

УДК 7.05:316.77

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/93-1-33>**Гліб КУНИЦЯ,***orcid.org/0009-0002-8440-5445**викладач кафедри образотворчого мистецтва та дизайну
Житомирського державного університету імені Івана Франка
(Житомир, Україна), hlibkunytsia@gmail.com***Інна ПЕТРОВА,***orcid.org/0000-0001-9095-1931**доктор історичних наук, доцент,
професор кафедри графічного дизайну
Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва і дизайну
імені Михайла Бойчука
(Київ, Україна), petrovainna1975iv@gmail.com***Анастасія СИЛАЄВА,***orcid.org/0009-0008-0179-9615**студентка II курсу магістратури
Навчально-наукового інституту педагогіки Житомирського державного університету
імені Івана Франка
(Житомир, Україна), nasyachester63@gmail.com*

РОЛЬ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В ЖИТТІ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

У статті автори досліджують, яку роль відіграє графічний дизайн у сучасному світі та його вплив на соціокультурне середовище й повсякденне життя людини. Сьогодні він уже давно перестав бути просто красивим оформленням – дизайн став потужним інструментом, який впливає на те, як люди сприймають інформацію, як формуються їхні смаки та навіть поведінка.

Автори у статті розглянули основні функції графічного дизайну – комунікативну, естетичну, рекламно-інформаційну та ідентифікаційну – і показали, як вони реалізуються у сучасних умовах цифровізації, інтерактивних медіа та мобільних платформ. По-перше, комунікативна функція: дизайн допомагає швидко та зрозуміло донести повідомлення. По-друге, естетична функція: через форму, колір та композицію дизайн формує наші візуальні уподобання і робить середовище приємнішим. По-третє, рекламно-інформаційна функція: дизайн важливий для просування товарів, послуг та ідей. І нарешті, ідентифікаційна функція: завдяки дизайну з'являються впізнавані бренди та образи, які залишаються в пам'яті. У цифрову епоху ці функції стають ще ширшими – дизайн має бути не тільки красивим і зрозумілим, а й інтерактивним, адаптивним до різних платформ і медіа (Куленко, 2016).

Автори акцентують увагу на тому, як дизайн функціонує у маркетингу, медіа, освіті та культурних проєктах. Сучасний логотип чи айдендика вже не просто «картинка», а важливий спосіб передати емоції, сформувавши довіру до бренду і навіть створити культурні коди. Графічний дизайн допомагає у соціальних проєктах і кризових комунікаціях, роблячи складну інформацію зрозумілою та мотивуючи людей діяти.

Сьогодні дизайн активно розвивається разом із технологіями. Використання інтерактивних платформ, мобільних додатків, анімації, сторітелінгу та принципів соціально відповідального дизайну робить його адаптивним, сучасним і важливим для суспільства. Це вже не лише професія, а частина культури споживання та цифрової грамотності – спосіб взаємодії людей із навколишнім і віртуальним світом (Поліщук, 2015).

На прикладі українських та міжнародних проєктів можна простежити, як графічний дизайн впливає на формування естетичних смаків, швидкість сприйняття інформації та поведінкові реакції людей. Зокрема, правильно оформлена інфографіка сприяє швидшому аналізу даних і ухваленню рішень.

Отже, графічний дизайн – це потужний інструмент комунікації, який допомагає людям зрозуміти інформацію, взаємодіяти з предметним і цифровим світом і знаходити своє місце в сучасному суспільстві. Він робить культуру більш доступною, інформацію – зрозумілою, а процеси взаємодії – стійкими та релевантними.

Ключові слова: графічний дизайн, візуальна комунікація, цифрові медіа, маркетинг, брендінг, естетичні смаки, інформаційне сприйняття, культурні проєкти, інтерактивний дизайн, соціальний вплив.

