

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

УКРАЇНСЬКА ІДЕНТИЧНІСТЬ В КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ ЄВРОПИ

Колективна монографія

За загальною редакцією:
доктора історичних наук, завідувача кафедри дизайну
Київського столичного університету імені Бориса Грінченка
В. В. Карпова

УДК 316.347(477):008(4)

У 45

Рецензенти:

Борисов В'ячеслав Вікторович – доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри дизайну і медіавиробництва ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», заслужений працівник освіти України, член Співки дизайнерів України;

Дяченко Алла Володимирівна – канд. педагогічних наук, доцентка кафедри промислового дизайну та комп'ютерних технологій, декан факультету декоративно-прикладного мистецтва Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Київського столичного університету імені Бориса Грінченка
(протокол № 8 від 18 червня 2026 року)*

У 45 **Українська ідентичність в культурному просторі Європи :**
колективна монографія / за заг. ред. В. В. Карпова. – Львів-Торунь :
Liha-Pres, 2026. – 216 с.

ISBN 978-966-397-637-2

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-637-2>

У монографії презентовано теоретичні та практичні матеріали, напрацьовані педагогами-науковцями і дизайнерами-практиками. Докладно аналізуються поняття і особливості формування національної ідентичності в дизайні та її презентації в європейському культурному просторі.

Видання може бути корисним та цікавим науковцям, викладачам, аспірантам, діяльність яких пов'язана з педагогічною освітою, а також – широкій педагогічній спільноті.

УДК 629.7(477):005.591.3-021.387

ISBN 978-966-397-637-2

© Колектив авторів, 2026
© Київський столичний університет
імені Бориса Грінченка, 2026

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
КАРПОВ Віктор Васильович Надідентичність як чинник формування національної самосвідомості та вибору цивілізаційного вектору розвитку суспільства	7
ХАІБОСОЛОВ Ігор Олексійович Синтез примордіалізму та конструктивізму як методологічна основа формування ідентичності Українського культурного простору	31
МАРЧЕНКО Аліна Анатоліївна Айдентика як інструмент культурної репрезентації та трансляції національних кодів Українського дизайну в Європі	54
БРИЛЬОВ Сергій Володимирович Академічна художня школа та цифрова трансформація як основа формування ідентичності Українського дизайну в Європейському просторі	81
ЛИХОЛАТ Олена Віталіївна Український цифровий дизайн у європейському просторі: історія, ідентичність, візуальна комунікація та користувацький досвід	105
МЕЛЬНИК Мирослав Тарасович Вишиванка як складова Української національної ідентичності в Європейському культурному просторі	155
ГОЛУБ Олена Євгенівна Постчорнобильський синдром у мистецькій рефлексії	184
ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ	214

ЛИХОЛАТ Олена Віталіївна,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри дизайну,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, Київ
ORCID ID: 0000-0002-7819-0903
o.lykholat@kubg.edu.ua

УКРАЇНСЬКИЙ ЦИФРОВИЙ ДИЗАЙН У ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ПРОСТОРІ: ІСТОРІЯ, ІДЕНТИЧНІСТЬ, ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ТА КОРИСТУВАЦЬКИЙ ДОСВІД

У статті досліджено український цифровий дизайн як стратегічний інструмент формування національної ідентичності в умовах цифровізації суспільства та інтеграції України до європейського простору. Обґрунтовано, що сучасний цифровий дизайн вийшов за межі прикладної візуальної комунікації та перетворився на багатовимірну систему, у якій поєднуються технологічні інновації, культурні смисли, соціальні практики та користувацький досвід. Показано, що цифровий дизайн виступає медіатором між людиною і цифровим середовищем, впливаючи на способи сприйняття інформації, моделі комунікації та колективні уявлення про ідентичність. Проаналізовано етапи становлення цифрового дизайну в глобальному контексті – від графічних інтерфейсів користувача та раннього вебдизайну до мобільних платформ, дизайн-систем, штучного інтелекту та інтерактивних середовищ. Визначено місце України в цих процесах як активного учасника світової цифрової культури. Розкрито специфіку еволюції українського цифрового дизайну: від адаптації західних моделей у 1990-х роках до формування власної візуальної мови у 2010–2020-х роках. Особливу увагу приділено впливу IT-компаній, продуктових стартапів і креативних агенцій на становлення української цифрової ідентичності. Доведено, що кейси Grammarly, MacPaw, Reface, Ajax Systems, BetterMe, екосистема «Дія», а також успіхи українських агенцій на міжнародних конкурсах сприяли глобальній репрезентації України як держави інноваційного, доступного та культурно самобутнього дизайну. Показано роль цифрового дизайну в умовах війни як інструменту культурної дипломатії, інформаційного опору та брендингу держави.

Встановлено, що сучасна ідентичність українського цифрового дизайну формується на перетині технологічного, культурного та комунікаційного вимірів. Її ключовими рисами є системність, людиноцентричність, адаптивність, інклюзивність, глобальна конкурентоспроможність і культурна автентичність. Зроблено висновок, що український цифровий дизайн трансформувався із сервісної практики у самостійний чинник розвитку креативної економіки, цифрової державності та міжнародного іміджу держави.

Ключові слова: цифровий дизайн, український дизайн, національна ідентичність, UX/UI, цифровізація, культурна дипломатія, брендинг держави, креативні індустрії, візуальна комунікація, цифрова культура.

Olena LYKHOLAT

PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Design,
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Kyiv
o.lykholat@kubg.edu.ua

UKRAINIAN DIGITAL DESIGN IN THE EUROPEAN SPACE: HISTORY, IDENTITY, VISUAL COMMUNICATION, AND USER EXPERIENCE

The article explores Ukrainian digital design as a strategic instrument for shaping national identity within the context of societal digitalization and Ukraine's integration into the European space. It is substantiated that modern digital design has transcended the boundaries of applied visual communication, evolving into a multidimensional system that integrates technological innovations, cultural meanings, social practices, and user experience. The study demonstrates that digital design acts as a mediator between humans and the digital environment, influencing information perception, communication models, and collective representations of identity. The stages of digital design development are analyzed within a global context – from graphical user interfaces and early web design to mobile platforms, design systems, artificial intelligence, and interactive environments. Ukraine's position in these processes is defined as an active participant in global digital culture. The article reveals the specific evolution of Ukrainian digital design: from the adaptation of Western models

in the 1990s to the formation of its own visual language in the 2010s–2020s. Particular attention is paid to the influence of IT companies, product startups, and creative agencies on the emergence of a Ukrainian digital identity. It is proven that cases such as Grammarly, MacPaw, Reface, Ajax Systems, BetterMe, and the Diia ecosystem, alongside the success of Ukrainian agencies in international competitions, have contributed to the global representation of Ukraine as a state of innovative, accessible, and culturally distinctive design. The role of digital design during wartime is highlighted as a tool for cultural diplomacy, information resistance, and nation branding. The study establishes that the contemporary identity of Ukrainian digital design is formed at the intersection of technological, cultural, and communicative dimensions. Its key features include systematicity, user-centricity, adaptability, inclusivity, global competitiveness, and cultural authenticity. The article concludes that Ukrainian digital design has transformed from a service practice into an independent factor in the development of the creative economy, digital statehood, and the international image of the country.

Keywords: digital design, Ukrainian design, national identity, UX/UI, digitalization, cultural diplomacy, nation branding, creative industries, visual communication, digital culture.

Вступ. Сучасний етап розвитку суспільства характеризується глибокою цифровою трансформацією, яка охоплює всі сфери життєдіяльності людини й суспільства – економіку, освіту, медицину, культуру, мистецтво, способи соціальної взаємодії/комунікації та державне управління [1]. Мобільні застосунки, стрімінгові сервіси, SaaS-платформи, різноманітні за функціональним призначенням сайти, онлайн-освіта, електронні книги/бібліотеки/сховища тощо сьогодні є такими ж буденними елементами побуту, як електрика чи водогін. Взаємодія з екраном гаджета вже не сприймається як щось особливе. У цьому контексті цифровий дизайн трансформується з інструменту візуалізації в архітектора нашого щоденного досвіду, що формує особистісну і колективну ідентичність. Висока залежність від нього зумовлена тим, що цифровий дизайн став основним засобом реалізації базових потреб людини: від безпеки до самореалізації. Можна сказати з впевненістю, що кожен рівень піраміди Маслоу вже сьогодні має свій цифровий інтерфейс.

Важливо наголосити, що цифровий дизайн сьогодні – це не декоративне «прикрашання», а критично важливий медіатор між людиною та середовищем. Він функціонує як культурний код сучасності, що поєднує технологічний функціонал із людським досвідом, перетворюючи абстрактні цифрові процеси на зрозумілу і значущу контактну зону для сприйняття інформації, підтримання комунікації та соціальної взаємодії. Виступаючи важливим інструментом конструювання колективних цінностей і норм, цифровий дизайн впливає на те, як люди інтерпретують інформацію, взаємодіють між собою і з цифровими системами. Через уніфікацію патернів користувацької взаємодії (UX) цифровий дизайн стирає географічні кордони, створюючи спільний контекст («правила гри») і тим самим формує колективну ідентичність нового рівня, яка може виходити далеко за межі локальної/національної.

Для України, яка водночас перебуває в умовах екзистенційних викликів через повномасштабну війну та активно інтегрується до європейського соціокультурного простору, цифровий дизайн набуває значення інструменту «м'якої сили» (soft power). Він не лише забезпечує функціональність державних чи комерційних сервісів (наприклад, як відомий кейс екосистеми «Дія»), а й виступає візуальним маніфестом державної суб'єктності, що транслює українські цінності, етику та культурний код у глобальному мережевому середовищі. Сучасний український цифровий дизайн остаточно переростає межі прикладної візуальної комунікації. Він трансформується у комплексну систему, де культурні сенси, соціальні запити та технологічні інновації синтезуються в єдину платформу для репрезентації національної суб'єктності, формування новітніх державотворчих наративів, трансформації національної ідентичності [2]. У цьому вимірі цифрова сфера постає як інтелектуальний простір, де через якісний користувацький досвід та виражену візуальну мову відбувається не просто передача інформації, а глибоке відтворення національної ідентичності в межах глобального діалогу.

Особливого значення набуває питання збереження та трансформації українських культурних кодів у цифровому середовищі,

де вони інтегруються з глобальними UX/UI-практиками. У цьому процесі йдеться не про механічне перенесення традиційних форм у нові медіа (типографія, колірні моделі, орнаментальні структури, візуальні символи), а про їхнє осмислене перекодування відповідно до логіки цифрових інтерфейсів, взаємодії та поведінкових сценаріїв користувача. Це не механічне копіювання традицій, а створення гнучких систем, здатних функціонувати в адаптивному мультимодальному середовищі. У контексті європейського простору цей процес набуває додаткового виміру, оскільки український цифровий дизайн розвивається в умовах постійного діалогу між локальною автентичністю та універсальними стандартами цифрової комунікації. Європейські підходи до UX/UI – зокрема людиноцентричність, інклюзивність, доступність і етичність дизайну – стають не лише технічними орієнтирами, а й ціннісною рамкою, у межах якої відбувається формування сучасної української цифрової візуальної ідентичності.

Необхідність осмислення українського цифрового дизайну як інструменту культурної репрезентації України в європейському просторі визначає актуальність цього дослідження та водночас окреслює його теоретичну і практичну значущість. Такий підхід дозволяє розглядати цифровий дизайн не лише як засіб візуальної комунікації, а як стратегічний інструмент формування національної ідентичності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У науковому дискурсі останніх років цифровий дизайн дедалі частіше осмислюється як багатовимірний соціокультурний феномен, що виходить за межі суто прикладного інструментарію візуальної комунікації. У низці досліджень, що поєднують теорію дизайну, UX/UI-проекування, культурологію, мистецтвознавство, соціологію, соціальні комунікації, психологію, когнітивістику, економіку, менеджмент, ІТ та комп'ютерні науки, підкреслюється роль цифрового дизайну у формуванні соціальних цінностей і культурної ідентичності, що також засвідчує зміщення акценту від естетико-функціонального до соціокультурного підходу. Зокрема, у систематичному огляді літератури Ereso Nagi та Mariam Nathalea [3] доведено, що

графічний і цифровий дизайн виступають механізмом репрезентації культурних наративів і інструментом соціального впливу, здатним формувати колективні уявлення про ідентичність. У своєму дослідженні 2025 року Наталі Удріс-Бородавко [4] також доводить, що дизайн є екосистемою, яка інтегрує європейські професійні стандарти та локальні особливості, формуючи основу для розвитку національної ідентичності у глобальному середовищі й пропонує власну системну модель графічного дизайну як соціокультурного явища, що функціонує через взаємодію інституцій, професійних спільнот і культурних практик.

