REFERENCES

1. Vasyliiev O. (2024). *Dyzain veb-saitiv elektronnoi komertsii: evoliutsiia, estetychni aspekty [E-commerce website design: evolution, aesthetic aspects]* : dys. doktora filosofii za spetsialnistiu 022 – Dyzain. Kyivskiy natsionalnyi universytet tekhnolohii ta dyzainu, Ministerstvo osvity i nauky Ukrainy. Kyiv. 390 s. [in Ukrainian].
2. Dukhoborov D. (2025) *Systemy vizualnoi identychnosti derzhavnykh orhaniv: analiz mizhnarodnoho dosvidu [Visual identity systems of state bodies: analysis of international experience]* *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*. 87(1). 155–160. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/87-1-21> [in Ukrainian].
3. Itten Y. (2020) *Mystetstvo koloru [The art of color]* Kyiv: ArtHuss. 309 s. [in Ukrainian].
4. Kurtseva O. (2023). *Osoblyvosti dyzainu osvity i nauky Ukrainy: khudozhno-obrazni zasoby vyraznosti [Features of the design of educational websites and portals: artistic and figurative means of expression]* : dys. doktora filosofii za spetsialnistiu 022 – Dyzain. Kharkivska derzhavna akademiia dyzainu i mystetstv, Ministerstvo osvity i nauky Ukrainy. Kharkiv. 226 s. [in Ukrainian].
5. Mulokkhainen V. A., Fenno Ye. V. (2026) *Pryntsypy formuvannia korystuvatskoho dosvidu v UI/UX-dyzaini tsyfrovyykh turystychnykh platform [Principles of shaping user experience in UI/UX design of digital travel platforms]. Teoriia ta praktyka dyzainu*. 1 (39). 330–337. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2026.39.33> [in Ukrainian].
6. Pryshchenko S. V. (2020) *Vizualna semantika i khudozhnia obraznist plakata. Kultura i suchasnist. [Visual semantics and artistic imagery of the poster]*. 1. 97–103. [in Ukrainian].
7. Salyha P. (2024) *Vplyv tsyfrovoy nestabilnosti na doslidzhennia dyzainu interfeisiv [The impact of digital instability on interface design research]. Demіurh: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 7(2). 289–302. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.7.2.2024.315463> [in Ukrainian].
8. Selivanov I. (2025). *Infohrafika u komunikativnomu dyzaini veb-saitu [Infographics in website communication design]* : dys. doktora filosofii za spetsialnistiu 022 – Dyzain. Natsionalnyi universytet «Lvivska politekhnikha», Ministerstvo osvity i nauky Ukrainy. Lviv. 315 s. [in Ukrainian].
9. Aldrees A., Gračanin D. (2023) *UX in e-government services for citizens: A systematic literature review. Journal of User Experience*. (18) 3. 133–169. .
10. Barnard M. (2025) *Graphic design as communication*. London : Routledge. 201 p. .
11. Barthes R. (1972) *Mythologies* / transl. A. Lavers. New York : Hill and Wang. 158 p. .
12. Barthes R. (1977) *Rhetoric of the image. Image, music, text* / transl. S. Heath. London : Fontana/Collins. 32–51. .
13. Buchanan R. (1989) *Declaration by design: Rhetoric, argument, and demonstration in design practice. Design Discourse: History, Theory, Criticism* / ed. V. Margolin. Chicago : University of Chicago Press. 91–109.
14. De Saussure F. (1974) *Course in general linguistics* / transl. W. Baskin. London : Fontana/Collins. 240 p.
15. Eco U. (1979) *A theory of semiotics*. Bloomington : Indiana University Press. 354 p.

16. Fogg B. J., Marshall J., Laraki O., Osipovich A., Varma C., Fang N., Treinen M. (2001) What makes a web site credible? A report on a large quantitative study. Proceedings of ACM CHI 2001. New York : ACM Press. 61–68.
17. Fogg B. J., Kameda T., Boyd J., Marshall J., Sethi R., Sockol M., Trowbridge T. (2002) Stanford-Makovsky web credibility study 2002: Investigating what makes web sites credible today. Stanford : Stanford Persuasive Technology Lab & Makovsky & Company. Retrieved from: <https://credibility.stanford.edu/pdf/Stanford-MakovskyWebCredStudy2002-prelim.pdf>
18. Kress G., van Leeuwen T. (1996) Reading images: The grammar of visual design. London : Routledge. 312 p.
19. Lupton E. (2004) Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors, and students. New York : Princeton Architectural Press. 176 p.
20. Müller-Brockmann J. (1981) Grid systems in graphic design / Rastersysteme für die visuelle Gestaltung. Sulgen : Niggli. 176 p.
21. Norman D. (2004) Emotional design: Why we love (or hate) everyday things. New York : Basic Books. 257 p.
22. Peirce C. S. (1955) Logic as semiotic: The theory of signs. Philosophical writings of Peirce / ed. J. Buchler. New York : Dover. 98–119.
23. Tractinsky N. (1997) Aesthetics and apparent usability: Empirically assessing cultural and methodological issues. Proceedings of ACM CHI 97. New York : ACM Press. 115–122.
24. Vihma S. (2010) On actual semantic and aesthetic interaction with design objects. MEI: Objets & Communication. 30–31. 197–208.

Дата першого надходження статті до видання: 30.04.2026

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)