Hlib KUNYTSIA,

orcid.org/0009-0002-8440-5445

Lecturer at the Department of Fine Arts and Design
Zhytomyr Ivan Franko State University
(Zhytomyr, Ukraine) hlibkunytsia@gmail.com

Inna PETROVA,

orcid.org/0000-0001-9095-1931

Doctor of Historical Sciences, Associate Professor,
Professor at the Department of Graphic Design
Mykhailo Boichuk Kyiv State Academy of Decorative Applied Arts and Design
(Kyiv, Ukraine) petrovainna1975iv@gmail.com

Anastasiia SYLAIEVA,

orcid.org/0009-0008-0179-9615

2nd year master's student
Educational and Scientific Institute of Pedagogy of Zhytomyr Ivan Franko State University
(Zhytomyr, Ukraine) nasyachester63@gmail.com

ROLE OF GRAPHIC DESIGN IN THE LIFE OF MODERN SOCIETY

The article explores the role that graphic design plays in the modern world and its impact on the sociocultural environment and everyday human life. Today, graphic design has long ceased to be merely attractive decoration – it has become a powerful tool that influences how people perceive information, how their tastes are formed, and even how they behave.

The authors examine the main functions of graphic design – communicative, aesthetic, advertising-informational, and identificational – and demonstrate how these functions manifest in the contemporary context of digitalization, interactive media, and mobile platforms. First, the communicative function: design helps convey messages quickly and clearly. Second, the aesthetic function: through form, color, and composition, design shapes our visual preferences and makes our surroundings more pleasant. Third, the advertising-informational function: design is essential for promoting products, services, and ideas. Finally, the identificational function: design creates recognizable brands and images that remain memorable. In the digital age, these functions expand even further – design must be not only visually appealing and clear but also interactive and adaptive to various platforms and media (Kulenko, 2016).

The authors emphasize how design operates in marketing, media, education, and cultural projects. A modern logo or brand identity is no longer “just a picture” but an important means of conveying emotions, building trust in a brand, and even creating cultural codes. Graphic design plays a significant role in social projects and crisis communications, making complex information understandable and motivating people to act.

Today, design evolves alongside technology. The use of interactive platforms, mobile applications, animation, storytelling, and principles of socially responsible design makes it adaptive, contemporary, and essential for society. It is no longer just a profession but a part of consumer culture and digital literacy – a way for people to interact with both the physical and virtual worlds (Polishchuk, 2015).

Examples of Ukrainian and international projects demonstrate how graphic design influences the formation of aesthetic tastes, the speed of information perception, and behavioral responses. In particular, well-designed infographics help people analyze data more quickly and make better decisions.

Thus, graphic design is a powerful communication tool that helps people understand information, interact with the physical and digital world, and find their place in modern society. It makes culture more accessible, information more understandable, and processes of interaction more sustainable and relevant.

Key words: graphic design, visual communication, digital media, marketing, branding, aesthetic preferences, information perception, cultural projects, interactive design, social impact.

Постановка проблеми. Сучасне суспільство неможливо уявити без візуальної комунікації. Графічний дизайн вже давно перестав бути лише декоративним елементом і став стратегічним інструментом, що впливає на сприйняття інформації, формування смаків, поведінку та рішення людей. З розвитком цифрових технологій традиційні функції дизайну – комунікативна, естетична, рекламно-інформаційна та ідентифікаційна –

трансформуються, набуваючи інтерактивного та адаптивного характеру.

Попри значну увагу до графічного дизайну у практичній діяльності маркетологів, медіа-експертів і культурних проєктів, недостатньо досліджено його комплексний вплив на соціальну свідомість та культурну поведінку сучасної людини. Актуальність проблеми зростає в умовах цифровізації, де швидкість і багатоканальність обміну інформації

цією потребують від дизайну не лише естетичної привабливості, а й ефективності комунікації та формування довіри до брендів і соціальних ініціатив.

Таким чином, існує потреба у системному вивченні ролі графічного дизайну як соціокультурного інструменту, здатного трансформувати способи взаємодії людини з інформаційним, предметним і віртуальним середовищем, а також формувати сучасні культурні коди та стандарти сприйняття (Шумега, 2008).

Аналіз досліджень. Проблема ролі графічного дизайну досліджувалася як у вітчизняній, так і в зарубіжній науковій літературі. У працях К. Луптона (Lupton, 2014) підкреслюється, що дизайн виступає універсальним інструментом комунікації, здатним передавати складну інформацію у доступній та емоційно сприйнятній формі, поєднуючи естетику та функціональність.