Продовженням означеного напряму є дослідження механізмів адаптації національної візуальної спадщини до сучасного цифрового середовища. Зокрема в іншій праці Наталі Удріс-Бородавко [5] проаналізовано потенціал українського наївного мистецтва як джерела формування актуальної візуальної мови. Авторка доводить, що наївне мистецтво, народна орнаментика та етносимволіка можуть бути переосмислені у сучасних графічних і цифрових практиках не як архаїчний декор, а як система знаків, яка здатна продукувати нові комунікаційні смисли. Особливо важливим є висновок про те, що використання етнокультурних образів у цифровому дизайні сприяє впізнаваності українських продуктів у міжнародному середовищі та формує автентичну модель культурної репрезентації. Більш раннє дослідження Наталі Удріс-Бородавко [6] розглядає дизайн як соціокультурну технологію, яка здатна не тільки закріпити зміни в українському суспільстві, але і бути вагомим маркером, за яким український соціум відрізняється від інших та буде впізнаваним у світі.

Актуальні дослідження у сфері UX/UI-дизайну акцентують на взаємозв'язку між культурною ідентичністю користувачів та особливостями цифрових інтерфейсів. Так у роботі Nguyen Duc Son [7] розглядається вплив культурних характеристик на формування рефлексивного дизайну інтерфейсів, що сприяє глибшому залученню користувачів і персоналізації досвіду. Подібну позицію підтримують дослідження Nielsen Norman Group у сфері людиноцентричного дизайну, де інтеграція культурних кодів розглядається

як чинник підвищення ефективності взаємодії користувача з цифровими продуктами та рівня довіри до них [8]. Ці та інші дослідження доводять, що невідповідність візуальної мови культурним очікуванням користувача викликає підсвідому відмову від подальшого використання продукту.

Окремий напрям становлять дослідження ролі UX/UI-дизайну у просуванні брендів. Дослідники Станіслав Самулінас і Наталя Житеньова [9] доводять, що інновації в UX/UI є ключовим чинником ефективної цифрової комунікації, оскільки вони визначають не лише функціональність, а й емоційне сприйняття цифрового продукту користувачем. Таким чином, користувацький досвід розглядається як невіддільна частина ідентичності цифрових дизайн-продуктів. Крім того, у дослідженні ефективності стратегій цифрового брендингу Наталі Радіонової та групи дослідників [10] встановлено, що цифровий дизайн є важливим інструментом підвищення конкурентоспроможності українських компаній та їх зростання на міжнародному ринку, оскільки він формує довіру та впізнаваність бренду в глобальному цифровому середовищі.

Для більш детального розкриття визначеної теми також важливим напрямом є дослідження кроскультурного (cross-cultural) дизайну, який розглядається як необхідна умова створення конкурентоспроможних цифрових продуктів у глобалізованому середовищі. У цьому контексті дослідження Jennу Shen [11] підкреслює, що культурні відмінності впливають на сприйняття кольору, типографії, навігаційних патернів та загальної структури інтерфейсів. Це підтверджує тезу про те, що цифровий дизайн є простором взаємодії локального та глобального, у якому відбувається адаптація універсальних дизайнерських рішень до специфіки окремих культур і навпаки.

Орієнтація на універсальні стандарти (бути зрозумілим усім) часто вступає у суперечність із завданням автентичної репрезентації національної ідентичності (бути собою), виступаючи певним обмежувальним чинником для просування унікального візуального коду країни на міжнародному ринку. У контексті глобалізації та європейської інтеграції українського дизайну важливими

є саме ті дослідження, які присвячені співвідношенню локального та глобального. Для ефективного відображення національної ідентичності та її успішної презентації у світовому просторі Наталя Удріс-Бородавко пропонує шлях усвідомленого дизайн-проекування, що базується на моделі «глокального дизайну» [12]. У межах цього підходу «глокалізація» постає не просто як адаптація, а як динамічний процес «заломлення» глобальної технологічної та естетичної хвилі крізь призму локального контексту. На думку авторки, локальний дизайн перестає бути лише рецепієнтом західних зразків. Він стає активним суб'єктом, який повертає у світовий контекст автентичні культурні коди, що сформовані дизайнерською мовою та переосмислені через сучасні цифрові інструменти й технології і є зрозумілими у європейському контексті. Таке «зворотне відбиття» забезпечує не лише впізнаваність локального дизайну, а й робить світову візуальну культуру більш багатогранною та інклюзивною.

Окремий корпус досліджень присвячений використанню цифрового дизайну як інструменту збереження та популяризації культурної спадщини. Наприклад, у роботі Kittichai Kasemsarn та ін. [13] розглядається поєднання цифрового сторітелінгу та інклюзивного дизайну як засобу репрезентації культурного досвіду в туристичних і культурних платформах. Аналогічно до цього, дослідження М. Wildan Alvian Prastya з групою дослідників [14], яке присвячене розробці цифрових продуктів для представлення традиційної культури, демонструє, що цифрові інтерфейси можуть виступати медіаторами між культурною спадщиною та сучасним користувачем. Варто відзначити, що у вітчизняному науковому полі синтез традиційної культури й сучасних дизайнерських практик вилився в окрему наукову парадигму – етнодизайн, який сьогодні розглядається не лише як засіб художньої стилізації, але і як стратегічний інструмент ревіталізації національної ідентичності в глобалізованому цифровому просторі [15; 16; 17].

Ряд наукових праць останніх років розглядає цифровий дизайн як динамічну систему, у якій технологічні та культурні чинники взаємодіють з когнітивними процесами. Зокрема, Atanas

Kirjakovski у дослідженні когнітивних трансформацій у цифровому середовищі [18] вказує на докорінну зміну способів сприйняття людиною візуальної інформації. Автор прогнозує можливість необхідності когнітивної адаптації суб'єкта до обробки абстракцій та символів, що не мають аналогів у фізичному світі. Водночас у роботі Сергія Витлакова та ін. [19] підкреслюється, що цифрова культура формує нові візуальні практики, пов'язані з фрагментарністю, мультимедійністю та активною участю користувача, що прямо впливає на зміну моделей сприйняття та інтерпретації візуального контенту. Така еволюція сприйняття цифрових об'єктів стає фундаментом для формування принципово нових моделей ідентичності, нових цифрових метафор (абстракцій), які б несли національний код на рівні унікальної візуальної мови в цифровому дизайн-продукті.

У межах дослідження генезису та функціонування візуальної ідентичності особливої ваги набуває теоретична модель, викладена у дослідженні Florian Lachner та співавторів [20]. Автори розглядають візуальну ідентичність як динамічний процес взаємодії між «дизайном як репрезентацією» та емоційним сприйняттям користувача. Дослідження демонструє, що цифровий продукт не може бути культурно нейтральним і завжди відображає цінності, поведінкові моделі та комунікаційні коди певного суспільства. Автори доводять, що емоційне сприйняття інтерфейсів і сценарії взаємодії залежать від культурної ідентичності користувача, а універсальні моделі дизайну не завжди є ефективними. У контексті цього дослідження ідентичність не є статичним набором графічних знаків, а формується через емоційний резонанс, який виникає у глядача при контакті з візуальною формою. Дослідження наголошує на тому, що успішна візуальна ідентичність має інтегрувати традиційні (когнітивно знайомі) елементи з інноваційними дизайнерськими рішеннями. Florian Lachner та співавтори стверджують, що дизайн є актом комунікації, де ідентичність виступає медіатором між культурним контекстом творця та досвідом його отримувача. Ними запропоновано метод «Cultural Personas» як інструмент інтеграції культурного чинника у процес проектування.

Науковий дискурс, який безпосередньо присвячений українському цифровому дизайну в європейському просторі, має виражений міждисциплінарний характер досліджень. Дослідники розглядають цифровий дизайн як складну систему, у якій поєднуються національна українська культурна ідентичність, візуальні комунікації, технологічні інновації та користувацький досвід. Ключовим вектором виступає рефлексія української національної ідентичності. Зокрема, у дослідженні Анни Сафронової та Олени Сафонові [21] доведено, що сучасна візуальна комунікація України формується через деколонізацію та рішучу відмову від пострадянських патернів. Автори обґрунтовують концепцію конструювання власної символічної системи, де етнокультурні мотиви, семантика форм і колористика поєднуються з новими наративами, народженими актуальними соціально-політичними викликами. У такому контексті цифровий дизайн трансформується у стратегічний інструмент розбудови цілісного національного бренду України на світовій арені.

Іншим напрямом дослідження є аналіз цифрової трансформації культури, де дизайн виступає медіатором між традиційними цінностями та новими формами комунікації. Як-от Оленою Гудзенко [22] здійснено комплексний аналіз впливу цифровізації на культурну сферу, зокрема на способи створення, поширення та сприйняття культурного продукту. Авторка розглядає цифрову трансформацію не лише як технологічний процес, а як глибоку зміну комунікативних моделей, соціальних практик і механізмів культурної репрезентації. У дослідженні підкреслюється, що цифрові технології створюють умови для збереження і репрезентації національних культурних кодів як ключового компонента культурної сфери, водночас інтегруючи їх у глобальний інформаційний простір.

Разом з тим цифрові технології радикально змінюють форми взаємодії між культурним продуктом і користувачем. Дослідження Володимира Черніявського і групи науковців [23] виявило, що стрімкий розвиток цифрових технологій зумовив трансформацію художніх практик, стимулювавши появу масштабних індивідуальних проєктів та спеціалізованих міжнародних бієнале.

У дослідженні обґрунтовано перехід цифрового мистецтва від аматорських практик до формування повноцінного артринку із залученням інвесторів, колекціонерів та створенням спеціалізованих онлайн-майданчиків для комерціалізації цифрових об'єктів. Особливу увагу приділено діяльності інтернет-митців у період російської агресії. Доведено, що цифрові проекти воєнного часу стали критично важливим інструментом культурного спротиву та фіксації національної ідентичності.

Слід розуміти, що у цифровому середовищі аудиторія перестає бути пасивним споживачем і перетворюється на активного учасника комунікації, співтворця контенту та суб'єкта інтерпретації. Важливий внесок у дослідження ідентичності здійснено Наталею Удріс-Бородавко та Анастасією Ткачук у роботі [24], де розглянуто принципи формування дизайн-систем у видавничих цифрових продуктах. Дослідження доводить, що системний підхід до дизайну дозволяє інтегрувати українську культурну ідентичність у сучасні цифрові комунікації через типографію, кольорові рішення та композиційні структури, забезпечуючи їхню цілісність і пізнаваність.

Значну увагу у науковому полі навколо теми дослідження приділено ролі дизайн-систем як інструменту забезпечення цілісності цифрової ідентичності. У дослідженні Ганни Новік, Лілії Гнатюк та Сергія Ясенюка [25] визначено, що дизайн-системи забезпечують узгодженість, повторюваність і впізнаваність візуальних рішень, підвищують консистентність проектування, зменшують час розроблення та поліпшують сприйняття продукту споживачами, що є критично важливим для формування бренду в цифровому середовищі. Це дозволяє розглядати цифрову ідентичність не як набір окремих елементів, а як цілісну екосистему. Також сучасні праці звертають увагу на трансформацію методології дизайну під впливом цифрових технологій. Інтерактивності, адаптивності, універсальності, варіативності і генеративності стають ключовими характеристиками нової візуальної ідентичності. Якщо традиційна модель дизайну ґрунтувалася переважно на формоцентричному та естетичному підходах, то сучасний цифровий дизайн

розвивається як міждисциплінарна система, що поєднує технології, поведінкові науки, культурологію та стратегічне мислення. У дослідженні Ірен Хардабхадзе [26] доведено, що під впливом цифровізації сформувалася «цифрова фаза» проектної культури, а дизайн-мислення трансформувалося в «цифрове дизайн-мислення» з розширенням сфери впливу на соціальні процеси та концентрацією на індивідуальні потреби людини. І якщо природа дизайнерського мислення змінюється від індивідуальної творчості до мережевої, колаборативної та технологічно опосередкованої практики, то дизайн-мислення стає інструментом роботи зі складними системами, а не лише способом створення окремих об'єктів. Це означає, що ідентичність у цифровому дизайні перестає бути статичною формою і набуває динамічного, процесуального характеру.

Отже, аналіз останніх досліджень засвідчує, що український цифровий дизайн формується як багаторівнева система, у якій поєднуються культурна спадщина, сучасні технології та UX-підходи. Його ідентичність визначається балансом між національною автентичністю та глобальними стандартами цифрової комунікації, що забезпечує інтеграцію України у європейський дизайн-простір. Тож проблема дослідження полягає у суперечності між глобальною уніфікацією цифрових інтерфейсів, що базуються на універсальних UX/UI-стандартах, та потребою збереження і трансляції української культурної автентичності у цифровому середовищі. Водночас у науковому полі недостатньо системно розкрито генезис українського цифрового дизайну, етапи його розвитку, механізми формування національної цифрової ідентичності та його значення як інструменту культурної дипломатії, брендингу держави й конкурентоспроможності на європейському/глобальному ринку.

Метою дослідження є комплексне осмислення українського цифрового дизайну як соціокультурного, технологічного та комунікаційного феномену, що формується на перетині глобальних цифрових трансформацій і національної культурної ідентичності, а також визначення його ролі як інструменту репрезентації України в європейському та світовому цифровому просторі. Для

досягнення поставленої мети необхідно розв'язати такі завдання: проаналізувати еволюцію цифрового дизайну у світовому контексті як результат розвитку інформаційних технологій, інтернет-комунікацій та людиноцентричного проектування; дослідити передумови виникнення і становлення українського цифрового дизайну в умовах пострадянської трансформації, розвитку ІТ-сектору та інтеграції у глобальний ринок; виокремити основні історичні етапи розвитку українського цифрового дизайну та визначити їх характерні риси; проаналізувати успішні кейси українських цифрових продуктів і компаній, як приклади міжнародної конкурентоспроможності українського цифрового дизайну; визначити значення українського цифрового дизайну як інструменту культурної дипломатії, брендингу держави та репрезентації України у Європі/світі.

Методологічну основу дослідження становить міждисциплінарний підхід, що поєднує інструменти дизайнознавства (теорія і практика), культурології, соціальних комунікацій, цифрових студій та історії технологій. У роботі використано такі методи: історико-хронологічний – для простеження еволюції цифрового дизайну у світі та в Україні; порівняльно-аналітичний – для зіставлення глобальних і українських моделей цифрового дизайну; системний – для розгляду цифрового дизайну як цілісної екосистеми, де взаємодіють технології, культура, економіка й користувач; соціокультурний – для аналізу цифрового дизайну як носія цінностей, символів та ідентичності; кейсовий метод (case study) – для аналізу практик «Grammarly», «MacPaw», «Reface», «Дія» та українських агенцій; контент-аналіз – для інтерпретації сучасних наукових джерел, професійних кейсів та цифрових практик; прогностичний – для окреслення майбутніх векторів розвитку українського цифрового дизайну в умовах AI, XR та глобальної цифровізації.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Історія цифрового дизайну та місце України в глобальному контексті

Історія цифрового дизайну не є простою хронологією технічних винаходів. Це фундаментальна історія трансформації

людського мислення через інтерфейс. За шістдесят років цифрова взаємодія пройшла шлях від складних лінгвістичних абстракцій командних рядків (текстових кодів) до інтуїтивно зрозумілого візуального простору із наочними об'єктами та миттєвим відгуком на дії користувача – WIMP (Windows, Icons, Menus, Pointer), де ми керуємо за допомогою курсору чи дотику [27]. Отже, цифровий дизайн виокремився у самостійну галузь на базі перетину комп'ютерних технологій, візуальних мистецтв та теорії масових комунікацій. Його фундамент був закладений у 1970–1980-х роках у межах досліджень у сфері взаємодії людини й комп'ютера (HCI – Human-Computer Interaction), коли було закладено принципи орієнтації на користувача, когнітивну ергономіку та інтерфейсне мислення [28].

Коли Xerox Alto в 1973 році показав свій перший растровий екран, це стало свідченням фундаментального зрушення в нашому сприйнятті взаємозв'язку між людьми та комп'ютерами. Саме тоді відбувся перехід від інтерфейсів командного рядка до графічного інтерфейсу користувача (GUI – Graphical User Interface). Такий перехід був не просто технічною революцією, а філософською революцією безмодальної взаємодії людини з комп'ютером (як-то клацання миші й миттєвим редагуванням тексту, вирізання-копіювання-вставка, подвійне клацання для відкриття документів тощо) [27]. Успіх графічного інтерфейсу користувача базувався не на одному винаході, а на синергії елементів, що перетворили комп'ютер з обчислювальної машини на безперервний робочий простір, де метафора робочого столу зробила абстрактні цифрові поняття відчутними для людини. Це були не просто нові функції, це була нова мова взаємодії людини з комп'ютером. Варто відзначити, що саме в цей період з'являються базові концепти, що згодом трансформуються у сучасні UX/UI-підходи [27; 28].

І хоча перші ідеї щодо архітектури інформації з'явилися ще до появи цифрових комп'ютерів у сучасному їх розумінні (в кінці першої половини XX століття), початок власне цифрового дизайну як практики пов'язують із виникненням мережі інтернет і виходу перших вебінтерфейсів на масовий ринок – з початку 1980-х до середини 1990-х років [29; 30; 31]. Apple Lisa та Macintosh (1984) стали

ключовими продуктами, які адаптували ідеї Xerox PARC для масового споживача. Рекламний ролик Macintosh 1984 року (режисер Рідлі Скотт, а сюжет є відсиланням на відомий роман Джорджа Орвелла «Тисяча дев'ятсот вісімдесят четвертий») символізував прихід «дружнього до користувача» комп'ютера, який уособлював порятунок людства від «однаковості». Дизайн Macintosh встановив нові стандарти орієнтації на користувача, які згодом були підхоплені Microsoft Windows [32]. Далі Тім Бернерс-Лі у 1989 році розробив принципи World Wide Web, у 1990 році він створив перший браузер, а у 1991 році – запустив першу вебсторінку на основі протоколу HTML, яка була повністю текстовою (біла з чорним текстом) і не містила візуальних елементів [29]. Взагалі усі ранні вебінтерфейси характеризувалися мінімалізмом, обмеженими технічними можливостями та відсутністю стандартизованих підходів до їх дизайну. Паралельно важливу роль відіграло створення програмних інструментів, зокрема Adobe Photoshop (1990 рік), який став одним із ключових інструментів формування цифрової візуальної культури [30].

У середині 1990-х років відбувається утвердження як інституції цифрового дизайну. З'являються перші браузери, перші стандарти веброзробки та сам термін «користувачський досвід» (UX – User Experience), що був популяризований у професійному середовищі [30]. Саме тоді відбувається перехід від технологічно орієнтованого підходу до людиноцентричного дизайну, який враховує потреби, поведінку та емоції користувача. Ці концепції, сформульовані піонерами галузі (як-от Дональд Норман чи Якоб Нільсен), стали прямим підґрунтям для сучасних UX та UI (User Interface) підходів, що визначають вигляд сьогоденного цифрового середовища у будь-якій країні. Цей період став відправною точкою трансформації, де дизайн перестає бути лише «декоруванням» і перетворюється на стратегічне проектування досвіду.

Наступний етап розвитку цифрового дизайну пов'язаний із переходом від статичних до динамічних і інтерактивних вебресурсів. Дослідження еволюції вебу свідчать, що за останні 26 років відбувся перехід від сторінок з текстом до мультимедійних

цифрових екосистем, що інтегрують окрім тексту, відео, анімацію та складні сценарії взаємодії [27; 28; 29; 30; 31; 32]. У 2000-х роках формується парадигма Web 2.0, яка характеризується інтерактивністю, соціальною взаємодією, участю користувачів у створенні контенту (UGC – User-Generated Content) і виходом дизайну за межі десктопних програм (хмарні сервіси). Інтерактивні вебсайти на базі AJAX і контент, що генерується користувачами, вимагали нових підходів до залучення аудиторії, а значить і нового дизайну. Реліз iPhone у 2007 році став початком епохи touch-центричного дизайну, запровадивши жести та мультитач-інтерфейси. У 2010-х роках цифровий дизайн зазнає подальшої трансформації під впливом мобільних технологій і глобалізації. У 2010-х роках Ітан Маркотт ввів термін «адаптивний дизайн» (responsive web design), що дозволило інтерфейсам гнучко підлаштовуватися під будь-які екрани [32]. Відбувається перехід до адаптивного та респонсивного дизайну, а також поширення мінімалістичних підходів, таких як flat design. У цей період формується концепція дизайн-систем і уніфікованих візуальних мов, що забезпечують узгодженість цифрових продуктів між собою на різних носіях. Паралельно розвиваються нові технології – штучний інтелект, доповнена реальність, метавсесвіт, велика база даних, що сприяють переходу до нової парадигми UX 3.0, орієнтованої на проектуванні «інтелектуальних екосистем» [33].

У контексті глобальної історії цифрового дизайну Україна займає особливе місце як країна, що активно інтегрується у світовий цифровий простір, формуючи власну ідентичність. Розвиток українського цифрового дизайну можна умовно поділити на кілька етапів [34; 35].

• *Перший етап (1990–2000-ті роки)* характеризується адаптацією глобальних технологій і формуванням ринку вебдизайну. У цей період українські дизайнери переважно орієнтувалися на західні зразки та стандарти, а цифровий дизайн розвивався переважно як адаптаційна модель, орієнтована на запозичення західних підходів у вебдизайні та комп'ютерній графіці. Відсутність сформованої цифрової інфраструктури та обмежений доступ до

технологій визначали фрагментарність цього процесу. Водночас саме цей період заклав основи професійної спільноти дизайнерів, які працювали на перетині поліграфії, реклами та нових медіа.

- *Другий етап (2010-ті роки)* пов'язаний зі становленням українських дизайн-студій і виходом на міжнародний ринок. Україна стає важливим центром ІТ-індустрії та цифрових послуг, що сприяє розвитку UX/UI-дизайну як окремої професійної галузі. Водночас формується запит на національну ідентичність у дизайні, що проявляється у використанні культурних кодів, типографії та візуальних символів. Професійні дизайнери здебільшого адаптували мотиви вишивки, кераміки та петриківського розпису, створюючи унікальну візуальну мову, яка згодом трансформувалася в цифрові рішення.

- *Третій етап (2020-ті роки)* характеризується активною репрезентацією української ідентичності у цифровому середовищі, особливо в умовах соціально-політичних трансформацій. Сучасні дослідження підтверджують, що цифровий дизайн стає інструментом культурної дипломатії та національного брендингу, сприяючи формуванню позитивного образу України у світі [10; 21; 24]. Водночас відбувається поєднання глобальних UX/UI-практик із локальними культурними наративами, що створює унікальну модель українського цифрового дизайну.

Таким чином, історія цифрового дизайну демонструє поступовий перехід від технічно обмежених форм до складних інтерактивних систем, орієнтованих на користувача. У цьому процесі Україна виступає не лише як реципієнт глобальних тенденцій, але і як активний учасник формування сучасної цифрової культури, що поєднує інноваційність із культурною автентичністю.

Історія українського цифрового дизайну та формування національної ідентичності

Як вже зазначалося, історія українського цифрового дизайну є складником ширших процесів цифровізації культури та креативних індустрій, що активізувалися у світі на межі XX–XXI століть. Український цифровий дизайн має унікальну траєкторію, що поєднує глибоку культурну спадщину з потужною інженерною

Таблиця 1 – Еволюція цифрових технологій в українському ІТ секторі та дизайні кінця ХХ століття

Рік	Подія	Контекст і наслідки для формування ідентичності українського цифрового дизайну
1989	Заснування «Mirasoft»	<i>Контекст.</i> Компанія виникла у 1989 році в Києві як ініціатива групи науковців Інституту кібернетики ім. В. Глушкова, науково-дослідного інституту НАН України, де було побудовано перший комп'ютер у континентальній Європі. Заснування «Mirasoft» є символічною точкою початку переходу України від індустріальної економіки до цифрової. Для ідентичності українського цифрового дизайну це означало появу трьох базових рис: технологічна компетентність, системність мислення та орієнтація на глобальний ринок. Саме на такому фундаменті згодом виросли сучасні українські UX/UI школи, GovTech-дизайн, стартап-культура та цифровий брендинг держави. <i>Наслідки:</i> – перехід від інженерного (технічної орієнтації) до людиноцентричного мислення (розуміння інтерфейсів, візуальної логіки та комфортної взаємодії користувача з системою); – формування репутації України як країни цифрової експертизи, здатної не лише виробляти код, а й створювати складні цифрові продукти; – злиття науки й дизайну, акцент на системності, структурі, алгоритмічності, прагнення до чіткої архітектури продукту, функціональності та раціональної естетики; – поява першого покоління фахівців локальної школи цифрового продуктового мислення.