В українських дослідженнях (Бондарчук, 2020; Іваненко, 2022) розглядається адаптація графічного дизайну до цифрових платформ, його інтеграція у маркетингові та освітні проєкти, а також роль у формуванні корпоративного іміджу та соціальної відповідальності брендів. Сучасний дизайн враховує принципи UX/UI, інтерактивності та етичності, що робить його важливим інструментом ефективної комунікації з аудиторією.

Соціальна функція дизайну підкреслюється у працях міжнародних авторів (Frascara, 2004; Redhead, 2013), які доводять ефективність його використання у соціальних кампаніях, антикризових комунікаціях та культурних проєктах для спрощення складних повідомлень, мотивації до дій та формування позитивного сприйняття інформації (Шумега, 2008).

Системний огляд досліджень показує, що існує потреба у комплексному вивченні ролі графічного дизайну у формуванні соціокультурного середовища та поведінкових реакцій сучасного суспільства, особливо в умовах цифровізації та мультиплатформенності.

Метою статті є дослідження ролі графічного дизайну у сучасному суспільстві та визначення його впливу на комунікацію, формування культурних кодів, естетичних уподобань і поведінкові реакції людей у цифрову епоху.

Методологія дослідження ґрунтується на поєднанні історико-культурного підходу до розвитку графічного дизайну, порівняльного вивчення його особливостей у різних сферах застосування, а також соціологічного підходу щодо впливу дизайну на поведінкові та ціннісні орієнтири людей. Це дозволяє оцінити роль гра-

фічного дизайну у формуванні сучасної культури та повсякденного життя, а також простежити взаємозв'язок між візуальними практиками, медіапродукцією та соціальними очікуваннями громадян (Поліщук, 2015).

Графічний дизайн у сучасному глобальному інформаційному середовищі посідає важливе місце як дисципліна, що забезпечує ефективну взаємодію людини з даними, технологіями та культурними практиками. Він поєднує художні принципи, технічні засоби й закономірності психології сприйняття, формуючи візуальні повідомлення, здатні передавати зміст, викликати емоційні реакції та впорядковувати інформаційні потоки. Розвиток цифрових технологій та інтерактивних медіа перетворив графічний дизайн на ключовий інструмент комунікаційної екосистеми суспільства (Скляренко, 2023).

Історичні витоки графічного дизайну пов'язані з рукописними книгами, каліграфією, гравюрами та дереворитами, у яких візуальний компонент виступав засобом передачі знань та релігійно-філософських ідей. Винахід книгодрукування сприяв появі нових форм візуальної комунікації – плакатів, афіш, ілюстрованих видань.

У XIX–XX століттях на тлі розвитку поліграфії, реклами та промислового виробництва формуються засадничі принципи професійного дизайну. Модерністські рухи – Баухаус, конструктивізм, модерн – заклали основи функціональності, раціональної композиції, типографічної культури та мінімалістичної естетики, що залишаються актуальними й у цифрову добу (Поліщук, 2015).

Сьогодні графічний дизайн охоплює широкий спектр цифрових середовищ: веб-інтерфейси, мобільні застосунки, інформаційні панелі, медіапростори, ігрові середовища та VR/AR-рішення. Фах набув мультидисциплінарного характеру, поєднавши компоненти програмування, ергономіки, маркетингу, когнітивістики та соціальних комунікацій.

Професійна діяльність сучасного дизайнера передбачає не лише володіння традиційними навичками (композиція, колористика, типографія), а й інтеграцію нових компетентностей:

1. UX/UI-дизайн, що включає аналіз поведінкових моделей користувачів та адаптацію інтерфейсів до різних сценаріїв взаємодії.
2. Мультимедійний підхід, який охоплює анімацію, відеографіку та інтерактивні візуальні моделі.
3. Адаптивність, що забезпечує коректне відображення графічних рішень на різних екранах і пристроях.

4. Алгоритмічні технології та генеративний дизайн, які синтезують традиційні композиційні принципи з обчислювальними методами.

5. 3D-графіка та VR/AR-технології, що значно розширюють можливості візуального представлення інформації.