Продовження таблиці 1

Рік	Подія	Контекст і наслідки для формування ідентичності українського цифрового дизайну
1990–1991	Перший комп'ютер «Квазар-Мікро»	<i>Контекст.</i> Перший комп'ютер Квазар-Мікро можна трактувати як символічний початок української цифрової інфраструктури, початок формування вітчизняної апаратної бази для дизайну. Для формування ідентичності українського цифрового дизайну ця подія означала появу технічної самостійності, інженерного фундаменту та локального середовища для цифрової творчості. Саме завдяки таким крокам у наступні десятиліття Україна змогла перейти від складання техніки до створення цифрових сервісів, брендів, інтерфейсів і глобально конкурентного дизайну. <i>Наслідки:</i> – матеріальна база для цифрової творчості, можливість працювати з цифровим інструментом локально; – формування образу України як технологічної держави; – зв'язок дизайну з інженерною культурою, мистецьких шкіл з технічними компаніями; – демократизація доступу до цифрових інструментів, розширення соціальної бази користувачів цифрової культури (дизайнери, верстальники, оператори графіки, веброзробники).
1995	Заснування «GSC Game World»	<i>Контекст.</i> Початок розвитку гейм-дизайну. Заснування «GSC Game World» стало подією, що ввела Україну в глобальний простір цифрового сторітелінгу та інтерактивного дизайну через розробку ігор («Козаки», «S.T.A.L.K.E.R»). Для ідентичності українського цифрового дизайну це означало появу рис атмосферності, культурної самобутності, технічної майстерності та здатності створювати цілі цифрові світи. Якщо ранні ІТ-компанії

Продовження таблиці 1

Рік	Подія	Контекст і наслідки для формування ідентичності українського цифрового дизайну
		дали інженерний фундамент, то «GSC Game World» дала українському цифровому дизайну емоційний і культурний голос. <i>Наслідки:</i> – поява цифрового дизайну як наративного середовища, де дизайн – це не лише інтерфейс чи логотип, а створення цілісного досвіду: світу, атмосфери, сценарію, поведінки користувача; – формування естетики пострадянського простору, формування українського візуального стилю; – поєднання технології (код) та культури (складний культурний продукт світового рівня); – вплив на нові покоління дизайнерів, симулювання в подальшому розвитку 3D-графіки, motion design, environment design, concept art, UX для інтерактивних продуктів.
1999	Портал «Ukr.net»	<i>Контекст.</i> Поява великих агрегаторів контенту з власним інтерфейсом. Запуск «Ukr.net» став подією, що перевела цифровий дизайн в Україні з експериментальної фази у масову. Для формування ідентичності українського цифрового дизайну це означало появу рис доступності, функціональності, локальної релевантності та щоденної корисності. Якщо ранні ІТ-компанії створювали технологічний фундамент, то «Ukr.net» сформував культуру масового користування українським цифровим інтерфейсом. <i>Наслідки:</i> – формування звички до локального цифрового продукту, зміцнення довіри до вітчизняних цифрових рішень;

Рік	Подія	Контекст і наслідки для формування ідентичності українського цифрового дизайну
		– розвиток інформаційної архітектури (новини, пошта, каталоги, сервіси), що сприяло розвитку культури структурованого вебдизайну, меню, модульних інтерфейсів і сценаріїв користувацької взаємодії; – поява української цифрової повсякденності; – утвердження і підтримка мовної та культурної ідентичності в інформаційному просторі у мережі; – стимулювання попиту на вебдизайнерів, редакторів, UX-фахівців, фронтенд-розробників, що сприяло професіоналізації галузі.

Складено авторкою на основі [34; 35; 38]

школою. Як засвідчують дослідження, цифровізація в Україні стала не лише технологічною необхідністю, а й рушійною силою трансформації культурного простору, відкривши нові можливості для створення, поширення та репрезентації культурних продуктів [36; 37]. У цьому контексті цифровий дизайн почав формуватися як інструмент комунікації, що поєднує візуальні практики з інформаційними технологіями.

Почнемо з початку. Після відновлення/здобуття незалежності в 1991 році Україна почала інтегруватися у світовий технологічний простір. Важливою віхою стало офіційне заснування Юрієм Янковським та його колегами компанії «Технософт», яка першою зайшла на ринок як провайдер – Інтернет Сервіс Провайдера (ISP). Того ж року було створено «ELEKS», а пізніше – «SoftServe» (1993) та «NIX Solutions» (1994), які стали кузнями кадрів для перших українських цифрових інтерфейсів. У 1992 році Україна отримала власний національний домен першого рівня «*.ua», що стало критичним кроком для самоідентифікації в мережі інтернет. У 1996-1997 роках з'явився перший український сайт. У 1999-му

Таблиця 2 – Ключові етапи формування українського цифрового дизайну першої третини XXI століття

Період	Панівний тренд, основні події	Вплив на цифровий дизайн
2000–2005	Ера аутсорсингу. Становлення вебепохи. <i>Події:</i> – масове поширення інтернету в Україні; – розвиток національних порталів («Ukr.net», «ROZETKA»); – становлення аутсорсингового ІТ-ринку	Напрацювання технічної бази; поширення попиту на вебсайти, банери, онлайн-медіа та перші студії вебдизайну; початок орієнтації дизайну на зручність і масового користувача; засвоєння західних стандартів UX/UI-проектування, Agile, продуктового мислення
2005–2010	Продуктовий бум. Проявлення цифрового продуктового мислення <i>Події:</i> – бум вебстудій і брендінг-агенцій (Київ, Львів, Харків, Одеса); – успіх «GSC Game World» і вихід ігрового дизайну на глобальний рівень – «S.T.A.L.K.E.R.: Shadow of Chernobyl» (2007 р.) став міжнародною подією; – розвиток e-commerce	Український дизайн переходить від декоративності до системності; український візуальний стиль через ігровий дизайн увійшов у світову культуру і тим самим Україна заявила про себе як про країну, що здатна створювати складні цифрові світи; зростання інтернет-магазинів, що змінило вимоги до UX (каталоги, кошики, онлайн-оплата) і сформувало довіру через інтерфейс
2010–2015	Мобільна революція. Формування професійного стандарту. <i>Події:</i> – масове поширення смартфонів; – поява сильних продуктових компаній («Grammarly», «Genesis», «Preply», «MacPaw»); – поширення дизайн-освіти	Поява власних стартапів, перехід від «картинки» до складного UX-проектування; перехід від desktop-first до mobile-first підходу у дизайн-проектуванні; з'являються UI-дизайнери нового покоління; демонстрація можливості України створювати глобальні цифрові продукти; поява курсів UX/UI дизайну, нових освітніх програм у вишах, спільнот дизайнерів

Закінчення таблиці 2

Період	Панівний тренд, основні події	Вплив на цифровий дизайн
2015–2020	Цифрова держава. Зрілість цифрового дизайну. Події: – розвиток стартап-культури; – вхід держави у цифровий дизайн – створення «Дії», поява Міністерства цифрової трансформації України; – поширення дизайн-систем (UI kits, component libraries, accessibility); – вихід українських агенцій на світові фестивалі («Cannes Lions», «Red Dot»)	Запуск українськими командами продуктів SaaS (хмарного програмного забезпечення за підпискою), fintech (цифрові фінансові сервіси – онлайн-банкінг), edtech (технології для навчання), healthtech (цифрові рішення для здоров'я та медицини); GovTech-дизайн – проектування цифрових державних сервісів для громадян; перехід від окремих макетів до системних продуктів; підвищення стандартів якості розробки, посилення авторського стилю, глобальна видимість України
2020–2026	Brand Ukraine. Цифрова стійкість і глобальна впізнаваність. Події: – повномасштабна війна та цифрова адаптація; – цифровий дизайн як інструмент національної комунікації; – інтеграція AI у дизайн-процеси.	Після 2022 року український цифровий сектор показав надзвичайну стійкість через віддалену роботу, релокацію, безперервність сервісів; проявлення дизайну в айдентиці спротиву, інформаційних кампаніях, волонтерських платформах, міжнародних фандрейзингових сервісах; активне використання дизайнерами генеративного AI для досліджень, ідей, прототипування, контенту.

Складено авторкою на основі інтернет-джерел та [34; 35; 38]

запрацював у своїй першій версії портал «Ukr.net» [34; 35; 38; 39]. Багато подій на початку історії ІТ сфери в Україні (кінець ХХ століття) можна розглядати як чинник розвитку цифрового дизайну і формування національної ідентичності (табл. 1).

Період після 2000 року став для України часом стратегічного переходу від локальної комп'ютеризації до розбудови повноцінної цифрової економіки. Ця трансформація ознаменувала еволюційний шлях вітчизняного ІТ-сектору від нішевого сервісного аутсорсингу (*англ.* outsourcing; *укр.* підрядництво) до розробки глобальних продуктових рішень та формування унікальної візуальної ідентичності, яка гармонійно поєднує інженерну точність із національним культурним кодом. Саме в цей період відбулося формування таких основ сучасної ідентичності українського цифрового дизайну, як: а) *глобальна конкурентоспроможність* (орієнтація на найвищі міжнародні стандарти та здатність створювати продукти, що не мають географічних кордонів); б) *технологічна експертність* (глибоке розуміння технічного боку розробки); в) *гнучкість та адаптивність* (унікальна здатність миттєво реагувати на критичні зміни та проектувати досвід для нестабільних умов) та г) *культурна впізнаваність* (тонке втілення національних сенсів у сучасний мінімалізм). Нижче наведено ключові етапи та події, що сформували сучасне обличчя українського цифрового дизайну з початку 2000-х років до сьогодні (табл. 2).

Еволюція цифрових технологій в Україні після 2000 року – це шлях від вебсайтів і аутсорсингу до глобальних продуктів, GovTech, цифрової держави та AI. Саме в цей період український цифровий дизайн перетворився з ремесла на стратегічну галузь культурного та економічного розвитку. Цифровізація креативних індустрій сприяла формуванню нових моделей виробництва культурного контенту та комунікації з аудиторією. Цифрові платформи, соціальні мережі та онлайн-сервіси стали середовищем, у якому дизайнери отримали можливість не лише створювати продукти, а й безпосередньо взаємодіяти з глобальною аудиторією. Це сприяло формуванню конкурентоспроможної дизайнерської спільноти, орієнтованої на міжнародні стандарти

UX/UI-дизайну. Водночас саме в цей період з'являється потреба у формуванні власної візуальної ідентичності, що відрізняє український дизайн від глобальних шаблонів. Український цифровий дизайн за ці роки сформував такі риси: *системність* (інженерна школа); *адаптивність* (робота в кризових ситуаціях і змінах); *глобальність* (орієнтація на світовий ринок, перехід від периферійного ринку до частини світової дизайн-екосистеми); *людиноцентричність* (UX-мислення, високі UX/UI стандарти); *культурна самобутність* (локальні сенси у глобальному форматі); *стійкість* (проектування систем, які продовжують працювати навіть за несприятливих умов, resilience як бренд країни).

Сучасний етап розвитку цифрового дизайну в Україні тісно пов'язаний із впровадженням інноваційних технологій, таких як доповнена реальність, віртуальні середовища та NFT. Дослідження Оксани Іванової [40] демонструє, що технології розширеної реальності змінюють не лише інструментарій дизайнера, а й саму логіку проектування, відкриваючи нові можливості для інтерактивності та занурення користувача. Паралельно з цим розвиток метавсесвітів і цифрових активів (NFT, аватари, доменні імена тощо) формує нову парадигму дизайну, у якій цифрове мистецтво та дизайн остаточно відокремлюються від традиційних форм і набувають самостійної економічної та культурної цінності [41]. Це свідчить про перехід від репрезентаційної функції цифрового дизайну до створення повноцінних цифрових середовищ.

Як вже згадувалося в контексті аналізу останніх досліджень з теми, особливістю українського цифрового дизайну є його тісний зв'язок із соціально-політичними процесами. Зокрема, дослідження сучасного стану дизайну в умовах війни показують, що боротьба за національну ідентичність стала ключовим фактором розвитку візуальної культури [42]. В умовах кризових трансформацій дизайн виконує не лише естетичну чи комунікативну функцію, а й стає інструментом культурної мобілізації, інформаційного спротиву та формування національного наративу. Візуальні образи, типографія, кольорові рішення та символіка активно

використовуються для репрезентації української ідентичності у глобальному інформаційному просторі.

Формування ідентичності сучасного українського цифрового дизайну відбувається на перетині трьох ключових вимірів: культурного, технологічного та комунікаційного. З одного боку, він спирається на традиційні візуальні коди – орнаментику, народне мистецтво, історичну символіку. З іншого – інтегрує сучасні цифрові практики, такі як UX/UI-дизайн, дизайн-системи та інтерактивні інтерфейси. Важливим аспектом є також динамічний характер цифрової ідентичності. На відміну від традиційного графічного дизайну, де ідентичність має відносно стабільний характер, у цифровому середовищі вона постійно трансформується під впливом технологій, користувацького досвіду та соціальних змін. Це підтверджується дослідженнями цифрової нестабільності інтерфейсів, які вказують на необхідність їх постійного оновлення та адаптації [43].

Тож сучасний український цифровий дизайн постає як гнучка система, у якій поєднуються локальні культурні коди та глобальні технологічні тренди, з високим рівнем інноваційності, соціальної залученості та культурної рефлексії. Він набуває статусу стратегічного ресурсу, що визначає конкурентоспроможність нашої держав, ефективність комунікації та інтеграцію у міжнародні ринки. Виконуючи не лише функцію комунікації, український цифровий дизайн стає інструментом формування культурної дипломатії, репрезентації України у глобальному цифровому середовищі, національної ідентичності. Його ідентичність формується через постійний діалог між традицією і сучасністю, локальним і глобальним, що забезпечує його унікальність і конкурентоспроможність. Історія українського цифрового дизайну демонструє еволюцію від адаптації імпортованих моделей до формування власної ідентичності, що ґрунтується на культурній спадщині та сучасних технологіях. Цифровізація креативних індустрій відкрила нові можливості для інтеграції України у світовий культурний простір. Цифровий дизайн виступає важливим чинником формування конкурентних переваг, забезпечує диференціацію продуктів і послуг,

підвищує ефективну комунікацію з користувачем. Український дизайн у цьому контексті не є ізольованим феноменом, а інтегрується у європейську екосистему креативних індустрій, яка теж базується на принципах інноваційності, міждисциплінарності та культурної взаємодії.

Сучасний український цифровий дизайн у координатах глобального ринку

Сьогодні Україна детермінується в європейському та глобальному цифровому просторі не лише як потужний сервісний хаб, але і як суб'єкт формування нових стандартів взаємодії. Глобальні продуктові кейси, такі як «Grammarly», «MacPaw» та «Reface», виступають репрезентантами тягlosti української дизайн-думки, демонструючи здатність вітчизняної школи UX/UI масштабуватися на багатомільйонні аудиторії. Їхній успіх є свідченням зрілості української візуальної комунікації, де інженерна логіка поєднується з високою емпатією до користувача, що дозволяє українським продуктам інтегруватися в європейський ринок та активно трансформувати його через інноваційний користувацький досвід. Для глибокого розуміння механізмів цієї трансформації доцільно здійснити ретельний аналіз зазначених продуктових кейсів крізь призму їхніх дизайн-стратегій та архітектури користувацького досвіду.

1. Кейс «Grammarly» (заснований у 2009 році) [44]. Це приклад експансії української дизайн-думки на глобальний ринок. У контексті еволюції цифрового дизайну цей продукт демонструє фундаментальний перехід від інструментального виправлення помилок до проектування складних комунікаційних стратегій на основі штучного інтелекту. В продукті закладений спосіб трансформації когнітивної взаємодії через дизайн-інновації. Спочатку це була директивна модель «граматичного контролю». Тепер це – фасилітуюча модель «комунікаційного коучингу». Продукт реалізує концепцію «непомітного дизайну», інтегруючись безпосередньо в операційне середовище користувача – від браузерних розширень до професійних інструментів проектування (наприклад, Figma). Такий підхід мінімізує когнітивне навантаження та забезпечує

безперервність користувацького досвіду, оптимізує часові витрати та підвищує рівень задоволення клієнтів. Це підтверджує тезу про те, що український цифровий дизайн у глобальних координатах визначається здатністю створювати інтелектуально місткі та етично орієнтовані цифрові екосистеми, що є сучасним проявом української ідентичності.

2. Кейс «MacPaw» (заснований у 2008 р., Київ) [45]. Це приклад того, як українська школа дизайну інтегрує принцип «нативності» (від англ. native) – глибокої відповідності продукту стилістиці та логіці операційної системи Apple, що забезпечує безшовний користувацький досвід і є репрезентантом високих стандартів візуальної культури в існуючій екосистемі відомого бренду. Флагманський продукт «CleanMyMac» трансформувалася утилітарну функцію технічного обслуговування системи у захопливий візуальний процес. Дизайн-стратегія компанії базується на мікроінтеракціях, надзвичайній увазі до деталізації іконок, звукового супроводу та анімацій. Це дозволяє нівелювати когнітивну рутину та перетворювати взаємодію з інтерфейсом на емоційно позитивний досвід. Продукти «MacPaw», зокрема «CleanMyMac» та платформа «Setapp», регулярно стають лауреатами престижних міжнародних нагород («Red Dot», «UX Design Awards»). Платформа «Setapp», як перший сервіс підписки на додатки для macOS, втілює принцип «корисності понад наповнення», де дизайн-стандарти (usability та безпека) виступають головним фільтром для відбору софту. Це підтверджує перехід українських компаній від розробки окремих інструментів до створення комплексних екосистем.

3. Кейс «Reface» (заснований у 2020 р., Київ) [46]. Додаток «Reface» став глобальним кейсом того, як складні технологічні рішення на основі генеративно-змагальних мереж (GAN – Generative Adversarial Networks) можуть бути успішно інкорпоровані у масову цифрову культуру через інтуїтивний дизайн. Дизайн-стратегія «Reface» базується на максимальному спрощенні входу користувача у складний технологічний процес. Концепція інтерфейсу «трансформація в один дотик»

Таблиця 3 – Видатні проекти та нагороди українських агенцій

Агенція/ Студія	Проект	Нагороди	Значення
«Banda»	«Chornobyl Identity»	«Red Dot Design Award» (2018)	Використання дизайну для розповіді про зникнення та радіоактивний розпад
«MadCats»	«MITKA»	Yellow Pencil D&AD (2021), «Red Dot Design Award» (2020); «European Design Award, Shortlist» (2020); «Epica Award, Shortlist» (2020)	Радикальна спроба спрощення брендингу промислових товарів через поєднання практичності, привабливості, гумору, сміливої візуальної частини та стратегічного мислення
«Grape»	«Канів 1971»	«Various Red Dot Design Award» (2022)	Поєднання фольклорного стилю Марії Примаченко з екопросвітою у проектуванні айдентики бренду
«Obys»	«Art Against War in Ukraine Museum»	«Awwwards», «CSS Design Awards» та інші (2023–2024)	Створення цифрового архіву військової творчості з акцентом на типографію
«Saatchi & Saatchi UA»	«National Parks of Ukraine: Encoded Identity»; «Axa Insurance – Nun»	«Red Dot Design Award» (2018)	Кодування ідентичності через візуальні символи

нівелює потребу у спеціальних технічних знаннях, що робить високотехнологічний AI-продукт доступним для глобальної аудиторії. Успіх продукту (визнання кращим додатком у Google Play у 2020 році) підтвердив тренд на використання штучного інтелекту в індустрії розваг. У контексті українського дизайну «Reface» демонструє здатність працювати з новими формами контенту (AI-аватари, генеративне відео), зберігаючи баланс між розважальним потенціалом та етичними викликами цифрової ідентичності.

Паралельно з успіхом продуктових IT-гігантів, важливу роль у репрезентації України на світовій арені відіграють креативні та дизайн-агенції. Їхня діяльність засвідчує високу конкурентоспроможність вітчизняної школи комунікаційного дизайну, що підтверджується численними нагородами найвищого професійного рівня (табл. 3).

Яскравим прикладом інституційного лідерства та проявлення національного брендингу є проектна діяльність агенції «Banda». Історичним моментом для професійної спільноти став 2018 рік, коли агенція «Banda» отримала титул «Агенції року» за версією «Red Dot Design Award» [47]. Робота агенції над стратегічним брендингом держави («Ukraine Now») та масштабними комерційними проектами (наприклад, для мережі «ОККО») продемонструвала здатність українського дизайну створювати цілісні візуальні екосистеми. Це встановило нову планку для комунікаційного дизайну, де креативна ідея корелює з економічною ефективністю та міжнародним іміджем країни.

Радикальною прямою і прикладом інтелектуального дизайну є робота агенції «Madcats». Кейс агенції «Madcats» із проектом «MITKA» (бренд фарби), що здобув престижну нагороду «Yellow Pencil» на конкурсі «D&AD», ілюструє силу «безперспективно прямої» та чесної комунікації [48]. У контексті глобального ринку, перенасиченого складними метафорами, такий підхід виділяється своєю концептуальною чистотою та функціональністю, що є ознакою зрілості та впевненості локальної дизайн-школи.

Особливе місце в експорті українського дизайну посідають бутікові студії, такі як агентство «Obys» [48; 50]. Їхня спеціалізація на мінімалізмі, складній типографії та інноваційному вебестетизмі дозволяє українським проектам домінувати на глобальних платформах (наприклад, «Awwwards» чи Behance). Це формує образ України як осередку витонченого, технологічного та інтелектуального цифрового продукту. Проект «Art Against War in Ukraine Museum (AAWU(M))» постає як багатofункціональна цифрова платформа, що поєднує в собі роль художнього архіву та глобального маніфесту. Розроблений агенцією «Obys», цей ресурс трансформує традиційну концепцію онлайн-виставки у формат динамічного цифрового музею, що рефлексує над емоційними, політичними та соціокультурними трансформаціями України в умовах воєнного стану.

Знаковим для 2018 року став і проект «National Parks of Ukraine: Encoded Identity» агенції «Saatchi & Saatchi Ukraine», що здобув нагороду «Red Dot Design Award». У межах цієї роботи було створено унікальну систему візуальної ідентифікації для 28 національних парків України, де кожен логотип базувався на деконструкції традиційного українського орнаменту та його переосмисленні крізь призму природних особливостей регіонів. Цей кейс продемонстрував, як сучасний цифровий дизайн може слугувати інструментом «м'якої сили», перетворюючи культурну спадщину на актуальний візуальний код, зрозумілий глобальному професійній спільноті. Іншим вектором успіху цієї агенції стала кампанія для Axa Insurance – «Nun», яка також отримала визнання на «Red Dot Design Award». Використання сміливих, іноді провокативних візуальних образів та нетипового для страхового ринку гумору засвідчило високий рівень інтелектуальної свободи українських дизайнерів. Здатність до створення вірального (від англ. viral), емоційно насиченого контенту, що водночас відповідає суворим стандартам міжнародного бренду, закріпила за українськими креативними хабами статус суб'єктів, здатних диктувати тренди у сфері рекламних комунікацій [51].



Рисунок 1 – Культурний проєкт «Шрифтова Абетка української ідентичності» благодійної організації «Projector Foundation» [53]

Український цифровий дизайн як інструмент ідентичності, боротьби, філософії інклюзивності та лідерства цифрової трансформації.

Після початку повномасштабного вторгнення країни агресора роль дизайну в Україні вийшла за межі комерції. Він став інструментом документування війни та маніфестації національної ідентичності.

Проект «Шрифтова абетка української ідентичності» від «Projector Foundation», став важливим культурним медіа-проектом. Він популяризує сучасні українські шрифти, закликаючи відмовлятися від шрифтів російського походження. Кожна з 33 літер абетки присвячена певному символу української ідентичності – від А (Мрія) до Ї (Протитанковий їжак) та В (Воля) та статтями про ці символи, події й постаті [49]. Сторінка кожної літери оформлена одним з українських новітніх шрифтів з доданим профайлом їхніх авторів та посиланням на ліцензійне використання (рис. 1).

Цей проект демонструє «шрифтовий ренесанс», який переживає Україна, де кожна деталь інтерфейсу несе в собі глибокий історичний та емоційний зміст. Для проекту було використано шрифти від провідних українських дизайнерів [49; 53]. Наприклад:

- шрифт «Volja», який був розроблений дизайнеркою Марчею Можиною на основі літерингу художника УПА Ніла Хасевича і який тепер є одним з двох офіційних шрифтів ЗСУ;

- шрифт «Ruthenia» авторства Василя Чебанника, який є прикладом церемоніального шрифту, що використовується для офіційних вітань, висловлення подяк та оформлення дипломів;

- шрифт «Old Kharkiv» авторства дизайнера Богдана Гдаля, який надихнувся старою фотографією з Харкова першої половини ХХ століття, яку він випадково знайшов в мережі інтернет;

- шрифт «Fixel», який став основним шрифтом для інтерфейсу абетки. Він був розроблений студією Obus для української продуктової компанії MacPaw, яка стала головним партнером проекту;

- шрифт «NAMU» від Дмитра Растовцева, що був спеціально розроблений для Національного художнього музею ще у 2018 році і є безплатним, універсальним шрифтом, що підтримує кирилицю, латиницю та грецьку мову.

Ще Україна на сьогодні впевнено утверджується як один із міжнародних прикладів успішної цифрової трансформації державного управління, де цифровий дизайн, технології та сервісна логіка поєднані в цілісну екосистему взаємодії громадянина з державою. Ключовим символом цього процесу став застосунок та портал «Дія», який перетворив складні бюрократичні процедури

на зрозумілий цифровий досвід. Через платформу громадяни отримали можливість користуватися цифровими документами, реєструвати бізнес, оформлювати допомогу, подавати заяви, сплачувати податки, отримувати витяги та інші послуги без фізичного відвідування установ. Такий підхід змінив саму філософію державного сервісу. Замість установоцентричної моделі була впроваджена людиноцентрична система, де в центрі перебувають потреби користувача, швидкість доступу та простота інтерфейсу [54].

Особливе значення має те, що «Дія» стала не лише технологічним продуктом, а й еталоном сучасного державного UX/UI-дизайну. Інтерфейс цієї платформи побудований за принципами мінімалізму, логічної для споживача навігації, єдиної візуальної системи та зрозумілих сценаріїв взаємодії з клієнтом. Це дозволило сформуванню високий рівень довіри користувачів і зробити державні сервіси більш інтуїтивними навіть для людей без значного цифрового досвіду. Важливо, що цифрова ідентичність сервісу має послідовний характер. Графічна мова, типографія, структура екранів і тон комунікації підтримують впізнаваність цього цифрового бренду державних послуг нового покоління [55].

Не менш важливим складником стала доступність цифрових сервісів. Застосунок «Дія» не лише спростив доступ до послуг, а й задав стандарти доступності. Відповідно до моніторингу вебдоступності державних ресурсів, проведеного за участі Програми розвитку ООН в Україні, у фокусі оцінювання перебували такі критерії стандарту WCAG 2.1, як контрастність тексту не менше 4,5:1, альтернативні тексти для зображень, зрозуміла структура сторінок, коректна робота з клавіатурною навігацією та сумісність із допоміжними технологіями. Такі вимоги є критично важливими для людей із порушеннями зору, моторики або когнітивними особливостями, оскільки забезпечують рівний доступ до інформації та послуг [56]. Українська цифрова трансформація демонструє, що інклюзивність поступово стає не додатковою опцією, а базовим стандартом державного дизайну.