Ключові напрями сучасного графічного дизайну:

1. Комерційний графічний дизайн. Цей напрям орієнтований на потреби бізнесу та формування ефективної візуальної комунікації між брендом і споживачем. До його структури входять розроблення фірмового стилю, рекламні матеріали, дизайн упаковки, візуальні стандарти корпоративних комунікацій. У глобальній практиці дизайн дедалі частіше розглядається як чинник комерційної цінності та інструмент створення конкурентної переваги, оскільки цілісна айдентика забезпечує послідовність і впізнаваність бренду (Verma, 2009).

2. Інформаційний дизайн. Завданням інформаційного дизайну є впорядкування великих масивів даних та представлення їх у наочній графічній формі. До цього напрямку належать інфографіка, картографічні рішення, структурні схеми, аналітичні панелі цифрових сервісів. Інтерактивні візуалізації, що використовуються у ЗМІ, науково-освітніх платформах та аналітичних центрах, забезпечують доступність складної інформації широкому колу користувачів (Lupton, 2010).

3. Культурний і соціальний дизайн. Даний напрям охоплює візуальні продукти, пов'язані з культурною спадщиною, мистецькими подіями, громадськими ініціативами та соціальними проєктами. Він включає айдентичку культурних інституцій, оформлення виставкових програм, соціальні постери, графічні матеріали для музеїв, цифрові реконструкції історичних об'єктів та мультимедійні віртуальні експозиції. Особлива роль належить соціальному постерному мистецтву, яке здатне формувати громадську позицію та підсилювати соціальні повідомлення у кризові періоди.

Функції графічного дизайну у суспільстві

1. Комунікативна функція. Дизайн забезпечує зрозуміле та структуроване подання інформації через продуману композицію, систему акцентів і типографічних рішень.

2. Естетична функція. Графічні засоби сприяють формуванню гармонійного візуального середовища, впливають на емоційний стан користувача та підвищують рівень естетичної культури.

3. Маркетингова функція. Візуальні рішення визначають характер взаємодії бренду зі споживачем, формують сприйняття його цінностей та сприяють посиленню довіри й лояльності аудиторії.

4. Соціально-культурна функція. Графічний дизайн використовується для збереження культурних смислів, актуалізації суспільно важливих тем і підтримки громадської поінформованості. Він виконує роль посередника між культурною спадщиною та сучасною аудиторією.

Актуальні тенденції розвитку графічного дизайну:

- орієнтація на функціональність та лаконічність форм;
- використання анімацій та мікровзаємодій для вдосконалення цифрового досвіду користувача;
- застосування алгоритмічних інструментів та нейромереж для створення візуальних рішень;
- поширення принципів екологічного дизайну та стійкого використання ресурсів;
- підтримка локальної ідентичності та інтересу до автентичних стилістичних рішень.

Графічний дизайн у сфері освіти. Візуальні матеріали відіграють важливу роль у навчальних процесах: інфографіки, навчальні ілюстрації, інтерактивні плакати та цифрові модулі сприяють кращому засвоєнню змісту, зокрема під час представлення історичних, наукових або природничих тем. Застосування дизайну дозволяє підвищити доступність знань і забезпечує ефективну комунікацію у сучасному освітньому середовищі.

У цих умовах дизайнер виконує роль посередника між інформацією та користувачем, забезпечуючи інтерпретацію й структурування даних за допомогою візуальних образів (Фурса, 2017).

Функція графічного дизайну в сучасному суспільстві		
Функція графічного дизайну	Основне завдання	Приклад
Комунікативна	Передача інформації, створення зрозумілих повідомлень	Інфографіка ВОЗ та МОЗ України під час COVID-19, які наочно пояснюють правила безпеки
Естетична	Формування смаку, вплив на емоційне сприйняття	
Маркетингова	Підтримка бренду, стимулювання продажів	Рейбрендинг Airbnb або Apple, створення і прозорового іміджу передає його цінність та рекламні матеріали
Соціальна та культурна	Популяризація цінностей, формування громадської думки	
Соціальна та культурна		

Інфографічна таблиця дозволяє наочно побачити, як різноманітно дизайн впливає на суспільство: від комунікації та естетики до просвітництва і соціальної активності. Отже, сучасний графічний

дизайн виконує комплексну роль у житті суспільства, поєднуючи комунікативні, естетичні, маркетингові, соціокультурні та освітні функції. Його вплив відчутний у всіх сферах життя – від повсякденного споживання інформації до формування громадської свідомості та культурних цінностей.