Показово й те, що досвід «Дія» привернув увагу інших країн як еталонна модель цифрової модернізації держави. Україна

продемонструвала, що навіть у складних соціально-політичних умовах можливо створити сучасну державну платформу, яка поєднує ефективність адміністрування, візуальну якість, доступність та довіру користувачів. У цьому контексті «Дія» постає не просто сервісом, а візуальним маніфестом нової української ідентичності, в якій поєднані нові технології та прозорість процесів і відсутній бюрократичний архаїзм. Через мінімалізм інтерфейсів, інтуїтивну логіку взаємодії та сміливі комунікаційні рішення український цифровий дизайн переосмислив саму природу стосунків між громадянином і державою, трансформувавши їх із вертикалі примусу в горизонталь сервісу та партнерства. Саме тому «Дія» сьогодні розглядається як глобальний тренд на «державу як продукт», де національна ідентичність транслюється не через декоративні елементи, а через високу якість цифрової культури, інклюзивність та безкомпромісну орієнтацію на добробут користувача [57].

Філософія інклюзивності також яскраво представлена в продуктах компанії «BetterMe» [58]. Їхній додаток «Workout for Seniors», розроблений спеціально для людей поважного віку, демонструє притаманну українському дизайну високу емпатію. Це виражається не лише у специфіці контенту (йога на стільці, вправи з низьким навантаженням), а й у продуманій архітектурі інтерфейсу, яка адаптує складні технології під потреби вразливих груп населення. Додаток має інтерфейс із великими інтерактивними елементами (кнопками), високою контрастністю та максимально спрощеною навігацією. Особливе місце в екосистемі бренду посідає проєкт «BetterMe Business», який фокусується на підтримці позаофісних (deskless) працівників, які не мають фіксованого робочого місця або постійного доступу до комп'ютера (наприклад, персонал складів, логістичних центрів чи магазинів). У цьому кейсі ідентичність українського дизайну проявляється через його демократичність та інклюзивність. Застосунок створює умови для залучення до культури добробуту (wellness) людей, чия професійна діяльність вимагає мобільності та не передбачає роботи в офісному середовищі.

У контексті дослідження українського цифрового дизайну показовим прикладом є екосистема застосунків «Ajax

Systems» [59] – одного з найвідоміших українських технологічних брендів, що успішно працює на глобальному ринку. Компанія демонструє, як український цифровий продукт може поєднувати інженерну точність, сильну візуальну ідентичність та високий рівень користувацького досвіду. Дизайн застосунків «Ajax» засвідчує системний підхід до побудови інтерфейсів, де ключовими цінностями виступають зрозумілість, швидкість взаємодії та надійність сприйняття інформації. У сфері безпеки це особливо важливо, адже користувач повинен миттєво орієнтуватися в інтерфейсі та приймати рішення без когнітивного перевантаження. Візуальна мова застосунків «Ajax Systems» відповідає сучасним принципам функціонального мінімалізму, що формує впізнаваний стиль українського цифрового дизайну, у якому естетика підпорядковується ефективності сервісу. Водночас бренд зберігає власну айдентику через послідовність графічних рішень у мобільних, десктопних і професійних застосунках, що є ознакою зрілої дизайн-системи. Важливо й те, що цифровий продукт українського походження сприймається на міжнародному ринку як технологічно конкурентний і візуально сучасний.

Досвід вітчизняних креативних індустрій свідчить про суб'єктну трансформацію українського дизайну в європейському просторі. Український дизайн у європейському просторі сьогодні є не лише виконавчим ресурсом, а й інтелектуальним донором. Пропонуючи нестандартні візуальні стратегії та новаторську методологію вирішення складних комунікаційних завдань, українські агенції визначають власні стандарти в загальносвітовому професійному дискурсі.

Висновки. Узагальнення результатів проведеного дослідження дає змогу констатувати, в умовах глобальної цифровізації інформаційного суспільства цифровий дизайн зазнав фундаментальної онтологічної трансформації. Він еволюціонував із прикладного візуального інструментарію у стратегічний метамеханізм формування користувацького досвіду, соціальної комунікації та колективної ідентичності. Феномен українського цифрового дизайну в цьому контексті постає не як периферійна адаптація західних стандартів, а як самобутня модель, що пройшла шлях від

запозичення імпортованих практик у 1990-х роках до утвердження власної цифрової суб'єктності у 2020-х.

Еволюція галузі, структурована за трьома історичними етапами (інфраструктурне становлення та апробації глобальних стандартів на локальному ґрунті 1990–2000-х; професіоналізація, масовий вихід українських фахівців на міжнародні ринки та кристалізація методології UX/UI-проектування у 2010-х; етап цифрової суб'єктності, формування Brand Ukraine, культурної дипломатії та AI-інтеграції 2020-х), засвідчує формування унікального ідентифікаційного профілю українського дизайну. Його основоположною рисою є здатність до органічного синтезу локальних культурних кодів з універсальними технологічними стандартами.

До ключових концептуальних висновків дослідження віднесено наступні положення:

1. Цифровий дизайн на сьогодні можна вважати чинником трансформацій, оскільки він детермінує (обумовлює) вектори соціальних, економічних і культурних перетворень, виступаючи мовою взаємодії між людиною, державою та технологією.

2. Українська модель цифрового дизайну сформувалася на перетині потужної інженерної традиції, доволі глибокої інтеграції в глобальний ІТ-ринок та тягlosti національної візуальної культури. Фундаментальною рисою вітчизняної дизайн-школи визначено здатність до високотехнологічного синтезу локальних культурних кодів з універсальними міжнародними стандартами. Це поєднання породило особливу естетику, де раціональність структури доповнюється високим рівнем емпатії та людиноцентричності, що дозволяє українським продуктам бути одночасно автентичними та зрозумілими глобальному споживачеві. Українська ідентичність у цифровому дизайні сьогодні транслюється через автентичну типографію, переосмислення символіки та створення інклюзивних цифрових екосистем, що задають нові стандарти для світової спільноти та виступає впізнаваним візуальним кодом.

3. Український цифровий дизайн у сучасних умовах сформувався як багатовимірний стратегічний ресурс, у якому поєднуються функції культурної репрезентації, суспільної стійкості,

інклюзивного сервісу та глобальної конкурентоспроможності. В умовах викликів воєнного часу та процесів європейської інтеграції цифровий дизайн переосмислюється як інструмент державної суб'єктності та культурного спротиву, постає формою м'якої сили держави, що транслює світові цінності свободи, гідності, відкритості й інноваційності. Успіх українських продуктів у сферах GovTech (феномен «Дії»), AI та бренд-комунікацій свідчить про те, що український цифровий дизайн став не лише як частина креативної індустрії, а як інструмент формування довіри, соціальної згуртованості, міжнародного іміджу та економічного розвитку.

4. Успіх українських цифрових продуктів та креативних агенцій на глобальному ринку (перемоги на «Red Dot Design Award», «Awwwards», «CSS Design Awards» та інших) доводить, що Україна виступає не просто реципієнтом, а інтелектуальним донором європейського простору, пропонуючи зрілі методологічні підходи до проектування досвіду. Тим самим український цифровий дизайн демонструє свою конкурентоспроможність та експертність.

5. Майбутній розвиток галузі вбачається у поглибленні розробки власних національних дизайн-систем, проектуванні AI-орієнтованих інтерфейсів та розширенні присутності у XR-середовищах. Пріоритетним залишається подальше зміцнення українського візуального коду, що забезпечує впізнаваність України як інноваційного інтелектуального хабу.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що ідентичність українського цифрового дизайну – це динамічна система, яка базується на дихотомії традиції та інновації. Вона є свідченням зрілості нації, здатної не лише споживати цифрові блага, а й проектувати майбутнє глобальної візуальної комунікації, наповнюючи її глибоким змістом, етикою та національною виразністю. Сьогодні український цифровий дизайн виступає активним суб'єктом та інтелектуальним донором глобальної цифрової культури, формуючи нові етичні та естетичні орієнтири в європейському просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Васильців Н. М., Заставний В. С. Особливості цифрового продукту в умовах цифрової трансформації бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. № 59. DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-98>
2. Наумкіна С. М., Гедікова Н. П. Трансформація національної ідентичності в умовах цифрової глобалізації та інформаційних війн. *Науковий журнал «Політикус»*. 2025. № 5. С. 65–68. DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2025-5.10>
3. Ereso N., Mariam N. Trends And Research Directions In Graphic Design For Social Values And Cultural Identity: A Systematic Literature Review. *International Journal of Graphic Design*. 2025. № 3(2). Р. 340–364. DOI <https://doi.org/10.51903/ijgd.v3i2.3101>
4. Удріс-Бородавко Н. Структурна модель графічного дизайну як соціокультурного явища. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2025. Том 8. № 1. С. 8–20. DOI <https://doi.org/10.31866/2617-7951.8.1.2025.330434>
5. Удріс-Бородавко Н. Джерела ідентичності: український наїв у сучасному графічному та міжвидовому дизайні. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2024. Том 7. № 2. С. 263–288. DOI <https://doi.org/10.31866/2617-7951.7.2.2024.315460>
6. Удріс-Бородавко Н. Дизайн національно ідентифікованих об'єктів візуальної комунікації в сучасній Україні як соціокультурна технологія. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2018. С. 109–114. DOI <https://doi.org/10.26565/2227-6521-2018-40-14>
7. Son N. D. Exploring User Cultural Identity in Shaping Reflective Design Style on Interactive User Interfaces. *Navigating the World of Multimedia – Innovation and Applications*. 2024. DOI: <http://dx.doi.org/10.5772/intechopen.1007184>
8. Liu F. Modify Your Design for Global Audiences: Crosscultural UX Design. *Nielsen Norman Group*. March 21, 2021. URL: <https://www.nngroup.com/articles/crosscultural-design/> (дата звернення: 16.04.2026).
9. Самулінас С., Житеньова Н. Інновації в UI/UX-дизайні як ключ до успішного просування вебресурсів. *Professional Art Education*. 2025. Том 6. № 1. С. 93–106. DOI <https://doi.org/10.34142/27091805.2025.6.01.09>
10. Rodinova N., Pylypchuk N., Domashenko S., Havrylyuk I., Androsovych A. Ukrainian Economy in the Era of Digital Branding:

- Risks and Opportunities. *Futurity Economics & Law*. 2024. Vol. 4. No. 4. Pp. 4–24. DOI <https://doi.org/10.57125/FEL.2024.12.25.01>
11. Shen J. Cross-cultural Design and the Role of UX. *Toptal*. December 19, 2016. URL: <https://www.toptal.com/designers/web/cross-cultural-design> (дата звернення: 16.04.2026).
 12. Удріс-Бородавко Н. Глокальний дизайн як міждисциплінарна модель проектної діяльності. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2024. Том 7. № 1. С. 8–22. DOI <https://doi.org/10.31866/2617-7951.7.1.2024.300916>
 13. Kasemsarn K., Harrison D., Nickpour F. Applying Inclusive Design and Digital Storytelling to Facilitate Cultural Tourism: A Review and Initial Framework. *Heritage*. 2023. Vol. 6. Issue 2. P. 1411–1428. DOI <https://doi.org/10.3390/heritage6020077>
 14. Prastya M. W. A., Dellia P., Najib S., Kusumawati W., Ningsih L. S., Ningsih. N. Designing The UI/UX of a Website Introducing Traditional Culture Focusing on Dance Using the User-Centered Design Method. *Journal of Artificial Intelligence and Engineering Applications (JAIEA)*. 2024. Vol. 3. No. 3. Pp. 846–851 DOI: <https://doi.org/10.59934/jaiea.v3i3.525>
 15. Головко, О. А. Етнодизайн у медіа й рекламі. *Обрії друкарства*. 2025. 1(17), С. 266–279. DOI [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2025.1\(17\).334099](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2025.1(17).334099)
 16. Сиваш І. О. Мотиви етнодизайну в сучасній візуальній культурі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал*. 2024. № 2. С. 131–138. DOI <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2024.308373>
 17. Колеснікова А., Подлевський С., Осадча А. Етнодизайн в контексті цифрових технологій: роль комп'ютерної графіки у створенні візуальної ідентичності. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2025. Вип. 83. Том 2. С. 50–57. DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/83-2-7>
 18. Kirjakovski A. Rethinking perception and cognition in the digital environment. *Frontiers in Cognition*. 2023. Vol. 2. DOI: <https://doi.org/10.3389/fcogn.2023.1266404>
 19. Vytkaľov S., Petrova I., Goncharova O., Herchanivska P., Kravchenko A. Digital culture in the virtual space. *Multidisciplinary Reviews*. 2024. Vol. 7. 2024spe033. <https://doi.org/10.31893/multirev.2024spe033>
 20. Lachner F., von Saucken C., Mueller F.Floyd, Lindemann U. Cross-Cultural User Experience Design Helping Product Designers to Consider Cultural Differences. *Cross-Cultural Design Methods*,

- Practice and Impact*. 01 January 2015. Part I. LNCS 9180. P. 58–70. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-20907-4_6
21. Safronova A., Safronova O. Representing the national identity of Ukraine in graphic design. *Academia Polonica*. 2025. 71(4). P. 139–147. DOI <https://doi.org/10.23856/7116>
 22. Hudzenko O. Digital Transformation in Culture: Current Realities and Development Perspectives. *Skhid (EAST)*. 2023. Vol. 4. No. 3. P. 29–33. DOI [https://doi.org/10.21847/2411-3093.2023.4\(3\).296605](https://doi.org/10.21847/2411-3093.2023.4(3).296605)
 23. Cherniyavskiy V., Dubrivna A., Cherniyavskiy K., Galchynska O., Bilozub L. Digital art as new modern global trend in socio-cultural space of Ukraine. *Amazonia Investiga*, 2022. Vol. 11. No. 60. P. 150–155. DOI <https://doi.org/10.34069/AI/2022.60.12.16>
 24. Удріс-Бородавко Н., Ткачук А. Системний підхід та українська ідентичність у дизайн-системі маркетингової комунікації книжкового видання. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2023. Том 6. № 2. С. 248–265. DOI <https://doi.org/10.31866/2617-7951.6.2.2023.292143>
 25. Новік Г. В., Гнатюк Л. Р., Ясенюк С. О. Дизайн-системи: аналіз впливу на цифрове та фізичне середовище. *Теорія та практика дизайну*. 2023. № 29–30. С. 180–188. DOI <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2023.29-30.21>
 26. Hardabkhadze I. Design Thinking Transformation on the Platform of Digital Project Culture under the Influence of Industrialization. *Culture and Arts in the Modern World*. 2019. No. 20. P. 53–65. DOI <https://doi.org/10.31866/2410-1915.20.2019.172395>
 27. Nielsen J. History of the Graphical User Interface: The Rise (and Fall?) of WIMP Design. *UX Tigers*. Feb 23, 2024. URL: <https://www.uxtigers.com/post/gui-history>
 28. Manchi P. The UX & UI Reformation : How User Experience and Interface Design Evolved from Academic Research to Global Industry. *UX/UI Timeline Mathematical proved*. March 2025. URL: <https://www.uxuithesis.site/>
 29. Varchatiuk K. Web Histiry Chapter#1: Web Design Evolution. *Fireart Studio*. March 12, 2026. URL: <https://fireart.studio/blog/web-history-chapter-1-web-design-evolution/>
 30. Web Design History Timeline: Explore the timeline of milestones in the history of web design from 1990 to the present. *Web Design Museum*. URL: <https://www.webdesignmuseum.org/web-design-history>
 31. MacManus R. The history of web design, 1993–2012: season 5 launch. *Cybercultural*. January 13, 2026. URL: <https://cybercultural.com/p/history-of-web-design/>

32. The History of UI/UX Design : A Look Through Time at the Art of Interface Design. KNUT. October 10, 2023. URL: <https://www.knut.com/resources/the-history-of-ui-ux-design-a%2%A0look-through-time-at-the-art-of-interface-design/>
33. Xu W. User-Centered Design (IX): A “User Experience 3.0” Paradigm Framework in the Intelligence Era. *Human-Computer Interaction* (cs. C). 24 Mar 2023. arXiv:2302.06681v6. DOI <https://doi.org/10.48550/arXiv.2302.06681>
34. Давидова В. 30 років IT в Україні Як це було. *Softserver.LIGA.net*. 26.08.2021. URL: https://project.liga.net/projects/it_history/
35. Мариненко А. Історія інтернету: від Ніколи Тесли до 2026 року. Gida Cloud. 13 Лис 2025. URL: <https://gigacloud.ua/articles/istoriya-vynyknennya-internetu-vid-nikoly-tesly-do-web-3-0/>
36. Biletska, O. Culture as a nation branding tool within the international interaction system. *Culture and Arts in the Modern World*. 2021. No 22. Pp. 22–33. DOI <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235887>
37. Pletsan, K. Theoretical and methodological principles of digitalisation of cultural space in the process of creative industry development in Ukraine. *Culture and Arts in the Modern World*. 2021. No 22. P. 85–102. DOI <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235897>
38. Стебліна В. Як розвивався інтернет в Україні впродовж 26 років незалежності. 29 Серпня 2017. URL: <https://tokar.ua/read/19365/iak-rozvyvavsia-internet-v-ukraini-vpro/>
39. Компанія щасливих людей. Велике інтерв'ю засновника ELEKS Олексія Скрипника / Partner's Material. *Forbes.ua*. 02 сентября 2021. URL: <https://forbes.ua/ru/company/kompaniya-shchaslivikh-lyudey-velike-intervyu-zasnovnika-eleks-oleksiya-skrpnika-02092021-2337>
40. Іванова О. Трансформація графічного дизайну під впливом технології доповненої реальності: історія та сучасність. *Fine Art and Culture Studies*. 2023. № 4. С. 141–146. DOI <https://doi.org/10.32782/facs-2023-4-19>
41. Антоненко І. В. Напрямки розвитку українського дизайну у контексті метавсесвіту. *European scientific congress : proceedings of XII International Scientific and Practical Conference*, Madrid, Spain, 25–27 December 2023. Barca Academy Publishing, Madrid, Spain, 2023. P. 395–400. URL: <https://sci-conf.com.ua/xii-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-european-scientific-congress-25-27-12-2023-madrid-ispaniya-arhiv/>

42. *Ucraina libertatem*. Трансформація гуманітарної сфери та культурного простору під впливом війни: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ. 11 листопада 2025 р.) / ред. кол. : О. В. Ковальчук (голова), М. І. Циганик, В. В. Карпов (відп. ред.) [та ін.]. Київ : Київ. столич. ун-т ім. Б. Грінченка, 2025. 311 с. URL: https://fomd.kubg.edu.ua/images/2024/FOMD_2025/1512202501.pdf
43. Салига П. Вплив цифрової нестабільності на дослідження дизайну інтерфейсів. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2024. Том 7. № 2. С. 289–302. DOI <https://doi.org/10.31866/2617-7951.7.2.2024.315463>
44. Grammarly as a Digital Writing Technology: Impacts and Future Implications. *Uniwriter*. (б.д.) URL: <https://www.uniwriter.ai/creative-writing/grammarly-as-a-digital-writing-technology-impacts-and-future-implications/>
45. About MacPaw: Our mission, vision, and core values. *MacPaw*. URL: <https://macpaw.com/about>
46. What Is the Brief History of Reface Company? *Canvas. Business Model*. July 12, 2025. URL: <https://businessmodelcanvastemplate.com/blogs/brief-history/reface-brief-history>
47. Red Dot Award: Ukraine's Banda becomes Agency of the Year. *Ukrinform*. 27.10.2018. URL: <https://www.ukrinform.net/rubric-society/2567483-red-dot-award-ukraines-banda-becomes-agency-of-the-year-photo-video.html>
48. Creativity in times of war: Outstanding branding projects from Ukraine. *Admind*. February 24, 2025. URL: <https://admindagency.com/creativity-in-times-of-war-outstanding-branding-projects-from-ukraine/>
49. Буняк В. Projector Foundation створила культурний проєкт «Шрифтова Абетка української ідентичності». *ДМ MEDIA SAPIENS*. 17 Серпня 2023. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/32721/2023-08-17-projector-foundation-stvoryla-kulturnyy-proiekt-shryftova-abetka-ukrainskoi-identychnosti/>
50. Slobzheninov A. Art Against War in Ukraine Museum. *Fonts in Use*. Jan 13th, 2023. URL: <https://fontsinuse.com/uses/51233/art-against-war-in-ukraine-museum>
51. Музей про війну, нішеві сайти для брендів: які проєкти принесли харків'янам Obys міжнародне визнання. *MC Money and Career*. 29.03.2024. URL: <https://mc.today/uk/muzej-pro-vijnu-nishevi-sajti-dlya-brendiv-yaki-proyekti-prinesli-harkiv-yanam-obys-mizhnarodne-viznannya/>

52. Стадник В. Агентство Saatchi & Saatchi Ukraine отримало дві нагороди Red Dot. *The Village Україна*. 16 серпня 2018. URL: <https://www.village.com.ua/village/business/news/275377-red-dot-award-sche-dva-ukrayinski-agentstva-otrimali-nagorodi>
53. Шрифтова абетка української ідентичності : офіційний сайт. URL: <https://abetkaua.com>
54. Дія : офіційний портал державних послуг України. URL: <https://diia.gov.ua/>
55. Міністерство цифрової трансформації України. Бренд Дія : керівництво з використання логотипу. Київ, 2025. URL: https://diia.gov.ua/img/diia-october-prod/sites/1/Diia_LOGO_GUIDE.pdf
56. Попов Д. Вебдоступність сайтів державних органів влади : звіт за результатами моніторингу 2023–2024 рр. Київ : Програма розвитку ООН в Україні, 2024. URL: https://bf.diia.gov.ua/storage/app/media/Docs/undp-ua-monitoring_basic_web_accessibility_-_2023-2024.pdf?utm_source=chatgpt.com
57. Міністерство цифрової трансформації України : офіційний сайт. URL: <https://thedigital.gov.ua>
58. BetterMe : офіційний сайт цифрової wellness-платформи. URL: <https://betterme.world/ua>
59. Ajax Systems. Оновлений дизайн застосунків Ajax – все для комфорту. 22 листопада 2022. URL: <https://ajax.systems.ua/blog/updated-design-of-ajax-applications/>

REFERENCES

1. Vasylytsiv, N. M., & Zastavnyi, V. S. (2024). Osoblyvosti tsyfrovoho produktu v umovakh tsyfrovoi transformatsii biznesu [Features of a digital product in the conditions of digital transformation of business]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (59). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-98> [in Ukrainian].
2. Naumkina, S. M., & Hedikova, N. P. (2025). Transformatsiia natsionalnoi identychnosti v umovakh tsyfrovoi hlobalizatsii ta informatsiinykh voyn [Transformation of national identity in the conditions of digital globalization and information wars]. *Politykus*, (5), 65–68. <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2025-5.10> [in Ukrainian].
3. Ereso, N., & Mariam, N. (2025). Trends and research directions in graphic design for social values and cultural identity: A systematic literature review. *International Journal of Graphic Design*, 3(2), 340–364. <https://doi.org/10.51903/ijgd.v3i2.3101>

4. Udris-Borodavko, N. (2025). Strukturna model hrafichnoho dyzainu yak sotsiokulturnoho yavyscha [Structural model of graphic design as a sociocultural phenomenon]. *Demiurh: idei, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu*, 8(1), 8–20. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.8.1.2025.330434> [in Ukrainian].
5. Udris-Borodavko, N. (2024). Dzherela identychnosti: ukrainskyi naiv u suchasnomu hrafichnomu ta mizhvydovomu dyzaini [Sources of identity: Ukrainian naïve in modern graphic and interspecific design]. *Demiurh: idei, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu*, 7(2), 263–288. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.7.2.2024.315460> [in Ukrainian].
6. Udris-Borodavko, N. (2018). Dyzaïn natsionalno identyfikovanykh ob'ektiv vizualnoi komunikatsii v suchasniï Ukraini yak sotsiokulturna tekhnolohiia [Design of nationally identified visual communication objects in modern Ukraine as a sociocultural technology]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina*, 109–114. <https://doi.org/10.26565/2227-6521-2018-40-14> [in Ukrainian].
7. Son, N. D. (2024). Exploring user cultural identity in shaping reflective design style on interactive user interfaces. In *Navigating the World of Multimedia – Innovation and Applications*. IntechOpen. <http://dx.doi.org/10.5772/intechopen.1007184>
8. Liu, F. (2021, March 21). Modify your design for global audiences: Crosscultural UX design. *Nielsen Norman Group*. <https://www.nngroup.com/articles/crosscultural-design/>
9. Samulinas, S., & Zhytienova, N. (2025). Innovatsii v UI/UX-dyzaini yak kliuch do uspishnoho prosvuvannia vebresursiv [Innovations in UI/UX design as a key to successful promotion of web resources]. *Professional Art Education*, 6(1), 93–106. <https://doi.org/10.34142/27091805.2025.6.01.09> [in Ukrainian].
10. Rodinova, N., Pylypchuk, N., Domashenko, S., Havrylyuk, I., & Androsovykh, A. (2024). Ukrainian economy in the era of digital branding: Risks and opportunities. *Futurity Economics & Law*, 4(4), 4–24. <https://doi.org/10.57125/FEL.2024.12.25.01>
11. Shen, J. (2016, December 19). Cross-cultural design and the role of UX. *Toptal*. <https://www.toptal.com/designers/web/cross-cultural-design>
12. Udris-Borodavko, N. (2024). Hlokalnyi dyzaïn yak mizhdystsyplinarna model proiektnoi diïalnosti [Glocal design as an interdisciplinary model of project activity]. *Demiurh: idei, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu*, 7(1), 8–22. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.7.1.2024.300916> [in Ukrainian].