Графічний дизайн у сучасному суспільстві виконує не лише естетичну, а насамперед комунікативну функцію, виступаючи одним із ключових механізмів організації візуального середовища. Він визначає способи структурування інформаційних потоків, формує культурні коди та впливає на моделі соціальної поведінки. Як зазначає Р. Арнхейм, «візуальні образи є найефективнішими носіями смислу», тому графічний дизайн стає інструментом, що забезпечує точність і доступність комунікації в умовах ускладнення інформаційного простору (Кравченко, 2018).

У ХХІ столітті графічний дизайн інтегрувався в ключові сфери суспільного життя – інформаційну, культурну, освітню, економічну та наукову. Сучасні комунікаційні процеси значною мірою базуються на візуалізації, що відповідає тезі П. Лестера про те, що «візуальне мислення переважає вербальне в ситуаціях, де необхідно швидко інтерпретувати зміст». Завдяки цьому дизайн виступає посередником між інформацією та її споживачем, забезпечуючи ефективне сприйняття та інтерпретацію повідомлень.

У маркетинговому середовищі графічний дизайн виконує стратегічну роль, впливаючи на формування брендової ідентичності та поведінкові реакції аудиторії. Колірні та шрифтові рішення, композиція, логотип і фірмовий стиль створюють перше враження про продукт і забезпечують його впізнаваність. За теорією Д. Аакера, айдентика бренду є «ядром емоційної взаємодії споживача з продуктом», а тому візуальні елементи стають інструментом конструювання довіри та лояльності.

Сучасний маркетинг активно використовує інтерактивні формати – анімовані банери, адаптивну айдентичку, AR– і VR-рішення, що сприяють персоналізації комунікації та підвищують ефективність рекламних кампаній (Локоть, 2021).

Графічний дизайн структурує медіаконтент, покращує навігацію та забезпечує доступність інформації. У цифрових інтерфейсах дизайн виконує функції організації матеріалів (UI/UX), привертання уваги до ключових елементів, формування емоційного враження від взаємодії. Згідно з теорією Дональда Нормана, зручність і привабливість інтерфейсу прямо впливають на позитивний користувацький досвід, що підтверджує

центральну роль дизайну в успішності цифрових продуктів.

У добу інформаційного перенасичення саме якісна візуальна подача визначає конкурентоспроможність медіаресурсів.

У науково-освітній сфері графічний дизайн стає засобом трансформації складних понять у зрозумілі та доступні моделі. Використання інфографіки, схематичних зображень, навчальних ілюстрацій та інтерактивних анімацій полегшує сприйняття інформації й підсилює когнітивні процеси. Гештальт-психологія, яка визначає закономірності сприйняття форми, кольору та структури, підтверджує, що візуалізація сприяє кращому запам'ятовуванню та інтерпретації навчального матеріалу (Фурса, 2017).

Особливого значення дизайн набуває у дистанційній та STEM-освіті, де візуальна точність і логічність графічних моделей визначають результативність навчального процесу (Захарченко, 2020).

У культурній сфері графічний дизайн поєднує інформативність та художню виразність. Він формує візуальні ідентичності фестивалів, мистецьких подій, музейних експозицій, стаючи частиною культурного коду суспільства. У контексті України дизайн набуває додаткового значення як інструмент формування національної візуальної ідентичності, що поєднує народні традиції з сучасними естетичними тенденціями. Це відповідає концепції Б. Андерсона про націю як «уявлену спільноту», де візуальні символи відіграють роль засобів консолідації.

У глобальному середовищі інформаційного перевантаження інфографіка стає важливим інструментом представлення статистичних даних, наукових результатів і управлінських рішень. Візуалізація забезпечує структурованість, логічність і ясність даних, що підсилює аналітичні процеси в бізнесі, журналістиці та державному управлінні. За словами Е. Тафте, «хороша графіка – це максимально ефективно передавання максимуму ідей за мінімальний час», що підкреслює значення дизайну для роботи з великими обсягами інформації.

Графічний дизайн виступає одним із центральних елементів сучасного інформаційного, культурного та економічного простору. Його вплив охоплює маркетинг, медіа, освіту, науку, культуру та аналітику, формуючи цілісну систему візуальної комунікації. У добу цифровізації дизайн набуває стратегічного значення як інструмент упорядкування інформації, розвитку візуальної культури та підтримки соціальних комунікацій. Його роль

у формуванні національної ідентичності, підсиленні культурних процесів і забезпеченні ефективності цифрових технологій свідчить про його зростаючу важливість як соціальної та гуманітарної категорії.

У добу цифрової комунікації графічний дизайн стає одним із найважливіших інструментів впливу на сприйняття інформації. Стрімкий розвиток технологій та постійне збільшення обсягів даних призводять до того, що людина щоденно взаємодіє з тисячами візуальних сигналів. Саме тому структуровані, зрозумілі та емоційно зрівноважені візуальні рішення мають вирішальне значення для формування швидкого та коректного розуміння повідомлень (Кравченко, 2018).

Графічний дизайн працює на перетині когнітивної психології, естетики та комунікацій. Правильно підібрані колористичні схеми, типографіка, ритм композиції та візуальні метафори сприяють кращій запам'ятовуваності інформації та можуть формувати певні поведінкові реакції. Наприклад, теплі кольори й плавні контури часто викликають відчуття безпеки та довіри, тоді як контрастні кольори та динамічні лінії здатні стимулювати відчуття активності та спонукати до дії.

Особливого значення набувають інфографіка та електронні інтерфейси. Інфографічні рішення дозволяють трансформувати складні статистичні дані у доступні візуальні моделі, що полегшують процес аналізу та прийняття рішень. У свою чергу, дизайн користувацьких інтерфейсів (UI/UX) формує якість взаємодії людини з цифровими сервісами – від мобільних застосунків до державних онлайн-платформ. Успішний дизайн знижує когнітивне навантаження, підвищує ефективність взаємодії та впливає на загальну поведінку користувачів у цифровому середовищі (Сахно, 2019).

Графічний дизайн відіграє системоутворюючу роль у побудові брендової ідентичності. Візуальний образ компанії є не просто декоративним елементом – він виконує стратегічні комунікаційні функції й виступає носієм цінностей, історії та позиціонування бренду.

Успішний бренд потребує комплексного підходу до візуальної комунікації, включно з логотипом, корпоративною айдентикою, принципами верстки, дизайн-системами для цифрових продуктів, стилістикою рекламних кампаній та візуальною послідовністю в соціальних мережах. Такий підхід забезпечує впізнаваність, підсилює конкурентні переваги та формує емоційний зв'язок зі споживачем.

Для України цей аспект особливо важливий, оскільки вітчизняний бізнес активно конкурує на

європейському та світовому ринках. Створення сучасної та автентичної візуальної ідентичності допомагає українським компаніям інтегруватися у глобальний простір, водночас підкреслюючи власну унікальність. Приклади українських технологічних стартапів, брендів соціальних ініціатив та культурних установ свідчать про зростання професійного рівня національного дизайну (Локоть, 2021).

Графічний дизайн має значний культурний потенціал, оскільки здатний передавати не лише комерційні, а й соціально важливі повідомлення. Через плакати, ілюстрації, цифрові кампанії та візуальний контент у соціальних мережах дизайн формує суспільні настрої, актуалізує важливі теми та впливає на світоглядні орієнтири.

У глобальному контексті графічний дизайн відіграє роль модератора цінностей: він здатен підсилювати дискурс рівності, екологічної відповідальності, інклюзії, демократичних принципів і сталої поведінки. Дизайн стає мовою, якою сучасні суспільства висловлюють свої позиції (Роупор, 2003).