13. Kasemsarn, K., Harrison, D., & Nickpour, F. (2023). Applying inclusive design and digital storytelling to facilitate cultural tourism: A review and initial framework. *Heritage*, 6(2), 1411–1428. <https://doi.org/10.3390/heritage6020077>
14. Prastya, M. W. A., Dellia, P., Najib, S., Kusumawati, W., Ningsih, L. S., & Ningsih, N. (2024). Designing the UI/UX of a website introducing traditional culture focusing on dance using the user-centered design method. *Journal of Artificial Intelligence and Engineering Applications (JAIEA)*, 3(3), 846–851. <https://doi.org/10.59934/jaiea.v3i3.525>
15. Holovko, O. A. (2025). Etnodyzain u mediai reklamami [Ethnodesign in media and advertising]. *Obrii drukarstva*, 1(17), 266–279. [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2025.1\(17\).334099](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2025.1(17).334099) [in Ukrainian].
16. Syvash, I. O. (2024). Motyvy etnodyzainu v suchasni vizualni kulturi [Ethnodesign motifs in modern visual culture]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadriv kultury i mystetstv*, (2), 131–138. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2024.308373> [in Ukrainian].
17. Koliesnikova, A., Podlevskyi, S., & Osadcha, A. (2025). Etnodyzain v konteksti tsyfrovyykh tekhnolohii: Rol komp'uternoi hrafiky u stvorenii vizualnoi identychnosti [Ethnodesign in the context of digital technologies: The role of computer graphics in creating visual identity]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, 83(2), 50–57. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/83-2-7> [in Ukrainian].
18. Kirjakovski, A. (2023). Rethinking perception and cognition in the digital environment. *Frontiers in Cognition*, 2. <https://doi.org/10.3389/fcogn.2023.1266404>
19. Vytalov, S., Petrova, I., Goncharova, O., Herchanivska, P., & Kravchenko, A. (2024). Digital culture in the virtual space. *Multidisciplinary Reviews*, 7, 2024spe033. <https://doi.org/10.31893/multirev.2024spe033>
20. Lachner, F., von Saucken, C., Mueller, F., & Lindemann, U. (2015). Cross-cultural user experience design: Helping product designers to consider cultural differences. In *Cross-cultural design methods, practice and impact (Part I, LNCS 9180, pp. 58–70)*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-20907-4_6
21. Safronova, A., & Safronova, O. (2025). Representing the national identity of Ukraine in graphic design. *Academia Polonica*, 71(4), 139–147. <https://doi.org/10.23856/7116>
22. Hudzenko, O. (2023). Digital transformation in culture: Current realities and development perspectives. *Skhid (EAST)*, 4(3), 29–33. [https://doi.org/10.21847/2411-3093.2023.4\(3\).296605](https://doi.org/10.21847/2411-3093.2023.4(3).296605)

23. Cherniyavskiy, V., Dubrivna, A., Cherniyavskiy, K., Galchynska, O., & Bilozub, L. (2022). Digital art as new modern global trend in socio-cultural space of Ukraine. *Amazonia Investiga*, 11(60), 150–155. <https://doi.org/10.34069/AI/2022.60.12.16>
24. Udris-Borodavko, N., & Tkachuk, A. (2023). Systemnyi pidkhid ta ukrainska identychnist u dyzain-systemi marketynhovoï komunikatsii knyzhkovoho vydannia [Systemic approach and Ukrainian identity in the design system of book publication marketing communication]. *Demiurh: idei, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu*, 6(2), 248–265. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.6.2.2023.292143> [in Ukrainian].
25. Novik, H. V., Hnatiuk, L. R., & Yasenok, S. O. (2023). Dyizain-systemy: Analiz vplyvu na tsyfrove ta fizychnе seredovyshche [Design systems: Analysis of influence on digital and physical environment]. *Teoriia ta praktyka dyzainu*, (29–30), 180–188. <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2023.29-30.21> [in Ukrainian].
26. Hardabkhadze, I. Design thinking transformation on the platform of digital project culture under the influence of industrialization. *Culture and Arts in the Modern World*, 2019. 20, 53–65. <https://doi.org/10.31866/2410-1915.20.2019.172395>
27. Nielsen, J. (2024, February 23). History of the graphical user interface: The rise (and fall?) of WIMP design. *UX Tigers*. <https://www.uxtigers.com/post/gui-history>
28. Manchi, P. (2025, March). The UX & UI reformation: How user experience and interface design evolved from academic research to global industry. UX/UI Thesis. <https://www.uxithesis.site/>
29. Varchatiuk, K. (2026, March 12). Web history chapter #1: Web design evolution. Fireart Studio. <https://fireart.studio/blog/web-history-chapter-1-web-design-evolution/>
30. Web Design Museum. (n.d.). Web design history timeline: Explore the timeline of milestones in the history of web design from 1990 to the present. <https://www.webdesignmuseum.org/web-design-history>
31. MacManus, R. (2026, January 13). The history of web design, 1993–2012: Season 5 launch. Cybercultural. <https://cybercultural.com/p/history-of-web-design/>
32. KNUT. (2023, October 10). The history of UI/UX design: A look through time at the art of interface design. <https://www.knut.com/resources/the-history-of-ui-ux-design-a-look-through-time-at-the-art-of-interface-design/>
33. Xu, W. (2023, March 24). User-centered design (IX): A “User Experience 3.0” paradigm framework in the intelligence era. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2302.06681>

34. Davydova, V. (2021, August 26). 30 rokiv IT v Ukraini: Yak tse bulo [30 years of IT in Ukraine: How it was]. *LIGA.net*. https://project.liga.net/projects/it_history/ [in Ukrainian].
35. Marynenko, A. (2025, November 13). Istoriia internetu: Vid Nikoly Tesly do 2026 roku [The history of the internet: From Nikola Tesla to 2026]. *GigaCloud*. <https://gigacloud.ua/articles/istoriya-vynyknennya-internetu-vid-nikoly-tesly-do-web-3-0/> [in Ukrainian].
36. Biletska, O. (2021). Culture as a nation branding tool within the international interaction system. *Culture and Arts in the Modern World*, (22), 22–33. <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235887>
37. Pletsan, K. (2021). Theoretical and methodological principles of digitalisation of cultural space in the process of creative industry development in Ukraine. *Culture and Arts in the Modern World*, (22), 85–102. <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235897>
38. Steblina, V. (2017, August 29). Yak rozvyvavsia internet v Ukraini vprodozh 26 rokiv nezalezhnosti [How the internet developed in Ukraine during 26 years of independence]. *Tokar.ua*. <https://tokar.ua/read/19365/iak-rozvyvavsia-internet-v-ukraini-vpro/> [in Ukrainian].
39. Forbes.ua. (2021, September 2). Kompaniya schastlivykh lyudey. Velikoye interv'yu osnovatelya ELEKS Alekseya Skrypnyka [A company of happy people. A big interview with ELEKS founder Oleksiy Skrypnyk]. <https://forbes.ua/ru/company/kompaniya-shchaslivikh-lyudey-velike-intervyu-zasnovnika-eleks-oleksiya-skrpnyka-02092021-2337> [in Ukrainian].
40. Ivanova, O. (2023). Transformatsiia hrafichnoho dyzainu pid vplyvom tekhnolohii dopovnenoi realnosti: Istoriia ta suchasnist [Transformation of graphic design under the influence of augmented reality technology: History and modernity]. *Fine Art and Culture Studies*, (4), 141–146. <https://doi.org/10.32782/facs-2023-4-19> [in Ukrainian].
41. Antonenko, I. V. (2023). Napriamky rozvytku ukrainskoho dyzainu u konteksti metavsesvitu [Directions of development of Ukrainian design in the context of the metaverse]. In European scientific congress: Proceedings of XII International Scientific and Practical Conference, Madrid, Spain (pp. 395–400). *Barca Academy Publishing*. <https://sci-conf.com.ua/xii-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-european-scientific-congress-25-27-12-2023-madrid-ispaniya-arhiv/> [in Ukrainian].
42. Kovalchuk, O. V., Tsyhanyk, M. I., & Karpov, V. V. (Eds.). (2025). *Ucraina libertatem. Transformatsiia humanitarnoi sfery ta kulturnoho*

- prostoru pid vplyvom viiny [Ucraina libertatem. Transformation of the humanitarian sphere and cultural space under the influence of war]. *Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University*. https://fomd.kubg.edu.ua/images/2024/FOMD_2025/1512202501.pdf [in Ukrainian].
43. Salyha, P. (2024). Vplyv tsyfrovoy nestabilnosti na doslidzhennia dyzainu interfeisiv [The impact of digital instability on interface design research]. *Demiurh: idei, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu*, 7(2), 289–302. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.7.2.2024.315463> [in Ukrainian].
44. Uniwriter. (n.d.). Grammarly as a digital writing technology: Impacts and future implications. <https://www.uniwriter.ai/creative-writing/grammarly-as-a-digital-writing-technology-impacts-and-future-implications/>
45. MacPaw. (n.d.). About MacPaw: Our mission, vision, and core values. <https://macpaw.com/about>
46. Canvas Business Model. (2025, July 12). What is the brief history of Reface company? <https://businessmodelcanvastemplate.com/blogs/brief-history/reface-brief-history>
47. Ukrinform. (2018, October 27). Red Dot Award: Ukraine's Banda becomes Agency of the Year. <https://www.ukrinform.net/rubric-society/2567483-red-dot-award-ukraines-banda-becomes-agency-of-the-year-photo-video.html>
48. Admind. (2025, February 24). Creativity in times of war: Outstanding branding projects from Ukraine. <https://admindagency.com/creativity-in-times-of-war-outstanding-branding-projects-from-ukraine/>
49. Buniak, V. (2023, August 17). Projector Foundation stvoryla kulturnyi proiekt “Shryftova Abetka ukrainskoi identychnosti” [Projector Foundation created the cultural project “Alphabet of Ukrainian Identity Fonts”]. *DM Media Sapiens*. <https://ms.detector.media/trendi/post/32721/2023-08-17-projector-foundation-stvoryla-kulturnyy-proiekt-shryftova-abetka-ukrainskoi-identychnosti/> [in Ukrainian].
50. Slobzheninov, A. (2023, January 13). Art Against War in Ukraine Museum. Fonts in Use. <https://fontsinuse.com/uses/51233/art-against-war-in-ukraine-museum>
51. MC Today. (2024, March 29). Muzei pro viinu, nishevi saity dlia brendiv: Yaki proiekty prynесли kharkiv'ianam Obys mizhnarodne vyznannia [A museum about the war, niche sites for brands: Which projects brought international recognition to Kharkiv-based Obys]. *MC Money and Career*. <https://mc.today/uk/muzej-pro-vijnu-nishevi-sajti-dlya-brendiv-yaki-proyekti-prinesli-harkiv-yanam-obys-mizhnarodne-viznannya/> [in Ukrainian].

52. Stadnyk, V. (2018, August 16). Ahentstvo Saatchi & Saatchi Ukraine otrymalo dvi nahorody Red Dot [Saatchi & Saatchi Ukraine agency received two Red Dot awards]. The Village Ukraina. <https://www.village.com.ua/village/business/news/275377-red-dot-award-sche-dva-ukrayinski-agentstva-otrimali-nagorodi> [in Ukrainian].
53. Shryftova abetka ukrainskoi identychnosti [Alphabet of Ukrainian identity fonts] [Official website]. (n.d.). <https://abetkaua.com> [in Ukrainian].
54. Diia: Ofitsiyni portal derzhavnykh posluh Ukrainy [Diia: Official portal of public services of Ukraine]. (n.d.). <https://diia.gov.ua/> [in Ukrainian].
55. Ministry of Digital Transformation of Ukraine. (2025). Brend Diia: Kerivnytstvo z vykorystannia lohotypu [Diia Brand: Logo usage guidelines]. https://diia.gov.ua/img/diia-october-prod/sites/1/Diia_LOGO_GUIDE.pdf [in Ukrainian].
56. Popov, D. (2024). Vebdostupnist saitiv derzhavnykh orhaniv vlady: Zvit za rezultatamy monitorynhu 2023–2024 rr. [Web accessibility of government websites: Report on the results of monitoring 2023–2024]. UNDP Ukraine. https://bf.diia.gov.ua/storage/app/media/Docs/undp-ua-monitoring_basic_web_accessibility_-_2023-2024.pdf [in Ukrainian].
57. Ministry of Digital Transformation of Ukraine. (n.d.). Ofitsiyni sait [Official website]. <https://thedigital.gov.ua> [in Ukrainian].
58. BetterMe. (n.d.). Ofitsiyni sait tsyfrovoi wellness-platfomy [Official website of the digital wellness platform]. <https://betterme.world/ua> [in Ukrainian].
59. Ajax Systems. (2022, November 22). Onovleni dyzain zastosunkiv Ajax – vse dlia komfortu [Updated design of Ajax applications – everything for comfort]. <https://ajax.systems.ua/blog/updated-design-of-ajax-applications/> [in Ukrainian].