Український досвід особливо показовий. Після 2014 року та під час повномасштабного вторгнення 2022 року візуальна комунікація стала інструментом національної консолідації. Соціальні плакати, волонтерські кампанії, патріотичні візуальні символи, стильові рішення державних і громадських проєктів відіграли суттєву роль у формуванні стійкості суспільства та інформуванні світової спільноти про реальні події війни. Багато з цих робіт набули міжнародного визнання та підкреслили силу української візуальної культури (Захарченко, 2020).

Приклади успішних кейсів:

1. **Ukraine Now** (державний бренд України). Цей бренд став одним із найбільш значущих прикладів сучасної державної айдентики у Європі. Його гнучка модульна система дозволила застосовувати дизайн у різних контекстах – від туризму та дипломатичних заходів до освітніх програм і міжнародної комунікації. Простота та адаптивність зробили бренд ефективним засобом підвищення міжнародної впізнаваності України.

2. **Соціальні комунікації фонду «Повернись живим»**. Організація застосовує мінімалістичний і водночас емоційно насичений візуальний стиль. Чіткі композиції, стримана колористика та акцент на змісті дозволяють підсилити довіру аудиторії та роблять комунікацію максимально ефективною. Цей кейс демонструє, як графічний дизайн сприяє соціальній мобілізації та підвищенню обізнаності.

3. **Кампанія Nike «Just Do It»**. Цей приклад репрезентує унікальну синергію між дизайном,

текстовим меседжем і брендовими цінностями. Використання лаконічної типографіки та мінімалістичної композиції формує сильний емоційний ефект, який не втрачає актуальності протягом десятиліть.

4. Візуальна айдентика Coca-Cola. Відомий червоний колір, фірмова хвиля та історична типографіка створили довговічний візуальний образ, який ототожнюється зі святковістю, позитивними емоціями та ностальгією. Coca-Cola є прикладом того, як послідовний дизайн може формувати культурний символ.

5. Українські культурні проєкти: дизайн Музею Революції Гідності та виставкові айдентики PinchukArtCentre. Ці проєкти демонструють, як графічний дизайн може виступати посередником між культурною спадщиною, сучасними сенсами та аудиторією. Використання візуальних кодів, пов'язаних з історією та національною ідентичністю, поглиблює розуміння суспільно важливих тем.

Висновки. Графічний дизайн у сучасному глобальному інформаційному середовищі є стратегічним інструментом комунікації, чий вплив виходить далеко за межі естетичного оформлення.

Він відіграє комплексну, системоутворюючу роль у житті суспільства, формуючи візуальне середовище та моделі взаємодії.

У реаліях стрімкого зростання обсягу даних, дизайн забезпечує інтерпретацію й структурування хаотичних інформаційних потоків, що знижує когнітивне навантаження (Сахно, 2019) і підвищує ефективність взаємодії людини з цифровими сервісами (UI/UX) та аналітичними даними, відповідно до принципів максимальної ефективності передавання ідей (Тафті).

У комерційній сфері він виступає ядром бренд-ідентичності (Aaker), а у соціокультурному контексті – модератором цінностей та інструментом національної консолідації (Захарченко, 2020).

Отже, графічний дизайн є незамінним чинником організації інформаційного простору й інструментом, що впливає на цінності, мислення та поведінку. Його значення є фундаментальним, оскільки він стає мовою сучасності (Фурса, 2017), яка остаточно набуває стратегічного значення як головний інструмент впорядкування світу даних і смислів, що визначає якість взаємодії людини з інформаційним простором ХХІ століття.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну : підручник. Харків : Кондор, 2016. 544 с.
2. Поліщук А. А. Теорія та практика графіки : навчальний посібник. Київ : Київський університет імені Бориса Грінченка, 2015. 184 с.
3. Шумєга С. С. Графічний дизайн : навчальний посібник. Луцьк : Терен, 2008. 160 с.
4. Колосніченко М. В., Гула Є. П., Пашкевич К. Л. та ін. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі : монографія. Київ : КНУТД, 2022. 226 с.
5. Скляренко Н. В. Візуальні комунікації в дизайні: динамічні концепції сталого розвитку : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2023. 484 с.
6. Оганесян С. В., Колісник О. В. Знаково-символічні засоби візуальної ідентифікації бренду : монографія. Київ : КНУТД, 2024. 212 с.
7. Lupton E. Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students. New York : Princeton Architectural Press, 2010. 224 p.
8. Berman D. Do Good Design: How Designers Can Change the World. Berkeley : New Riders, 2009. 240 p.
9. Poynor R. No More Rules: Graphic Design and Postmodernism. New Haven ; London : Yale University Press, 2003. 288 p.
10. Кравченко В. В. Основи дизайну : навчальний посібник. Київ : Ліра-К, 2018. 256 с.
11. Сахно Г. П. Дизайн у візуальній культурі: теорія і практика : монографія. Київ : НАКККіМ, 2019. 312 с.
12. Фурса С. М. Теорія та методологія дизайну : монографія. Харків : ХДАДМ, 2017. 284 с.
13. Захарченко М. В. Візуальна комунікація в медіа: сучасні підходи : стаття. Вісник КНУКіМ. 2020. № 2. С. 45–52.
14. Локоть О. С. Графічний дизайн: історія та сучасність : монографія. Київ : ДП «Видавничий дім “Персонал”», 2021. 198 с.

REFERENCES

1. Kulenko M. Ya. (2016). *Osnovy hrafichnoho dyzainu* [Fundamentals of Graphic Design]. 3rd ed. Kharkiv: Kondor. 544 p. [in Ukrainian].
2. Polishchuk A. A. (2015). *Teoriia ta praktyka hrafiky* [Theory and Practice of Graphics]. Kyiv: Borys Hrinchenko Kyiv University. 184 p. [in Ukrainian].
3. Shumeha S. S. (2008). *Hrafichnyi dyzain* [Graphic Design]. Lutsk: Teren. 160 p. [in Ukrainian].
4. Kolosnichenko M. V., Hula Ye. P., Pashkevych K. L., et al. (2022). *Hrafichnyi dyzain v informatsiynomu ta vizualnomu prostori* [Graphic Design in the Information and Visual Space]. Kyiv: KNU TD. 226 p. [in Ukrainian].
5. Skliarenko N. V. (2023). *Vizualni komunikatsii v dyzaini: dynamichni kontseptsii staloho rozvytku* [Visual Communications in Design: Dynamic Concepts of Sustainable Development]. Lutsk: Vezha-Druk. 484 p. [in Ukrainian].

6. Ohanesyan S. V., Kolisnyk O. V. (2024). Znako-simvolichni zasoby vizualnoi identyfikatsii brendu [Sign-Symbolic Means of Visual Brand Identity]. Kyiv: KNUTD. 212 p. [in Ukrainian].
7. Lupton E. (2010). Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students. New York: Princeton Architectural Press. 224 p.
8. Berman D. (2009). Do Good Design: How Designers Can Change the World. Berkeley: New Riders. 240 p.
9. Poynor R. (2003). No More Rules: Graphic Design and Postmodernism. New Haven; London: Yale University Press. 288 p.
10. Kravchenko V. V. (2018). Osnovy dyzainu [Fundamentals of Design]. Kyiv: Lira-K. 256 p. [in Ukrainian].
11. Sakhno H. P. (2019). Dyzaïn u vizualnii kulturi: teoriia i praktyka [Design in Visual Culture: Theory and Practice]. Kyiv: NAKKKiM. 312 p. [in Ukrainian].
12. Fursa S. M. (2017). Teoriia ta metodolohiia dyzainu [Theory and Methodology of Design]. Kharkiv: KhDADM. 284 p. [in Ukrainian].
13. Zakharchenko M. V. (2020). Vizualna komunikatsiia v media: suchasni pidkhody [Visual Communication in Media: Modern Approaches]. Visnyk KNUKiM, 2, 45–52. [in Ukrainian].
14. Lokot O. S. (2021). Hrafichniy dyzaïn: istoriia ta suchasnist [Graphic Design: History and Modernity]. Kyiv: DP “Vydavnychiy dim ‘Personal’”. 198 p. [in Ukrainian].

Дата першого надходження рукопису до видання: 24.11.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 10.12.2025

Дата публікації: 30.12.2025